

Arbetsrapport nr. 50

Mobiltelefonen som multimedium och nyhetsmedium

Ett användarperspektiv

Oscar Westlund



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

J M G

Arbetsrapport nr. 50

Mobiltelefonen som multimedium och nyhetsmedium

Ett användarperspektiv

Oscar Westlund

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation
Box 710, 405 30 GÖTEBORG
Telefon: 031-786 49 76 • Fax: 031-786 45 54
E-post: majken.johansson@jmg.gu.se
2007

1. Inledning	2
2. Spridning och adoption av mobiltelefoni i Sverige	3
3. Adoption av mobiltelefoni	7
3.1. Behov och anskaffning av mobiltelefon	7
3.2. Skäl till att inte ta till sig mobiltelefonens multimediefunktioner	9
3.3. Argument för mobiltelefonens multimediefunktioner	11
4. Attityd till internet och nyheter i mobiltelefonen	14
4.1. Mobiltelefonen som medium för internet	15
4.2. Attityd till användning av nyheter	17
5. Attityd till kostnader för mobiltelefonens multimediefunktioner	22
5.1. Inköp av mobiltelefon med multimediefunktioner	22
5.2. Internet	23
5.2. Nyheter	23
6. Sammanfattande diskussion	27
Referenser	30
Metodbilaga	33

1. Inledning

Under de senaste åren har tillgången till mobiltelefoni varit nästan total bland vuxna svenskar.¹ Hur mycket och vad de använder mobiltelefonen till varierar. Mobiltelefonen har nått en bred framgång som kommunikationsmedium. Utrustad med en mobiltelefon kan världens medborgare idag kommunicera med varandra bortom tidsmässiga och rumsliga begränsningar.² Många aktörer arbetar för att utveckla nya affärsmöjligheter i mobiltelefonen. Detta kreativa arbete har bedrivits under det senaste decenniet och vi kan konstatera att som en teknologisk produkt har mobiltelefonen utvecklats; från att vara ett kommunikationsmedium, till att bli ett mångfacetterat multimedium.

Mobiltelefonen har fått sitt namn från att det är en telefon man kan bära med sig. Den är i högsta grad mobil, men är samtidigt mycket mer än en telefon. Begreppet mobiltelefon beskriver i allt mindre utsträckning det multimedium som fler än nio av tio svenskar idag bär med sig. Som personligt kommunikationsmedium har mobiltelefonen utvecklats. Den som införskaffat en nyare mobiltelefon har möjlighet att använda denna för telefonsamtal, videosamtal, SMS, MMS, e-post, chatt m.m. Kommunikation genom mobiltelefonen kan delas in i två kategorier, synkron eller asynkron kommunikation. Den synkrona kommunikationen sker i realtid genom telefoni, videotelefoni eller chatt. Den asynkrona kommunikationen innebär en tidsförskjutning, genom e-post, SMS eller MMS. Som multimedium kan en nyare mobiltelefon idag användas för exempelvis radio, mp3, TV, video och internet. Genom tillgång till just internet öppnar sig möjligheter att ta del av exempelvis nyheter, söktjänster, bloggar m.m. Mobiltelefonen integrerar också många andra funktioner som kalender, kamera, videokamera stegräknare, GPS, alarmklocka, vilket bidrar till dess roll som multimedium.

I en forskningsöversikt ger författaren en introduktion till den framväxande forskningen om spridning, adoption och användning av mobiltelefoni.³ En slutsats är att användarforskningen kring hur mobiltelefonen används som multimedium är tämligen begränsad. Vidare är det särskilt tunt med sådana studier i Sverige. Denna arbetsrapport ämnar därför ge ett bidrag till forskningen inom det området. Diffusionsteorin handlar om hur innovationer sprider sig bland olika grupper i samhället.⁴ I denna rapport betraktas mobiltelefonen som en innovation som utvecklats i två faser; först som kommunikationsmedium, och sedan som multimedium. Rapporten fokuserar kring den andra fasen. Studien anknyter till adoptionstraditionen genom intresset för hur och varför människor anammar innovationer. Syftet med studien är att undersöka unga vuxnas attityder till mobiltelefonen som multimedium. I undersökningen har ett antal frågor varit ledande.

- Vad har man för inställning till att anamma mobiltelefonen som multimedium?
- Vilka faktorer anses gynna eller missgynna en adoption av mobiltelefonen som multimedium?
- Vilken attityd har man till att använda internet och nyhetsinnehåll i mobiltelefonen?
- Vilken attityd har man till kostnaderna för användning av internet och nyhetsinnehåll i mobiltelefonen?

¹ Bolin (2005, 2006, 2007)

² Giddens (1990), Thompson (1995), Tuomi, (2005), Gotved (2006), Castells (2000), Pedersen & Methlie (2004)

³ Westlund (2007a)

⁴ Rogers (2003)

Rapportens resultat baseras på en fokusgruppundersökning av 58 ungdomar och unga vuxna. Dessa respondenter var företrädevis universitetsstudenter i Göteborgsområdet, varav något fler är kvinnor än män. Respondenterna varierar i ålder mellan 19 och 33 år, men omkring två tredjedelar är i åldern 19-25 år. Majoriteten har internet och bredband i hemmet, men endast ett fåtal har 3G eller mp3 i sina mobiltelefoner. Två tredjedelar uttrycker att de har ett ganska eller mycket stort teknikintresse. Teknikintresset bland respondenterna ligger något högre jämfört med samma åldersgrupp bland svenskarna i allmänhet, varav omkring sex utav tio uttrycker ett ganska/mycket stort teknikintresse.⁵

Datansamlingsarbetet har genomförts i utifrån ett samarbete med Göteborgs-Posten. Samarbetet handlade om val av teman och frågor, samt rekryteringen av respondenter. Analysarbetet svarar författaren själv för. En utförlig redovisning för datansamling och analys ges i metodbilagan. I rapporten diskuteras respondenternas argument genom att löpande återge deras resonemang, såväl indirekt som genom citat. Målsättningen har varit att fånga upp nyanser i åsikter. Det viktiga är vad som har sagts, inte hur många som säger något. I rapporten har jag strävat efter att neutralisera innebörden av hur många som säger något. Därför har jag konsekvent använt ord som ”somliga, några, flera, andra” när jag hänvisar till respondenterna.

Även om det är av mindre vikt hur utbredda respondenternas argument är vill jag inledningsvis göra ett viktigt påpekande. Majoriteten av respondenterna är inte frekventa användare av internet eller nyheter i mobiltelefonen. Endast ett fåtal har en 3G-telefon. Resultaten kommer därför stundtals att präglas mer av föreställningar och attityder än av erfarenheter. Eftersom personerna ibland saknar erfarenhetskunskap kan deras attityder baseras på felaktiga föreställningar. Emellertid är det av intresse att studera dessa föreställningar, det är trots allt dessa som påverkar respondenternas beteenden. Avsnitt tre, fyra och fem är en resultatredovisning av de empiriska resultaten. I denna redovisning förs en kontinuerlig analys. I rapporten görs liknelser kring attityden till mobiltelefoni och annan medieteknik. Det eftersom respondenterna vid flera tillfällen gett exempel om sin attityd till andra medietekniker för att förklara hur de tänker kring mobiltelefoni.

2. Spridning och adoption av mobiltelefoni i Sverige

Det uppskattas finnas omkring två och en halv till tre miljarder mobiltelefonanvändare i världen under åren 2006 och 2007.⁶ Fler än nio av tio svenskar i åldern 15 till 85 år äger idag en egen mobiltelefon.⁷ Som en följd av att somliga har en mobiltelefon privat och en i arbetet finns det nuförtiden rentav fler abonnemang än användare.⁸ Bland somliga grupper, som tonåringar och yngre vuxna, har nästan alla en egen mobiltelefon. Bland pensionärer är det dock betydligt mindre vanligt att man äger en mobiltelefon.⁹ Svenska män använder sina mobiltelefoner för vanliga telefonsamtal relativt sett oftare än vad kvinnor gör. Kvinnor å andra sidan är mer frekventa när det gäller att skicka SMS. Tonåringar och unga vuxna brukar

⁵ Ännu opublicerade data från en undersökning genomförd vid JMG under hösten 2006 av Oscar Westlund och Annika Bergström. Enkätundersökningen avsåg 500 slumpvis utvalda personer i sex kommuner. Det gav ett totalt urval av 3000 personer i åldrarna 15-65 år. Svarefrekvensen var 55.3 procent. Den preliminära titeln är (Bergström, A & Westlund, O (2007) *Internet- och mobiltelefonvanor*, Arbetsrapport, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs Universitet.)

⁶ www.wcisdata.com, <http://mic.iii.org.tw>, <https://www.wirelessintelligence.com>, Skouby (2006)

⁷ Bolin (2006)

⁸ PTS (2006)

⁹ Bolin (2005, 2006)

mobiltelefonen mer än andra åldersgrupper i samhället, bland dessa har i princip samtliga en egen mobiltelefon.¹⁰ År 2005 tog sju procent av svenskarna del av nyheter i mobiltelefonen minst någon gång per månad. Detta fenomen är särskilt vanligt bland människor i åldern 15-49 år, bland högt utbildade, storstadsmänniskor och bland internetanvändare. Dessa personer är inte bara i högre utsträckning användare överhuvudtaget, men också mer frekventa i sin användning.¹¹ Under 2006 var det elva procent som tog del av nyheter i mobiltelefonen minst någon gång i månaden. Liknande mönster i olika sociodemografiska grupper framträder.¹² Användning av internetjänster i mobiltelefonen förutsätter en mobiltelefon som kan hantera sådana tjänster. 3G-telefoner har utvecklats med internetjänster i mobiltelefonen i särskild åtanke. Det är därför inte överraskande att studier visar att människor som införskaffat den tredje generationens mobiltelefoner i större utsträckning använder sådana tjänster.¹³ Kring spridningen av 3G kan konstateras att omkring tio procent av svenskarnas abonnemang var med 3G-mobiltelefoner under 2006.¹⁴

Användningsforskningen kring mobiltelefoni återfinns främst inom tre forskningstraditioner; diffusion-, adoption- och domesticeringstraditionen.¹⁵ Därutöver finns också mobiltelefoniforskning som anknyter till teorier om konsumentbeteende och uses & gratifications traditionen. De tre traditionerna skiljer sig åt på flera sätt. *Diffusionstraditionen* är vanligen beskrivande; användare kategoriseras utifrån benägenhet att ta till sig ny medieteknik. En vanlig indelning är efter innovatörer, tidiga accepterare, tidig majoritet, sen majoritet och eftersläntrare. Dessa grupper relateras vanligen till sociodemografiska faktorer. Förklaringsdimension utnyttjas främst till att förklara anammande utifrån innovationens och kommunikationskanalernas karaktär. Exempelvis att det vid anammande av mobiltelefoni sker en påverkan från faktorer som exempelvis osäkerhet inför förändring, initiala och löpande kostnader, relativ fördel, kompatibilitet och komplexitet.¹⁶ Forskare inom *adoptionstraditionen* är mer inriktade på förklaringar av människors beteende utifrån ett individperspektiv. Inom *domesticeringstraditionen* är man istället mer intresserad av hur människor använder mobiltelefonen. Man studerar också vilka konsekvenser användningen får för såväl individer som grupper.¹⁷ Diffusionstraditionen har vanligen ett makro perspektiv och domesticeringstraditionen ett mikroperspektiv, adoptionstraditionen befinner sig däremellan.

Inom *adoptionstraditionen* söker man förklara individers beteende genom olika teorier om beslutsprocesser och människor som sociala individer. Denna forskning återknyter till tre grundmodeller.¹⁸ Det handlar om adoptionsbeteendet i relation till rationellt handlande (TRA),¹⁹ planerat beteende (TPB),²⁰ och teknologiacceptans (TAM).²¹ TRA och dess forskning har format utgångspunkter för de övriga modellerna. Inom TPB studeras koncept som beteendemässiga attityder, subjektiva normer, intentioner till användning och den faktiska användningen. Inom TAM studeras dessa koncept, men också den upplevda

¹⁰ Bolin (2005, 2006)

¹¹ Westlund (2006)

¹² Westlund (2007b)

¹³ Versakalo (2006)

¹⁴ PTS (2006)

¹⁵ Pederson & Ling (2002) Westlund (2007a)

¹⁶ Rogers (2003) Pedersen & Methlie (2004) Katz & Sugiyama (2006)

¹⁷ Pederson & Ling (2002)

¹⁸ Westlund (2007a) Pederson & Ling (2002)

¹⁹ Fishbein & Azjen (1975)

²⁰ Azjen (1985)

²¹ Davids (1989)

användarvänligheten och användbarheten. Adoptionstraditionen anknyter till forskning om konsumentbeteende,²² och uses & gratificationsstudier.²³ Gemensamt för samtliga traditioner är att man studerar hur människor gör sina val av produkter och tjänster. Det kan exempelvis vara medietekniker som mobiltelefoni. Människors val av medier påverkas av individuella, strukturella och samhällsliga faktorer. Inte sällan präglas mediekonsumtionen av vanor,²⁴ men det betonas också att individer gör aktiva val. Människors behovsgrundade och aktiva beteende påverkas av tillgänglighet i utbud och möjligheter att anamma. En utgångspunkt inom uses & gratificationstraditionen är att individer har egna behov som denne söker tillfredställa genom sin mediekonsumtion. Den behållning individer söker genom mediernas funktioner tillfredställer vanligen en individs specifika behov. Dock uppfyller olika medier och olika innehåll inte samma behov.

Behov är ett begrepp inom uses & gratificationstraditionen som kritiserats. Det eftersom det ibland används som förklaringsfaktor, och ibland betraktas som en konsekvens.²⁵ Emellertid är behov ett centralt begrepp inom forskning kring adoption och konsumentbeteende. Enligt Maslows klassiska behovstrappa har människor i första hand kroppsliga behov, samt behov av trygghet, gemenskap och tillgivenhet, uppskattning samt självförverkligande.²⁶ Mobiltelefonen kan inte tillfredställa de kroppsliga behoven av sömn, mat och dryck. Däremot kan den bidra med trygghet, gemenskap o.s.v. Konsumentforskarna Hoyer & MacInnis diskuterar en definition av behov. De skriver att det handlar om att det uppstår en känsla av tomhet när ett fysiskt eller psykologiskt tillstånd inte ligger i nivå med det ideala eller önskvärda tillståndet.²⁷ Funktionella behov handlar om att produkter kan uppfylla konsumtionsbehov för en människa. Symboliska behov handlar om människors identitetsbildande och expressiva signaler mot omgivningen. Människor kan också ha bl.a. sociala, icke-sociala, kognitiva, hedoniska behov. o.s.v. Bland behovens karaktärsdrag är en viktig del att dessa bör förstås som dynamiska. Det innebär att behoven endast är tillfälligt tillfredställda. Behov existerar i hierarkiska nivåer i relation till varandra. Somliga behov är viktiga än andra i en given situation, men kan värderas helt annorlunda i nästa situation. Olika behov kan vara i konflikt med varandra. Exempelvis kan en person ha ett behov av att spara pengar, men samtidigt ett behov av att köpa ny medieteknik. Ett behov kan också ta sig flera olika uttryck; exempelvis kan ett behov av att kommunicera yttra sig i flera olika former; som ett personligt möte, e-post, SMS, telefonsamtal o.s.v.²⁸

Engel et al diskuterar att människors behov aktiveras utifrån tre huvudsakliga faktorer; social påverkan, individens situation och minneskunskap.²⁹ Behov kan växa fram genom att människor skaffar sig kunskap om att de finns. Det sker en påverkan från såväl samhället, företag som bekanta kring att ta till sig vissa produkter, exempelvis mobiltelefoni. Även om behov är en viktig faktor kring huruvida människor anammar mobiltelefoni så inverkar även flera andra faktorer till huruvida de faktiskt gör så. Personens ekonomiska och kognitiva möjligheter att införskaffa en teknologi kan vara avgörande. Anammande av ny medieteknologi kan uppfattas medföra risker. Det handlar exempelvis om hur utprövad innovationen är, vad den kostar, tillgänglig information och innovationens komplexitet.

²² Kotler et al (2001), Hoyer & MacInnis (2003)

²³ Blumler & Katz (1974) McQuail (1987) Rosengren et al (1985)

²⁴ Lull (1990) Christiansen & Bergström (1998), Westlund (2004)

²⁵ Elliott (1974)

²⁶ Maslow (1968)

²⁷ Hoyer & MacInnis (2001:60)

²⁸ Hoyer & MacInnis (2001)

²⁹ Engel et al (1990)

Vanligen påverkas människor av åsikter från människor i deras omgivning.³⁰ Kring beslutet kan den enskilda valsituationen inverka såtillvida att människor väljer den tjänst eller produkt som är enklast och bekvämast för tillfället. Detta kan påverkas av exempelvis tid, olika alternativ, resurser, om det sker påverkan från andra människor m.m. Människors val påverkas förutom behov också av livssituation, personlig karaktär och motiv.³¹ I sina behovsgrundade val tillämpar människor olika taktiker för att göra ett bra val. Bland de kriterier som kan tillämpas är pris, kvalitet, social påverkan och kännedom om varumärken. Somliga väljer liknande produkt av gammal vana, andra söker nya produkter för att få en variation.³²

En diskussion kring att anamma mobiltelefon som multimedium avser både innehav och användning av tidigare nämnda avancerade funktionerna. Nyare mobiltelefoner idag har vanligen en mängd olika integrerade basfunktioner, oavsett om köparen efterfrågar dem eller inte. Därför är människors innehav av mobiltelefoner med integrerade funktioner en mindre lämplig indikator på huruvida de anammat mobiltelefonen som multimedium eller inte. Exempelvis har majoriteten av svenskarna idag möjlighet att surfa på internet och ta del av nyheter i sina mobiltelefoner. Men relativt få utnyttjar dessa möjligheter, istället används mobiltelefonen främst som kommunikationsmedium, för SMS och röstsamtal.³³ Användning är därför rimligen en lämpligare indikator på huruvida människor anammat mobiltelefonen som multimedium eller inte.

Anledningarna till att människor införskaffar och använder en mobiltelefon med multimedia tjänster är flera. Det handlar bl.a. om att somliga människor har ett generellt intresse och behov för medieteknik och att de känner ett konsumtions- eller förnyelsebehov. Ny medieteknik kan ge en känsla av frihet, status och självkänsla.³⁴ Inte sällan argumenteras att en positiv inställning till att anamma ny teknik framförallt hör samman med ungdomar och män. Samtidigt är det ofta andra grupper i samhället som har de ekonomiska resurserna för att tillgodogöra sig nya produkter. Som kommunikationsmedium har mobiltelefonen i dagsläget uppnått en bred spridning i västvärldens länder. Skillnaderna är små i tillgång mellan olika samhällsgrupper.³⁵ Spridningen av mobiltelefonen som multimedium är emellertid snarare i sin linda. Kring exempelvis användning av nyheter i mobiltelefonen har det i Sverige visat sig att det är framförallt män och de yngre vuxna som tagit till sig detta.³⁶ Benägenheten påverkas av faktorer som individernas behov, påverkan från omgivning, personlig ekonomi och produktens kostnader. Det påverkas också av individens självförtroende kring hur denne tror sig kunna lära och hantera medietekniken. Sammanfattningsvis kan sägas att människor har olika behov, beroende på individ och situation. Huruvida individen har möjlighet att tillfredställa dessa behov beror på förutsättningarna. Det kan handla om exempelvis den personliga ekonomiska situationen, men också på utbudet av produkter och tjänster. På senare tid har utbudet av mobiltelefoner och tjänster för mobiltelefoni utvecklats. Frågan är vilket behov svenskarna har för detta, och hur de förhåller sig till att anamma.

³⁰ Hoyer & MacInnis (2001)

³¹ Bokelund (1995) Bergström, Wadbring & Weibull (2005) Moores (1993)

³² Hoyer & MacInnis (2001)

³³ Bolin (2005, 2006) Westlund (2006)

³⁴ Matsuda (2005) Kato (2005) Ling (2001a), Skog (2002) Ling (2001b) Habuchi (2005) Katz & Sugiyama (2005, 2006) Gordon (2005) Leung and Wei (2000) Weilenmann & Larsson (2000) Fortunati (2002) Varbanov (2002) Skog (2002)

³⁵ Puro (2002) Schejter & Cohen (2002) Matsuda (2005), Okada (2005), Kohiyama (2005) Bolin (2005, 2006) Constantiou et al (2005)

³⁶ Westlund (2006)

3. Adoption av mobiltelefoni

Ett huvudresultat i denna fokusgruppsstudie är att det finns en stor bredd i respondenternas syn på medietekniker så som mobiltelefoni. Somliga uttrycker att de inte känner ett behov av multimediefunktioner. Andra uttrycker ett intresse för sådana funktioner, men att deras ekonomiska situation hindrar dem från att ta till sig dessa. Andra hinder kan vara att man känner att tekniken verkar komplicerad eller är av undermålig kvalitet. Det diskuteras att innovationer som mobiltelefonen skapar behov genom att människor anpassar sig till teknologins möjligheter. Flera respondenter argumenterar att de uppgraderar sina behov när de ser nya medietekniker och funktioner. Att människor i omgivningen har den senaste mobiltelefonen gör att somliga bygger upp ett behov för en liknande produkt. Det framförs att det inte brukar kosta särskilt mycket extra att köpa en mobiltelefon med något fler funktioner. Det diskuteras också att man förändrar sitt beteende på ett sätt som skapar behov av den nya teknologin. Exempelvis diskuterar *Ronny, 22*, att människor gör mer lösa avtal kring tid och plats för sociala möten. Istället för att bestämma en definitiv tid och plats görs preliminära avtal som kan justeras. I flera fall bestäms syftet tidigt, exempelvis att man skall ses för att äta lunch. Dock avtalar man om att höras per telefon vid lunchtid för att först då bestämma exakt var och när man skall ses. På liknande sätt kan människor planera mindre i förhand eftersom de kan söka upp alltmer information i mobiltelefonen. Flera respondenter resonerar att man har etablerat kommunikationsformer och nya rutiner som har givit mobiltelefonen till en väldigt viktig del i vardagen. Somliga argumenterar dock att man kan minska behovet av mobiltelefonen genom att bli mer proaktiv i sin livsstil igen.

3.1. Behov och anskaffning av mobiltelefon

De flesta människor uppgraderar sina behov kring mobiltelefoni efterhand. Mobiltelefonen är en i hög grad synlig medieteknik. Människor exponerar mer eller mindre medvetet mobiltelefonen för sin omvärld på offentliga platser. Dessutom syns mobiltelefoner genom reklam i flera medier. Anledningarna till att man uppgraderar till en ny mobiltelefon är flera. Somliga uttrycker ett behov av särskilda funktioner; t.ex. att man verkligen vill ha en integrerad mp3-spelare. Respondenterna diskuterar att man kan känna ett behov för funktioner som underlättar vardagslivet eller bidrar till mer frihetskänsla och livskvalité. Ett annat behov handlar om att förnya sig och att man betraktar mobiltelefonen som en del av sin image eller sociala status. Exempelvis säger *Patrick, 22* att han uppgraderar sin medieteknik kontinuerligt eftersom han har ett behov av förnyelse, funktioner och social status. *Patrick, 22 - det är lite status och så, att man har en cool mobil. Ofta upptäcker man ju sådär grejer när man köper någonting, att det var mer praktiskt än vad man trodde kanske och att man kan utnyttja det, så det är många anledningar.* Somliga är fascinerade av teknik i allmänhet och vill ha det senaste och mest avancerade, även om de inte behöver alla funktionerna. Dessa respondenter berättar att de finner stimulans i ny medieteknik. Det diskuteras att teknikintresse delvis handlar om ett intresse för vad tekniken kan göra för oss människor. *Lisa, 24*, berättar att hon ofta är nyfiken på ny medieteknik, men att hon känner att det är bättre att vänta tills den har utvecklats mer. Det diskuteras hur man skall förhålla sig till de medietekniker man redan har. Somliga upplever det onödigt att skaffa ny medieteknik när den existerande fortfarande fungerar. De främsta argumenten mot att anamma är att det kostar i form av tid, energi och pengar. Det argumenteras att det kan vara rationellt med en avvaktande attityd till ny medieteknik eftersom denna ofta kan ha brister och vara exceptionellt dyr. Det finns också dem som endast införskaffar ny mobiltelefon när den gamla har gått förlorad eller sönder.

Maja, 23, Katrin, 23 och Lisa, 24 berättar att detta är deras allmänna förhållningssätt till ny medieteknik eftersom de inte har råd med annat.

Det är tydligt att människor har olika behov för instrumentella och expressiva funktioner kring mobiltelefoni. För somliga är det viktigast vad man kan göra med mobiltelefonen, för andra vilken design och status den uttrycker. Ofta hänger de olika aspekterna samman. Behoven påverkar motiven att införskaffa en mobiltelefon. Somliga påpekar att de är mindre motiverade att uppgradera sin mobiltelefon eftersom de finner litet intresse i att följa med i medieteknikutvecklingen. Det påpekas att det är jobbigt att välja ut och köpa en mobiltelefon eftersom det finns alltför många att välja från. *Emelie, 27*, berättar att hennes strategi har varit att alltid betala en viss summa för sin mobiltelefon, och att hon utgår från att hon vid varje nyinköp gör en uppgradering. På så vis kan hon konstanthålla sin ekonomiska insats samtidigt som hon successivt införskaffar nyare och mer avancerade apparater. Emellertid väljer hon inte själv ut några särskilda funktioner hon tycker mobiltelefonen skall ha. Flera berättar att man vill kunna fatta enkla och snabba beslut, och därför föredrar att köpa ett bekant varumärke. Det argumenteras att det är mer bekvämt att ha det som man alltid haft det eftersom man slipper lära sig alltför mycket nytt. Somliga låter en vän eller partner välja mobiltelefon till dem för att slippa tänka på att göra ett bra val. Flera använder internet för att söka information om produkters kvalité, funktioner och pris. Man besöker bl.a. forum där andra privatkonsumenter diskuterar olika produkter, åsikter som blir vägledande vid andra människors köp. *Ylva, 21, & Tova, 24*, betonar att det känns bra att kunna få information om produkter från andra privatkonsumenters bedömningar. Flera beställer också sina varor på internet, de fysiska butikerna fungerar mer som skyltfönster för vad man hittar billigare på internet. Somliga föredrar dock att handla i en i en lokal och specialiserad butik. Exempelvis argumenterar *Lillemor, 26*, säger att hon först kollar ut en produkt på internet, för att sedan inhandla den i en lokal butik hon har förtroende för.

Den personliga ekonomin och kostnaden för att köpa en mobiltelefon är självklart viktiga faktorer. Flera respondenter understryker att om de skulle tjäna mer pengar så skulle de konsumera mer medieteknik. Exempelvis säger *David, 28* att anledningen till att han inte har den senaste mobiltelefonen till stor del beror på att han inte har råd eftersom han är student. Han säger; *jag känner någonstans i hjärtat att jag tycker det är roligt med såna där grejer, och jag skulle vilja vara med. Hade jag möjlighet att ha en jättehäftig mobiltelefon så skulle jag nog ha det, men det är ingenting jag prioriterar på 6500 i månaden liksom.* Det diskuteras att personlig ekonomi är styrande beträffande all konsumtion. Flera argumenterar att de skulle konsumera mer produkter och tjänster i allmänhet om den personliga ekonomiska situationen förbättrades. Somliga skulle köpa bättre mobiltelefoner, andra skulle prioritera andra konsumtionsvaror. Några understryker att de inte har något behov av de nya funktionerna med mobiltelefoner. De skulle inte köpa dessa även om de hade god ekonomi. Andra diskuterar att medieteknik ofta är ganska dyr, särskilt med tanke på att medieinnehåll och mjukvara ofta kan vara gratis. Huruvida medietekniken uppfattas som dyr beror dels på den personliga ekonomin, dels en jämförelse med priserna för annan medieteknik. Somliga tar också hänsyn till den förväntade prisutvecklingen i förhållande till dagens prisläge. Sammanfattningsvis kan sägas att inom mobiltelefonibranschen sker en kontinuerlig utveckling av mobiltelefoners funktioner och prestanda. För somliga personer sker en liknande uppgradering av intresse för nya funktioner, andra efterfrågar det inte. Intresset för dessa funktioner kommer att analyseras i följande avsnitt.

3.2. Skäl till att inte ta till sig mobiltelefonens multimediefunktioner

Bland dem som inte efterfrågar nya funktioner betraktas mobiltelefonen primärt som ett kommunikationsmedel för att ringa och skicka SMS med. Dessa personer uttrycker en avvaktande, stundtals rent negativ attityd till att anamma nya funktioner i mobiltelefonen. Införskaffande av en ny mobiltelefon sker för somliga när den gamla mobiltelefonen gått sönder eller blivit stulen. *Emma, 22*, berättar att hon måste köpa en ny mobiltelefon då hennes gamla gått sönder. Hon säger; - *jag behöver ingen 3G, jag behöver ingen MMS-funktion, har inte utnyttjat det i någon större utsträckning. Jag behöver kunna ringa och skicka SMS, det räcker egentligen även om nu en massa andra grejer ingår i även den mest basic telefonen, men det är det jag behöver. Därutöver ska den vara praktisk och snygg.* Flera argumenterar att de endast önskar de grundläggande kommunikationsfunktionerna. Däremot framförs att attribut som design kan vara mycket viktigt; mobiltelefonen ska vara liten, snygg och behändig. *Erika, 23*, betonar att det är viktigare för henne att mobiltelefonen är snygg än att den har praktiska funktioner. *Josefine, 27*, och *Mats, 29*, säger att mobiltelefoner idag vanligen har de funktioner de efterfrågar. Funktionerna får vägas mot mobiltelefonens design; en mindre och snyggare mobiltelefon kan vara viktigare än att den har flera funktioner. *Moa, 28*, berättar att hon tidigt köpte en 3G-telefon och började ringa videosamtal. Senare kände hon att det inte var något hon hade behov av. Nästa gång hon köpte mobiltelefon prioriterade hon därför design före funktionalitet. Det diskuteras bland flera att man i första hand har ett behov av att använda mobiltelefonen för röstsamtal och SMS. *Ann- Louise, 28* berättar exempelvis om sina föräldrar; *mamma vill kunna ringa och skicka SMS, hon vill inte mer, och hon vill inte betala för det heller.* Denna inställning har också flera av respondenterna, exempelvis berättar *Henrik, 28*, - *min telefon är liksom säkert tre-fyra år gammal, och liksom jag känner ingen anledning att köpa en ny telefon. För jag menar, den går att ringa med och det går att skicka SMS, och det är det enda jag gör. Då vill jag liksom inte lägga tvåtusen spänn på att köpa en ny telefon.*

Det finns också dem som uppskattar att mobiltelefoner får alltfler integrerade funktioner, andra framför invändningar. Ett argument mot att ta till sig de avancerade funktionerna är att man redan har dessa i andra enheter, och inte vill betala för dessa funktioner på nytt. Flera argumenterar dock att det är fördelaktigt att ha funktionerna integrerade i mobiltelefonen. Andra anser att det är bättre med separata enheter. Exempelvis säger *Katrin, 23*, - *det känns lättare om man har musiken där, och så har man mobilen som man kan ringa på, och så har man en kamera där, det känns bra för mig.* Det diskuteras att det är svårt att hitta enkla mobiltelefoner. *Ronny, 22*, tycker det ofta finns fler funktioner än han behöver, samtidigt som dessa inte har den kvalitet han efterfrågar. En mobiltelefon med multimedia-funktioner saknar enligt *Ronny, 22*, andra viktiga attribut så som stöt- och regntålighet. En slutsats är att även om somliga har intresse för mer avancerade multimedia funktioner, finns andra attribut som kan prioriteras högre. I det följande avsnittet diskuteras ytterligare skäl till att inte använda multimediefunktioner.

Vikten av personlig integritet

Till en början var mobiltelefonen främst ett personligt kommunikationsmedium, och somliga vill att den skall förbli just personlig. Det framförs att man inte vill ha medierna också i mobiltelefonen, det räcker med det breda medieutbud som redan finns. En anledning till att man inte vill få SMS-utskick med nyheter är att det kan störa den personliga integriteten. Flera har alltid med sig mobiltelefonen, ständigt påslagen så att de kan nås av sina bekanta. Mobiltelefonens ljudsignal har vanligen signalerat att en annan människa vill kommunicera med dess ägare. Vanligen är det någon de är bekant med, det handlar om personlig

kommunikation. Respondenterna uttrycker att man uppskattar SMS från bekanta. Att upptäcka att ett SMS är från ett företag kan vara en besvikelse, eller skapa irritation. Flera uttrycker att de inte vill få massmedieinnehåll till mobiltelefonen, särskilt inte utskick per SMS. Det eftersom det dels kan förväxlas med den privata kommunikationen, dels kan ge en känsla av stress. *Inger, 33, - det blir för mycket i så fall liksom.(...) Jag tycker att det blir för stressande...Hanna, 28, - ja det blir ju för mycket, och då blir det ju att man sållar istället, och då kan man inte ta till sig allting liksom. Christian, 19, diskuterar att han upplever att mobiltelefonen är påträngande som multimedium. Han vill absolut inte att innehåll som nyheter per automatik ska skickas till honom. Ylva, 21 påpekar att det är viktigt att själv kunna välja vilket innehåll man vill ta del av. I samma diskussion uttrycker Christina, 23, - alltså jag tycker också att det kan kännas som att de tränger sig på, att det liksom kan kännas skönt att själv bestämma vad man vill ha och sätta gränser, att allting inte ska vara så påtvingat, det är så mycket, det går ju inte att ta in det ändå när det är så mycket.(...)*

Flera respondenter uttrycker att de betraktar mobiltelefonen är ett personligt medium. Somliga framför att de är nöjda så, att de inte vill att den ska bli ett multimedium. *Rebecca, 21, - det är just det här med att det trillar in information hela tiden, att man känner att man måste kolla av hela tiden. (...)* *Det passar mig väldigt bra att använda den som ett helt personligt kommunikationsmedel.* I en annan del av diskussionen säger *Rebecca, 21, - vad gäller nyheter i mobilen skulle jag inte vilja betala en enda krona för det, för det är en sådan, alltså det skulle jag bara se som en stressfaktor, (...)* *SMS använder man för att kommunicera med sina vänner kanske och sådär, och jag skulle inte vilja blanda ihop det med att läsa nyheter, behöva scrolla och sitta och läsa på den lilla skärmen, aldrig i livet alltså.* Respondenternas resonemang handlar om att människor kan uppleva ett behov av att dra en skarp gräns mellan sin privata sfär och massmedierna. *Lisa, 24, säger att hon aldrig uppskattat SMS-utskick från organisationer eftersom mobiltelefonen tillhör hennes privata sfär. Även andra respondenter betonar att mobiltelefonen är en personlig medieteknik. Det diskuteras att mobiltelefonnumret som regel delas ut till folk på förhand. Det är sällan det är obekanta som ringer oannonserat. Flera respondenter säger att det på flera sätt en främmande tanke att lämna ut sitt nummer till olika medieföretag för att få information och nyheter. Orjen, 25, säger att om han skulle få ett SMS från en tidning så skulle det åka i papperskorgen omedelbart. Lillemor, 26, - nej det är just det här med att sitta med telefonen. Jag vill inte utsätta mig för det ständiga mediebruset.*

Ylva, 21, berättar om en lång bussresa där hon uppskattade att få lite lugn och ro. Somliga ser det som en situation då det vore bra med avancerade funktioner i mobiltelefonen så att man kan fördriva tiden med nytta eller underhållning. Hon ser det snarare som en fördel att inte kunna vara aktiv och produktiv i varenda situation i vardagen. Hon säger; jag tror på något sätt att det blir farligt när man hela tiden skall ha möjlighet att vara produktiv, att man ska kunna ha med sin mobiltelefon och sitta i möten hela tiden, för då missar man ju dem här uppenbarliga tillfällena till reflektion och eftertanke och att bara vara. Flera respondenter säger att livsstilen bland människor blivit alltför aktiv och stressig, att man måste sätta gränser någonstans. *Katja, 23, - på något sätt skulle man vilja sätt stopp också, jag menar man kan ju ha informationsflöde hela tiden, jag menar, man kan ju ha TV:n på hemma hela tiden också, men jag har inte det, för jag vill inte ha information hela tiden. Alltså nyheter i mobilen, det känns för nära, i mobilen där vill jag ha mina vänner, och ja jobbet också kanske, men inte nyheter. Josefina, 27 säger att den stressade livsstilen som somliga har där de hela tiden är aktiva, vilket nu sker i ökande grad med mobiltelefonen, är ett sjukligt levnadssätt. Somliga argumenterar att medierytmen är intensiv och påträngande. Lillemor, 26, - det är ett sånt evigt himla hattande hit och dit. Jag vill läsa tidningen, slå ihop den, och sedan lämna den vid pappersåtervinningen, och så kan man göra nästa grej. Jag vill inte ha det här påträngande*

mediebruset hela tiden. Det blir liksom ingen substans i någonting. Emma, 22, m.fl. tycker att medierna har kommit alltför nära in på människors integritet och privata sfär, kanske utan att man själv tillåter sig inse det. Henrik, 28, argumenterar att det är skönt att komma bort från all elektronik och medier ibland. Sammanfattningsvis kan konstateras att flera argument framförs för att inte använda mobiltelefonen som multimedium. Ett argument handlar om kvalitén på funktionerna jämfört med andra enheter, ett annat handlar om att snygg design är viktigare. Vi kan också notera att somliga inte vill ha nya funktioner utan vill behålla mobiltelefonen som ett personligt medium.

3.3. Argument för mobiltelefonens multimediefunktioner

Hur resonerar de som uttrycker ett intresse för avancerade funktioner i mobiltelefonen? En återkommande problematik är hur man skall bedöma fördelen med nya funktioner jämfört med design. Anledningen till att man ser det som ett ställningstagande är att mobiltelefoner med många funktioner ofta upplevs vara stora och ha mindre lockande design. Det framförs att om man väljer en mobiltelefon med riktigt attraktiv design får man vanligen göra avkall på bredden av funktioner. *Orjen, 25* säger att för hans del är det mindre viktigt om mobiltelefonen har snygg design eller inte, det är dess funktioner som är viktigast. Från den tidigare diskussionen vet vi att somliga inte prioriterar funktionerna. Det finns också personer som har sökt mobiltelefoner som har både en elegant eller snygg design samt bra funktioner. I slutändan är det trots allt en subjektiv bedömning huruvida mobiltelefonen känns snygg och funktionell. *Josefine, 27*, berättar att hon ville ha en snygg mobiltelefon med radio. Det var utifrån dessa kriterier som hon letade upp möjliga mobiltelefonmodeller, och sedan köpte hon en som var prisvärd. Vidare har det diskuterats väldigt många andra funktioner och aspekter som respondenterna efterfrågar, så som kamera, mp3, radio och internet. Olika medietekniker utvecklas olika snabbt. Mobiltelefonen utvecklas fort och det är också en medieteknik som många människor väljer att uppgradera tämligen ofta. Somliga respondenter uttrycker ett intresse för att ha många funktioner. Exempelvis säger *Nils, 24*, att han köpt en mobiltelefon med mp3, digitalkamera och 3G. Han hade ett behov av mp3 och digitalkamera i dagsläget. Dessutom kände han att 3G kunde vara bra att ha i framtiden. Vidare argumenterar han att det är praktiskt och prisvärt att ha alla funktionerna integrerat. Somliga respondenter efterfrågar en enskild funktion särskilt mycket. Andra vill ha en mobiltelefon som har flera nya funktioner. Dock har somliga vissa förbehållningar kring funktionernas kvalitet; *Mike, 24*, - *alltså desto fler saker man kan trycka in i en sak desto smidigare, det måste det ju vara. Ska du ha med dig en kamera, en mp3-spelare och en telefon så är det ju två grejer för mycket kan man ju säga.* *Ronny, 22*, - *ja i alla fall så länge man inte tummar på kvalitén för mycket så absolut, desto mer utveckling desto bättre, så länge det blir till ett rimligt pris.* *Sune, 33*, - *så länge de är hyfsat smidiga att bära med sig också, så att de inte är en sån där jätteklump*

Somliga förhåller sig i dagsläget avvaktande till att skaffa en mobiltelefon med multimediefunktioner på delvis andra grunder än de som diskuterats. Dessa uttrycker en positiv attityd till att använda mobiltelefonens mer avancerade funktioner. Däremot anser de att kvalitén i dessa funktioner fortfarande är förhållandevis låg. Det diskuteras att pris och prestanda för separata enheter av exempelvis digitalkamera och mp3-spelare i dagsläget är betydligt fördelaktigare. Emellertid anser dessa personer att det vore praktiskt och fördelaktigt att integrera dessa funktioner i mobiltelefonen. De avser ta till sig dessa i framtiden eftersom

kvalité och pris antas hamna på en fördelaktigare nivå. Exempelvis säger *Andreas, 27*, - *jag tror att det här med att det får plats med mer och mer grejer i samma modul också, när det har packats på så att det blir färre och färre prylar att hålla reda på, då tror jag att man slår till på det, att man känner att det är en komplett sak som man behöver*. Intresset för en multifunktionell mobiltelefon beror delvis på vilken kvalité man efterfrågar för de enskilda funktionerna. Det handlar också om hur man ska förhålla sig till hur man ska göra med de gamla enheterna när man köper nytt. Man upplever det också delvis som en prisfråga, att det är mycket dyrare att få hög kvalité i mobiltelefonen. *Moa, 28*, och *Katrin, 23*, skulle gärna ha just mp3-spelare och kamera integrerat, men avvaktar tillsvidare, de resonerar i likhet med *Beatrice, 22*, som säger - *men det är liksom det att då ska det också vara bra kvalité liksom, för jag har hellre flera grejer som är stora och klumpiga, men att du får bra kvalité på det. (...) Då tycker jag liksom att det är en ganska fin grej att ha allting i samma lilla paket*. En faktor som absolut spelar in är om man redan har lagt pengar på att köpa separata enheter som man tycker fungerar bra. Då tycks man vara av uppfattningen att det är onödigt att lägga ut alltför mycket pengar på att ha samma funktioner i mobiltelefonen också.

Respondenterna för fram både positiva och negativa argument till att införskaffa en mobiltelefon med digitalkamera som integrerad funktion. Den argumenteras att den främsta fördelen är att man alltid har mobiltelefonen med sig, och därför också den integrerade digitalkameran. De positivt inställda betonar att det är praktiskt att inte behöva bära med sig olika prylar. Somliga anser att tillgängligheten och kvalitén är väldigt bra. Exempelvis säger *Ann- Louise, 28*, - *på många nya mobiler är det kamera till exempel, och vissa är ju riktigt, riktigt bra också. Så det är ju skönt att slippa ha mobil och kamera. Eller om man redan är någonstans, och attans nu är kameran hemma, men då har man den i mobilen. (...) de nya, de är väldigt grymma!* *Mike, 24*, anser att kvalitén på mobiltelefonkamerorna är sämre, men att det är bättre att kunna ta bilder av dålig kvalité än inga alls om ett kameraögonblick dyker upp. För somliga är det inget större hinder att bildkvalitén är sämre än andra digitalkameror; *Jens, 23*, - *jag tycker att jag har den sämsta mobilkameran på marknaden, men jag använder den ändå jättemycket. Mest för att man alltid har med sig mobilen, men man har nästan aldrig med sig kameran*.

Det kan sägas råda konsensus kring tillgängligheten, men däremot delade meningar kring kvalitén. *Ronny, 22*, säger att han är avvaktande eftersom vanliga digitalkameror nästan alltid är bättre mobiltelefonkameror. Han understryker dock att när de senare är lika bra så är de mer attraktiva eftersom de är integrerade. Detta argument framförs också av andra, och det betonas att det också är en prisfråga. Flera argumenterar att kvalitén på mobilkamerorna är undermålig. Exempelvis säger *Anna, 23*, att hon inte sparar korten hon tar med sin mobiltelefonkamera, det vill hon ha en bättre kamera till. Flera diskuterar att med en ökande kvalité så blir det mer intressant. *Märta, 21*, tycker att det känns fel att köpa en mobiltelefon med en dålig kamera, eftersom hon då ändå måste köpa en bra digitalkamera. Hon tycker att det är bättre att köpa en billigare mobiltelefon så att hon kan köpa en riktigt bra digitalkamera. I en annan diskussion sägs;

Lisa, 24, - *för mig är det mest en rolig funktion som man kan använda, ja då och då, men jag skulle aldrig föredra kameramobil mot en liten mobil.*

Katrin, 23, - *nej korten blir ju alltså inte bra.*

Lina, 20, - *det känns inte som att kvalitén...*

Lisa, 24, - *nej man måste ju verkligen hålla den helt stilla...*

Katja, 23, - *men alltså den dagen som kamera i mobilen är lika bra som en som kommer vid sidan om, och den dagen som en mp3-spelare är lika bra, då är det självklart att jag kommer att byta ut mina andra grejer.*

Flera diskuterar att man har förändrat sin inställning till kamera i mobiltelefonen över tid. I början var kvalitén mycket dålig och då var det verkligen inte intressant. Nu har kvalitén blivit bättre så somliga tycker att det är meningsfullt att ta foton. Andra är fortfarande avvaktande, men kommer att införskaffa mobiltelefonkamera när kvalitén blir bättre. En slutsats är att olika människors intresse och krav kring fotografering är vägledande. Somliga är helt ointresserade av fotografi och bryr sig därför inte om att ha en kamera i mobiltelefonen. Det diskuteras att bland dem som är väldigt intresserade av fotografi ställs höga krav på kvalitét, det skall helst ske med avancerade systemkameror. En slutsats är att mobiltelefonkameror kanske framförallt är attraktiva för dem som har ett visst intresse av att fotografera, men som inte kräver att det ska ske med avancerade systemkameror. En annan slutsats från diskussionerna är att pris och kvalitét för vanliga digitalkameror utgör referensram för människors förväntningar och bedömningar av mobiltelefonkameror.

Kamera har på senare år förändrats från att vara en tillvalsfunktion till att bli en basfunktion. *Beatrice, 22* berättar att när hon köpte ny mobiltelefon för något år sen så sade hon till säljaren att hon ville ha en med ordlista och vibrator. Då såg säljaren frågande ut och förklarade att alla mobiltelefoner har det nuförtiden. *Beatrice, 22* menar att de flesta som köper en ny mobiltelefon säkerligen får fler funktioner än vad de egentligen behöver. Exempelvis säger *My, 22*, - *det finns är väl ingenting som stör, men jag kommer säkert att inte utnyttja allting.* *Claudia, 23* diskuterar att hon gärna tar till sig medietekniker som verkligen förhöjer hennes livskvalité, men att hon inte vill lägga så mycket pengar på tekniken. *Lillemor, 26*, och *Henrik, 28* diskuterar att medietekniker skall vara praktiska och tillföra nytta. De menar det är deras fokus, medan det för andra personer kan vara tekniken i sig som är i fokus. *Tobias, 23* berättar att han vanligen är tämligen ointresserad av ny medieteknik. När den nya tekniken däremot bidrar med funktioner som är väldigt praktiska känner han sig däremot mer positiv. Han berättar att han var tidig med att skaffa trådlöst bredband hemma. Det eftersom han uppskattar friheten att kunna förflytta sig med sin bärbara dator i lägenheten utan att behöva tänka på att dra med sladdar. Han säger; ”*jag tycker det är fint att bara kunna ta med och ha tillgång till internet hela tiden, och sådär, det är en fin tanke.*” *Andreas, 27*, säger att trådlöst internet är något han verkligen uppskattar att ha, att det är positivt med tillgänglighet överallt. Vilka attityder respondenterna har till att använda internet i mobiltelefonen är en delvis annan sak, vilket kommer att diskuteras längre fram. En slutsats är att multimediala funktioner i mobiltelefonen är viktiga för somliga, och oviktiga för andra. Kvalité och pris för dessa funktioner kan avgöra huruvida man införskaffar dem. En viktig del av respondenternas attityder handlar om vilka kvalitetskrav man har på de olika funktionerna.

Social status kring multimediefunktioner

Tidigare forskning i olika grupper och nationer visar att mobiltelefonens funktioner och design kan uttrycka en persons identitet och sociala status.³⁷ Dessa faktorer kan bidra till att människor anammar nya mobiltelefoner. *Christin, 32*, diskuterar att somliga vill ha det senaste p.g.a. design och status. *Inger, 28* och *Jennie, 21* resonerar att somliga människor liksom bär på ett genuint stort teknikintresse inom sig. *Ylva, 21* berättar att hon har en bekant som hon anser är genuint teknikintresserad. Han är en dataingenjör som tycker tekniken är så intressant att han kan köpa nya grejer bara för att förstå sig på själva tekniken. Hon tror att

³⁷ Matsuda (2005) Kato (2005) Ling (2001a), Skog (2002) Ling (2001b) Habuchi (2005) Katz & Sugiyama (2005, 2006) Gordon (2005) Leung and Wei (2000) Weilenmann & Larsson (2000) Fortunati (2002) Varbanov (2002) Skog (2002)

hennes bekant ställer krav på sig själv att vara uppdaterad. Det eftersom han arbetar med den senaste tekniken och att hans intresse och denna kunskap är något han bär med sig hem till sin vardag. Att diskutera teknik är ett sätt att umgås för honom och hans teknikintresserade vänner. *Henrik, 28* säger - *jo men som jag vet vissa grejer, de som har läst på Chalmers, de sitter och laddar ner nyhetsprogram och ser det i sin Ipod eller mobiltelefon, de tycker liksom att det är coolt med de tekniska prylarna. Det kanske inte är så intresserade av nyheterna i sig, snarare mer att man kan göra på det här sättet som är häftigt, och därför gör dem det.*

Det upplevs med andra ord som prestigefyllt i somliga grupper att göra avancerade saker med sin mobiltelefon. Det diskuteras också bland somliga att det är status att såväl äga, använda som att ha kunskap om ny medieteknik och mobiltelefoni. *Rebecca, 21* berättar om sin pojkvän; *alltså han gillar allt som är nytt bara för att det är nytt och häftigt. (...) och ja, också det här att ha någonting att prata om. Dem kommer där med sina nya telefoner och tycker att det är skithäftigt liksom, så kan dem prata om det.* För somliga är det status med snyggt designade mobiltelefoner. För andra är det status att ha den senaste, mest avancerade eller dyraste teknologin. *Andreas, 27 & Märta, 21* diskuterar att om man har den senaste tekniken så visar man att man ligger i frontlinjen kring att anamma medieteknik. Det argumenteras att det kan liknas vid ett tävlingsmoment jämfört med omgivningen. Det kan sägas uppstå ett socialt tryck i att ta till sig ny mobiltelefoni. *Emma-Maria, 23*, säger att hon vill hänga med i utvecklingen och därför påverkas av hennes omgivning. Hon berättar att många människor i hennes omgivning har snygga mobiltelefoner med avancerade funktioner. Hon säger - *alltså jag kanske inte hade behövt en ny mobil egentligen, men så skaffar man en ny bara för att alla andra har nyare modeller.*

Attityder till mobiltelefonens form och funktion.

Det kan dras flera slutsatser kring respondenternas generella attityd till att anamma mobiltelefonen som multimedium. Intresset är obefintligt för somliga; det argumenteras att man är nöjd som det är eller att man absolut inte vill ha mobiltelefonen som ett multimedium. Bland dem som är positivt inställda handlar det om huruvida funktionernas kvalitet kan motivera deras pris. Dessutom är design en viktig faktor, och somliga argumenterar att det är svårt att få både snygg design och avancerade funktioner i samma apparat. Kvalité och pris bedöms i relation till om man har separata enheter med samma funktion; t.ex. en mp3-spelare. Det finns en avvaktande grupp som gärna anammar mobiltelefonen som multimedium, när deras kriterier kring kvalité och pris är uppfyllda.

4. Attityd till internet och nyheter i mobiltelefonen

I detta avsnitt förs en fördjupande diskussion kring internet eftersom det nuförtiden är en integrerad funktion i de flesta mobiltelefoner. Det finns givetvis flera andra integrerade funktioner i mobiltelefoner. Respondenternas attityd till att ta del av innehåll på internet bedömdes som särskilt intressant eftersom det öppnar upp för nya sätt att kommunicera och orientera sig. De semi-strukturerade fokusgrupperna har bidragit med en tämligen öppen diskussion kring respondenternas attityder till detta fenomen. Det har diskuterats hur man ser på framväxten av mobilt internet och dess olika tjänster. Det kan återigen understrykas att erfarenheterna av att använda dessa tjänster är begränsade bland respondenterna. Majoriteten av respondenterna har inte köpt en 3G-telefon, de är heller inte frekventa användare av internet i mobiltelefonen. Diskussionen kommer därför till viss del att präglas mer av attityder än erfarenheter.

Flera uttrycker ett svalt intresse för att använda mobilt internet i dagsläget. Somliga av dessa menar att deras intresse kommer att fortsätta vara svalt, andra tror det kommer att öka i framtiden. Det påpekas att många var avvaktande till att använda mobiltelefonen eller internet när dessa medietekniker introducerades. Nuförtiden har dessa medietekniker en bred spridning i samhället. Det diskuteras att det ibland är svårt att inte dras med i teknikutvecklingen. Exempelvis att mobiltelefoner har integrerade basfunktioner man inte efterfrågar, eller att man blir tvungen att uppgradera till digital-TV. Ett annat exempel ger *Christina, 23, - jag kommer ihåg en tid när jag var väldigt anti mot mobiltelefoni och tänkte att nej jag kommer aldrig att skaffa mobiltelefon och tänkte typ liksom att man klarar sig med telefonkiosker och sådär. (...) Det är liksom inte bara att tänka på nu liksom, det går ju inte att vara utan mobil.* I detta avsnitt diskuteras respondenternas attityder till två övergripande aspekter kring mobilt internet. Den första aspekten handlar om huruvida mobiltelefonen är lämplig för att använda internet. Den andra aspekten behandlar vilket innehåll man är intresserad att ta del av.

4.1. Mobiltelefonen som medium för internet

De fördelar som lyfts fram kring mobiltelefonen som medium för internet handlar om att man kan bära med sig den vart man än är. Att man har en allestädes närvarande tillgång till internet och dess innehåll. En annan slutsats är att respondenterna emellertid framförallt har invändningar till mobiltelefonens lämplighet som medium för internet. Det har tidigare diskuterats att flera respondenter vill ha en liten och snygg mobiltelefon. Flera säger att mobiltelefoner som har bra mobilt internet vanligen tillhör de mindre attraktiva alternativen. Flera förknippar mobiltelefoner med internet med 3G-telefoner. Dessa förknippas i sin tur med att vara större och klumpigare än andra telefoner. Det argumenteras att man vill ha en någorlunda stor skärm och knappsats för att det skall kännas användarvänligt att surfa på internet. Samtidigt påpekas att om den blir för stor så får det en negativ inverkan eftersom man vill ha en liten mobiltelefon. Exempelvis säger *Maja, 23, - det känns ju som att om man skulle börja använda internet i mobiltelefonen så skulle man behöva köpa en större telefon, för att det är så litet och då får man typ köpa en sådär jättestor grej, men det tycker jag absolut inte det är värt, att köpa en stor telefon bara för den anledningen, det är bättre att ha en liten telefon som får plats i fickan.*

Det diskuteras vidare att det finns många problem med tekniken kring mobilt internet. *Ann-Louise, 28,* berättar att många av hennes kamrater som har en 3G-mobil också har en extra mobiltelefon i reserv. Det eftersom deras 3G-mobil ofta går sönder och får skickas på lagning. Det diskuteras att nya mobiltelefoner upplevs som och tekniskt instabila, i synnerhet 3G-mobiltelefoner. *Petter, 23,* berättar att han upphört med att köpa den senaste teknologin eftersom den vanligen har barnsjukdomar och går sönder. Några diskuterar att det finns ett dåligt rykte kring 3G-telefoner, att dessa ofta krånglar. Exempelvis säger *Josefine, 27, Kalmar,* att hon endast hört dåliga saker om 3G-telefoner. *Benny, 23,* diskuterar att han var för snabbt ute med 3G och videotelefoni, men eftersom kvalitén var dålig tröttnade han och bytte till GSM igen. Det diskuteras att också nättäckningen uppfattats som dålig med 3G, men samtidigt påpekas att det nog blivit bättre. Några uttrycker att telekomoperatörerna kanske var för tidiga med att erbjuda tjänster till konsumenterna. Emellertid har man överseende med ny teknologi och genom bättre tjänster och bra marknadsföring argumenterar man att det kan bli bra. Andra uppfattningar som förs fram är att det är dålig livslängd på batterierna i 3G-mobiltelefonerna och att täckningen är sämre än i GSM-nätet. Somliga uttrycker att detta är

ett problem, exempelvis säger; *Lisa, 24, - det tar på batteriet att sitta och surfa, jag vet inte hur mycket det tar, men när jag tänker på det känns det som att det säkert drar förbaskat mycket batterier. Alltså jag menar, jag skulle inte vilja riskera att inte kunna ringa för att jag suttit och kollat på internet i mobilen.* Det kan konstateras att röstsamtal är den högst prioriterade funktionen; man vill inte få slut på batteriet p.g.a. att man surfat på internet. Om det drar mycket batteri att surfa på internet så försöker man att avstå från att surfa, och istället vänta tills man har tillgång till en dator.

En slutsats är att respondenterna jämför möjligheterna att ta del av internet i mobiltelefonen med hur det är att använda en dator. Flera diskuterar att datorn är fördelaktigare eftersom att skärm och tangentbord är större och att dess internet har snabbare överföringshastighet. Dessutom är man vana vid att använda den, och man vet hur mycket användningen kostar. *Katrin, 23, säger - det är mest den lilla skärmen, man orkar inte sitta och stirra på den. Elisabeth, 24* berättar att hon väldigt sällan använder internet i sin mobiltelefon eftersom den är så mycket sämre än datorn, *Elisabeth, 24, - jag tycker att det är svårt att se vad mobiltelefonen kan göra som inte en dator kan göra, för oftast har man tillgång till en dator, eller jag har det i alla fall.* Det diskuteras att mobiltelefonen framförallt är ett komplement till datorn beträffande användning av internet. Datorn används i första hand, mobiltelefonen används när man saknar tillgång till datorn. Det kan vara när man är bortrest eller ibland i vardagslivet. *Jennika, 24, säger - om man inte har något att göra, om man sitter och väntar på ett tåg eller om man sitter på spårvagnen, det är då man passar på att göra såna här saker.* *Tova, 24,* berättar att hon nyligen flyttade och inte hade bredband hemma under en period. Då kände hon sig väldigt stressad eftersom internet är viktigt för hennes kontakt med omvärlden. Under denna period kände hon att internet i mobiltelefonen var ett bra alternativ. *Jenna, 21,* diskuterar att det känns besvärligt att använda sig av mobiltelefonen för att surfa på internet. När hon är på resande fot med exempelvis tåg föredrar hon att använda sin bärbara dator. *Benny, 23,* instämmer i att användarvänligheten är sämre för internet i mobiltelefonen. Han tycker också att ett problem med mobilt internet är att utbudet är alltför begränsat. *Anton, 27,* diskuterar att kvalitén på mobiltelefonerna är en viktig del, men att utbudet och utformningen av innehållstjänsterna är minst lika viktigt. *Jens, 23,* säger att han betraktar 3G som en sorts ny teknisk kompetens som företagen inte hittat ett forum för. Han säger: *de har liksom hittat en kreativ idé, och vad ska man nu använda den till?*

Utbudet av innehåll för mobilt internet är mer begränsat eftersom det är färre antal hemsidor som är särskilt anpassade till mobiltelefonens gränssnitt.³⁸ Med nya mobiltelefoner finns dock särskilda webbläsare som gör att användaren kan ta del av i princip allt innehåll. Frågan är om man vill ta del av särskilt innehåll på internet med mobiltelefonen. En slutsats är att flera respondenter efterfrågar olika sorters praktisk information. Flera berättar om ett intresse för olika upplysningstjänster. Bland dessa nämns Gula sidorna och information om kollektivtrafiken via Västtrafik. Det diskuteras att något man efterfrågar är hemsidor som kan ge praktisk information om något som man av olika anledningar behöver veta omedelbart. Det är flera personer som inte har 3G-telefoner men som ändå har intresse av olika sorters innehåll för internet i mobiltelefonen. Exempelvis diskuterar *Andreas, 27,* att han efterfrågar en sökmotor så att han enkelt kan kolla upp saker på internet var han än är. *Jens, 23,* vill kunna lösa små praktiska problem genom att kunna kolla upp adresser, kartor m.m. En slutsats är att man på en allmän nivå efterfrågar innehåll och tjänster som ger en praktisk och värdefull information i situationer då andra informationskällor saknas. *Maja, 23,* säger att det är praktiskt med bekräftelser via SMS för exempelvis tågbokningar, bilregistret, nummerupplysningen m.m. Dessa tjänster kräver inte mobilt internet, men det framförs att

³⁸ Wap- eller mob-adresser.

liknande saker vore bra. En funktion som flera anser är bra att kunna använda i sin mobiltelefon är e-post. Det är en funktion man ibland har ett så stort behov av att man helst inte väntar tills man har tillgång till en dator.

I vardagslivet har många svenskar tämligen god tillgång till internet vid olika platser. Dessutom blir tillgången till trådlöst internet och bärbara datorer alltmer utbredd. För somliga är behovet av internet i mobiltelefonen därför inte särskilt stort. För andra har det skapats ett behov av att ständigt kunna vara uppkopplad till internet. Det kan rentav skapa en stresskänsla hos dessa personer om de inte får tillgång till internet. För andra skapas stresskänslan tvärtom av att de faktiskt tillgång till internet i mobiltelefonen. Det eftersom dessa personer då aldrig kan slappna av helt. Anledningen är att man genom internet kan aktivera sig och ständigt vara produktiv. Flera respondenter diskuterar att med ett mobilt internet kan man både söka viktig information och att underhålla sig själv. Musik är en annan sorts innehåll man kan ta del av i mobiltelefonen som man uppfattar hör hemma inom underhållningsgenren. Flera tycker att det är praktiskt och bra att kunna ladda ner musik direkt till mobiltelefonen eftersom det möjliggör en hög grad av spontanitet. *Tobias, 23*, tycker att det är negativt att musiken han laddar ner till mobiltelefonen inte kan överföras till datorn eftersom hans operatör har en spärr. Flera berättar att priset avgör till vilken enhet man laddar ner musiken. Eftersom flera laddar ner gratis till datorn så väljs vanligen det alternativet. En annan tjänst som möjliggörs med internet är videotelefoni. Flera påpekar att de inte har något som helst behov av videotelefoni. *Jenna, 21*, tycker rentav att det är pinsamt med videotelefoni på offentliga platser. *Nils, 24*, berättar att han har svårt att prata med människor utan ögonkontakt. Därför uppskattar han videotelefoni trots att den undermåliga kvalitén innebär en viss fördröjning. Han berättar vidare att han har nytta av det eftersom hans syster är hörselskadad. Med videotelefoni kan de prata eftersom hon kan läsa av vad han säger genom hans läpprörelser. Det diskuteras också att nyheter med teckenspråk genom SVT:s Nyhetstecken är en jättebra tjänst för hörselskadade. Nästa avsnitt avser fördjupa diskussionen kring attityderna till nyheter i mobiltelefonen.

4.2. Attityd till användning av nyheter

Nyheter i mobiltelefonen kan man ta del av på olika sätt; genom radio, internet och tv.. Somliga berättar att de under ett par års tid lyssnat till radionyheter i mobiltelefonen. Diskussionen fokuserar emellertid nyheter via det mobila internet Detta är en av många möjligheter att ta del av nyheter i dagens mobiltelefoner. Följande diskussion kommer emellertid att fokusera möjligheten till att ta del av nyheter via mobilt internet. *Shirin, 33*, berättar att hon började ta del av nyheter i mobiltelefonen efter att hon fått en uppmaning per post från Göteborgs-Posten där de berättade hur det fungerar. Hon säger; *så jag tänkte att jag testar, jag tycker att det bara är roligt, att det mest bara är roligt att lattja med mobilen typ. (...) sen var jag ju inne, och då så upptäckte jag ju at det var ganska hyfsat bra och uppsatt och så ändå. Men så är ju mobilen också min käraste ägodel ”skratt”*. Det kan återigen påpekas att endast ett fåtal av respondenterna tar idag del av nyheter i mobiltelefonen. Följande avsnitt kommer därför att präglas av icke-användares åsikter, vilket medför två huvudsakliga konsekvenser. För det första är användare av ett medium i generell mening mer positiva eftersom de till skillnad från andra faktiskt redan valt att bruka mediet. För det andra innebär det att icke-användarna vanligen har sämre uppfattning om vad det innebär att ta del av nyheter i mobiltelefonen.

Mobiltelefonen; ett lämpligt nyhetsmedium?

Flera respondenter anser att om skall ta del av nyheter i mobiltelefonen så föredrar man att ha en väldigt bra mobiltelefon. För somliga ses det som ett krav, för andra är det ett önskemål. *Shirin, 33*, berättar att hon inte tycker att det är problem att ta del av nyheter i hennes äldre mobiltelefon med GPRS. 3G-telefoner upplevs vara fördelaktigare för att hantera tjänster kring mobilt internet. Flera respondenter uttrycker emellertid skepsis till att de skulle använda sina 3G-telefoner för att ta del av nyheter. Man känner inte att incitamenten för att uppgradera till 3G-standarden är tillräckligt stora. Det diskuteras att kostnaden för uppgradering och rykten om svagheter med 3G ger en känsla av att den relativa fördelen inte är tillräckligt stor. Det eftersom intresset för internet och nyheter bland flera är ganska begränsat. Flera säger att man i dagsläget framförallt använder sin mobiltelefon för röstsamtal och SMS. Somliga har inte heller behov av att kunna göra mer. Samtidigt påpekas att medieteknikutvecklingen är oförutsägbar. Det diskuteras att man inte kan utesluta att man börjar ta del av nyheter i mobiltelefonen om ett par år. Några påpekar att de i dagsläget är avvaktande eftersom de inte prioriterar att lära sig den nya tekniken. *Hanna, 28*, tror att det för hennes del skulle ta ganska lång tid att lära sig hur man hanterar internet i en 3G-telefon. Attityderna till att använda nyheter i mobiltelefonen berör framförallt två aspekter. Den första som skall diskuteras handlar om mobiltelefonen som nyhetsmedium och dess användarvänlighet. Därefter diskuteras den andra aspekten som berör själva nyhetsutbudet, vilket delvis handlar om dess användbarhet.

I diskussionen kring mobiltelefonen som nyhetsmedium framförs inte oväntat delvis samma argument som kring diskussionen om att använda internet i mobiltelefonen. Det diskuteras att mobiltelefonen är fördelaktig eftersom man kan använda den oberoende av tid och rum. En annan fördel som lyfts fram är att det finns ett brett utbud av nyhetsmedier. Det upplevs också som fördelaktigt att man kan ta del av nyheter som text, ljud och video. Bland de begränsningar som diskuteras är bl.a. att mobiltelefonen har för långsam överföringshastighet samt en liten skärm och knappats. Exempelvis säger *Ove, 27*, - *jag hade gärna använt mobiltelefonen till att läsa nyheter om det bara fanns ett bra gränssnitt för att läsa, en mycket större skärm. Emma, 22*, tycker att skärmen är alldeles för liten för att det skall fungera att ta del av nyheter. Det fungerar med SMS, men med nyheter blir det för mycket text. Hon berättar att hennes pojkvän har en smartphone, vilken är avsevärt bättre för nyheter p.g.a. dess stora skärm. Emellertid är det flera som inte vill ha såna mobiltelefoner eftersom de upplevs som klumpiga och fula. En slutsats är att det tycks som man både vill äta och spara kakan. Man argumenterar att man vill ha en mobiltelefon med större skärm och knappats samt fler funktioner. Samtidigt skall mobiltelefonen förbli liten. *My, 22*, tycker att man behöver något som mer liknar en handdator för att det skall bli intressant med nyheter. Emellertid påpekar även hon att hon vill ha en liten och smidig mobiltelefon. Vidare argumenterar flera att användarvänligheten även påverkas negativt av också andra faktorer. Emellertid har man svårt för att beskriva vilka dessa brister är. *Ronny, 22* diskuterar att användargränssnittet känns alltför plottrigt, att det är något kring internet i mobiltelefonen som gör det svårnavigerat.

Elisabeth, 24, diskuterar att hon tycker att nyheterna blir fula och konstiga i mobiltelefonen. *Inger, 33*, argumenterar att hon skulle kunna tänka sig att ta del av nyheter i mobiltelefonen, men att det är viktigt för henne att dessa innehåller bilder. *Ronny, 22*, tycker att det är trevligt att kunnat få nyheter överallt. Han använder ofta text-tv i mobiltelefonen, vilket ger honom en uppdatering av nyhetsflödet. Han säger också att det är trevligt med bilder till nyheterna i mobiltelefonen, men understryker att det inte är viktigt för honom. Den stora fördelen är att kunna ta del av nyheter var man än befinner sig. Han säger; *men det skulle ju vara trevligt om man kunde följa fotbollsmatchen på telefonen när man är någon helt annanstans och inte kan*

göra det, eller se Anjas slalomåk eller så. Lillemor, 26, ser det som ett problem med nyheter i mobiltelefonen eftersom att det är svårare att surfa runt smidigt. Hon efterfrågar bättre användarvänlighet. Därför vill hon kunna göra förval av olika sorts nyhetskategorier som hon är intresserad av, så att hon snabbt hittar till dessa.

Vilket nyhetsinnehåll lämpar sig för mobiltelefonen?

Det har förts diskussioner kring att man inte känner ett generellt behov av att hålla sig uppdaterad om nyhetsflödet. Däremot om man vet att det är något särskilt som händer så kanske man är för nyfiken för att kunna vänta tills man har tillgång till andra nyhetsmedier. *Lillemor, 26, känner inget behov för vanliga nyheter i mobiltelefonen. Om man däremot kan se uppdateringar i en budgivning om lägenhet eller liknande som en nyhet så är det något som kan vara angeläget för henne. Andra respondenter nämner olika traditionella nyheter som vore intressanta att ta del av. Hanna, 28, och Henrik, 28, diskuterar att just vid stora mästerskap som OS finns det vissa tävlingsmoment de bara måste följa. Om de inte kan göra det via TV eller andra medier så är det uppskattat att kunna göra det i mobiltelefonen. De tillägger dock att det framförallt är just vid sådana stora tävlingar som det är intressant. Katrin, 23 berättar att hon i första hand försöker ta del av stora evenemang som exempelvis en OS-hockeyfinal genom att titta på TV. I andra hand tar hon del av det via internet eller en tidning. Hon känner inte att hon behöver läsa om det direkt efter i mobiltelefonen. I de situationer det dröjer väldigt länge tills hon kan få reda på resultatet på annat sätt är mobiltelefonen dock intressant. Lisa, 24, berättar att en gång när hon reste med tåg höll hennes pappa henne informerad om en viktig ishockeymatch via SMS. Hon argumenterar att det är praktiskt att nu kunna uppdatera sig på egen hand. Några diskuterar att idrotts- och ekonominyheter är något man kan tänka sig att få nyhetsuppdatering kring. Flera påpekar att dessa nyhetskategorier skiljer sig från andra typer av nyheter. Exempelvis säger Hanna, 28, att hon har svårt att se att hon har ett behov av att läsa en recension så fort den kommer. Ove, 27, säger dock att en fördel är att kunna läsa recensioner eller information om exempelvis en konsert när man väljer mellan olika alternativ. Det diskuteras att det är praktiskt att ta del av den typen av information om man skall fatta beslut och snabbt vill få information för att få guidning i sina val. I sådana situationer kan nyhetsutskick vara av intresse. Orjen, 25, Claudia, 23 och Jenna, 21, enas om att det är mycket viktigt att individen själv får bestämma vad denne vill ha för nyhetsutskick. Andy, 22, säger att han absolut är intresserad av att ta del av för honom viktiga nyheter om han inte har tillgång till andra nyhetsmedier.*

Andy, 22, - det känns som att det beror på vilka behov man har, så det är ju inte varje dag precis.

Lisa, 24, - nej det skulle vara något extremfall i så fall, typ att man vill ha fotbollsresultaten varje lördag.

Maja, 23, - man kan typ få SMS vid vasaloppet, (...) vilket egentligen är väldigt dyrt, men det kan det ju få vara eftersom det bara är en gång per år.

Flera argumenterar att stora sporthändelser är särskilt intressant nyhetsinnehåll för mobiltelefonen. Det eftersom människor engagerar sig i sport, men också att man vanligen vet när en idrottshändelse ska äga rum. Det är därför enkelt att på egen hand uppdatera sig kring dessa händelser. Det diskuteras att det kan vara av intresse med automatiserad nyhetsbevakning med notifiering per e-post eller SMS. Emellertid understryks det att det är viktigt att användaren själv beställer dessa tjänster. Flera är starkt negativa till att få SMS-notifieringar om nyheter. Exempelvis säger Henrik, 28, - *jag skulle inte vilja ha nyheter som bara kommer in i min mobiltelefon hela tiden liksom, men om jag visste det att det är OS, och att det är en deltävling, och att jag inte kan se den, då skulle jag gärna vilja veta hur det går.(...) då vill jag ju kunna säga att det här är det jag vill ha idag, jag vill liksom inte att det*

bara pumpar in liksom. Absolut inte, för då söker jag hellre upp när det har hänt någonting. Men är det någonting specifikt kan jag ju känna att det här vill jag ha.

Mobiltelefonen som komplementärt nyhetsmedium

Mobiltelefonen kan fungera som ett verktyg för att få nyheter vid särskilda nyhetshändelser, men också som allmän uppdatering eller som tidsfördriv. I flera diskussioner gör respondenterna jämförelser kring mobiltelefonen som nyhetsmedium i relation till andra nyhetsmedier de har erfarenhet av. Den lilla skärmen på mobiltelefonen jämförs med den avsevärt större datorskärmen eller TV:n. Skärmarna för dessa medier blir allt större, mobiltelefonerna däremot blir allt mindre. *Beatrice, 22*, diskuterar att en svaghet med nyheter i mobiltelefonen är att den i jämförelse med exempelvis papperstidningen ger sämre överblick och läsarvänlighet. *Henrik, 28* säger att tekniken för all del ibland gör underverk. Däremot har han svårt att se hur man skall kunna skapa något i ett digitalt format som är lika smidigt och överblickbart som en papperstidning. Att läsa nyheter i den bärbara datorn tycker han är bra, men att det knappast är så att han tar fram den på en bussresa i kollektivtrafiken. *Henrik, 28* och *Hanna, 28*, tycker att den bärbara datorn är mycket bättre för digitala nyheter än mobiltelefonen. Däremot kommer den till användning först vid lite längre tågresor eller liknande. Flera diskuterar att vid tillfällen då de inte fick tag på några andra nyhetskällor så skulle de mycket väl kunna använda mobiltelefonen för att se om det har hänt någonting. Man uttrycker ett behov av alltid ha möjlighet att ta del av nyheter för att inte tappa kontakten med världen. En slutsats är att mobiltelefonen i dessa situationer kan fungera som en ersättare till andra nyhetsmedier. Sådana situationer kan uppstå vid sommarstugan eller vid en tågresa. Däremot säger respondenterna att man vanligen prioriterar andra nyhetskällor om dessa är tillgängliga, vilket man vanligen tycker att de är.

Somliga anser att de rentav kan uppskatta situationer där medier inte är tillgängliga. *Christian, 19*, diskuterar att han har svårt att se ett behov av nyheter i mobiltelefonen i sitt vardagliga liv. Det eftersom han har tillgång till internet vid såväl skolan som hemma. För hans del går det sällan mer än ett par timmar i vardagslivet som han är på platser där han inte har tillgång till en dator med internet. Nyhetsmedier utgör ett frekvent inslag i svenskarnas vardag. Det finns ett stort intresse att hålla sig uppdaterad om vad som händer i omvärlden. För somliga kan befintliga nyhetskällor ge tillräckligt med information. Andra känner ett behov av ytterligare nyhetsuppdatering. Mobiltelefonen som nyhetsmedium betraktas främst som ett komplement. Men den är ett komplement på ett annat sätt än nättidningen. Några anser att mobiltelefonen är bra för att kontinuerligt uppdatera sig under dygnet. Mobiltelefonen tycks dock främst betraktas som ett komplement i situationer när man inte har tillgång till andra nyhetsmedier. Exempelvis säger *Andy, 22*, - *jag har ju WAP på min telefon, men det använder jag typ när jag reser, precis som Lisa, 24, sa innan, det är då jag använder de här tilläggstjänsterna, men inte i vanliga fall.* Det diskuteras kring nyhetsflödet och behovet att uppdatera sig kontinuerligt under dagen. *Sune, 33*, säger; - *det känns som man kan vänta tills man kommer hem egentligen. (...) Det känns inte som att nyheterna förändras så himla snabbt egentligen, att det är så mycket som händer varje dag att man inte kan följa med en gång om dagen.* En funktion med mobila nyheter är att vara en medieteknik för uppdatering när andra nyhetsmedier inte är tillgängliga. För somliga respondenter är detta den enda funktionen. *Petter, 23*, - *egentligen är faktiskt den enda anledningen jag ser till att ha nyheter i mobiltelefon är just när man är avskuren från alla andra former av kommunikation, men det är ju så sällan man är det, så jag är lite tveksam till det.* Flera respondenter berättar att de inte tar del av nyheter i mobiltelefonen på regelbunden basis. Istället används den vid speciella tillfällen. *Nils, 24*, - *den enda gången som jag varit inne och kollat på nyheter var under OS, när det var curling, för då var jag jävligt orolig eftersom jag inte var uppdaterad.*

Somliga uttrycker ett intresse för mobila nyheter som underhållning. Exempelvis berättar *Peter, 24*, att han i dagsläget tar del av textnyheter i mobiltelefonen. Han känner att det vore underhållande och trevligt med videobaserade nyheter. Dock framhåller han att han är skeptisk eftersom han föreställer sig att kvalitén är undermålig. Övriga deltagare berättar för honom att kvalitén på video är tämligen god med nyare mobiltelefoner. *Peter, 24*, uttrycker då en förändrad åsikt. Han säger att med god kvalitet så är det ett nytt läge, och att gärna skulle betala ett fast pris för att alltid ha tillgång till TV och videos. *Peter, 24, - det handlar nog mer om underhållning typ, av samma anledning som man läser Metro typ, för man vill ju inte sitta fyrtio minuter med spårvagnen in till skolan och sedan fyrtio minuter hem och bara titta ut genom fönstret, då vill man ju ha något att göra.* Somliga ser flera situationer i sin vardag då de tycker det vore lämpligt att använda mobiltelefonen för nyheter. Flera uttrycker att mobiltelefonen kan vara ett alternativ till gratistidningarna vid resor med kollektivtrafiken. Det är framförallt situationer då man känner att man inte har något särskilt att göra. Andra tycker tvärtom att det finns något behov i att fylla sådana luckor i vardagen genom att ta del av nyheter i mobiltelefonen. *Tova, 24*, säger att hon idag inte känner sig alls lockad av att kolla nyheter i mobiltelefonen i kollektivtrafiken. Hon och flera andra diskuterar dock att det troligen ändrar sig i framtiden eftersom man förändrar sina attityder, behov och vanor kring nyheter i mobiltelefonen. Det diskuteras att man tror att tekniken, tjänsterna och priserna för mobiltelefoni kommer att bli bättre. När den personliga ekonomin i framtiden förbättras kommer flera att köpa bättre mobiltelefoner och lägga mer pengar på mobiltelefonräkningen. Det diskuteras att intresset och behovet kan öka beroende på vad för sorts arbete man får i framtiden samt hur mycket man kommer att röra på sig.

Flera argumenterar att artiklarna för nyheter i mobiltelefonen ska vara korta. *Maja, 23, Lisa, 24, och Katrin, 23*, tycker att nyheterna skulle göra sig bäst i samma stil som nyheterna på Text-TV. *Katja, 23*, invänder eftersom hon anser att om artiklarna är för korta skulle det inte vara värt att läsa dem. *Maja, 23*, anser tvärtom att de korta nyheterna är ett bra komplement till andra nyhetsmedier. Hon säger att hon inte orkar läsa alltför långa artiklar i mobiltelefonen. Hon tycker att bredden kan man få i andra nyhetsmedier, att mobiltelefonen gör sig bäst för snabb uppdatering. *Katrin, 23, - ska man läsa nyheter så vill man ju egentligen läsa en lite längre artikel, men jag menar, jag skulle ju aldrig sitta och läsa en hel tidningsartikel i en mobiltelefon, man kan ju inte sitta och stirra på en sådan liten skärm.* *Katrin, 23*, argumenterar vidare att de korta nyheterna inte heller är särskilt intressanta, de får hon ofta på annat håll. Hon ser nyheter i mobiltelefonen som ett tidsfördriv, och absolut inte som en första nyhetskälla. Även många andra ser mobila nyheter som ett tidsfördriv, exempelvis säger *Benny, 23, - nej jag ser inte framför mig att jag skulle kolla några särskilda nyheter i mobilen, i så fall skulle det vara ett rent tidsfördriv i sådana fall. För skulle jag åka spårvagn skulle jag kunna vänta tills jag är hemma*

En slutsats är att respondenterna bedömer mobiltelefonen som multimedium och nyhetsmedium i relation till andra medier så som datorn och tidningen. Det argumenteras att datorn på flera sätt har en högre användarvänlighet än mobiltelefonen. Dock har mobiltelefonen en potentiell användbarhet genom att man kan använda den överallt. Man vill använda den som en sökmotor för praktisk och nyttig information. Flera uppfattar också mobiltelefonen som ett potentiellt nyhetsmedium. Dess roll är som ett komplement till andra medier, när man saknar tillgång till dessa. Det betonas att en rad olika faktorer gör att man tycker att mobiltelefonen är ett nyhetsmedium av undermålig kvalitet i dagsläget. Somliga tror att de kommer att börja använda nyheter i mobiltelefonen när dessa faktorer förbättras, liksom den privatekonomiska situationen. Andra argumenterar att de helt enkelt inte känner något

intresse alls för nyheter i mobiltelefonen. Det kan konstateras att mobiltelefonen ses som ett komplement till andra nyhetskällor i vardagsstrukturen, och en möjlig ersättare vid tillfällen då man saknar tillgång till de övriga nyhetsmedierna.

5. Attityd till kostnader för mobiltelefonens multimediefunktioner

Människors behov för en produkt/tjänst kan ge en bra indikation om de faktiskt kommer att tillägna sig denna. Det förutsätter dock att produkten/tjänsten inte är väldigt kostsam. Exempelvis kan många vara väldigt intresserade av att ha en lyxbil, men få har råd att köpa en. Kostnaden för produkter och tjänster kan mycket väl vara helt avgörande för huruvida man anammar dessa. Det finns olika sorters kostnader som relateras till mobiltelefoni. En kostnad handlar om inköp av den specifika mobiltelefonen. En annan kostnad handlar om vad den totala kostnaden för bytet innebär.³⁹ Ett byte av mobiltelefon kan innebära att gamla headset, batteriladdare för bilen m.m. måste bytas ut eftersom de inte är kompatibla. Det finns två huvudtyper av kostnader; de initiala och de löpande. De initiala handlar om inköp, de löpande om kostnader för abonnemang och tjänster. De löpande kostnaderna är vanligen rörliga, men det går också att teckna sig för tjänster enligt en fast prismodell. I avsnitt tre diskuterades människors olika preferenser kring mobiltelefoner; behov av funktioner, personlig integritet, status och design. Det har konstaterats att kostnader påverkar huruvida människor anamma mobiltelefoni. Somliga berättar att de trots en begränsad personlig ekonomi prioriterar inköp av en avancerad mobiltelefon. Exempelvis berättar *Katja, 23* och *Katrin, 23* att nästa gång de köper en mobiltelefon vill de ha en med många funktioner och av god kvalitet. Detta avsnitt fokuserar kostnadernas roll i relation till mobiltelefonen som multimedium.

5.1. Inköp av mobiltelefon med multimediefunktioner.

Flera uttrycker att de verkligen vill ha en ny och avancerad mobiltelefon, men känner att de inte har råd. *Jennie, 21*, berättar om sin längtan efter en ny och fin mobiltelefon. Denna längtan kan inte förverkligas med hennes nuvarande ekonomiska situation. Flera säger att de egentligen vill förnya sig med sin mobiltelefon, men att andra utgifter måste prioriteras. Exempelvis säger *Shirin, 33*, - *det handlar om att jag är komplett prylgalen. Jag skulle inte tacka nej till en mobiltelefon för tiotusen, men det är ju det också vad min ekonomi tillåter.* Flera understryker att man vill ha en bättre mobiltelefon, men till ett bra pris. Det diskuteras att man kan få bra priserbudanden om man binder sig till en operatör.

En slutsats är att flera gärna skulle ha mobiltelefoner med flera integrerade funktioner, men att de upplever kvalitén som undermålig. Till saken hör att när dessa respondenter har uttalat sig om kvalitén så tar de automatiskt hänsyn till sin privatekonomi. De tenderar att diskutera mobiltelefoner i vad man skulle kunna kalla de lägre prisklasserna. Man väger kvalitet mot pris, och bedömer endast de mobiltelefoner man faktiskt har råd med. De riktigt avancerade mobiltelefonerna tas inte med i bedömningen eftersom man inte har råd att införskaffa dessa i dagsläget. Exempelvis säger *Tobias, 23*, - *det är liksom först om fyra fem år som de mobilerna ligger på ett pris så att jag har råd med dem. Så jag bryr mig inte så mycket om att de finns nu för dem som har mycket pengar över till det. Men överhuvudtaget tycker jag att det är en kul tanke att man skall ha tillgång till så mycket som möjligt trådlöst, och*

³⁹ Hoyer & MacInnis (2001)

mobiltelefonen har man ju praktiskt taget alltid med sig så det är ju schysst. Somliga respondenter följer den medietekniska utvecklingen av mobiltelefoner mer passivt. Flera hoppas på att det kan bli aktuellt inom ett par år att också de själva kan konsumera. Katja, 23, säger; - men alltså den dagen som kamera i mobilen är lika bra som en som kommer vid sidan om, och den dagen som en mp3-spelare är lika bra, då är det självklart att jag kommer att byta ut mina andra grejer. Denna åsikt delar flera respondenter, man inväntar en kvalitetsökning, till ett förmånligt pris. Några diskuterar att priset på sådana mobiltelefoner gör att de inte kan köpa dem idag. Andra säger att de dock har väldigt litet intresse för mer avancerade mobiltelefoner överhuvudtaget. Somliga betonar att man köper en ny mobiltelefon när man upplever att den gamla saknar viktiga funktioner i förhållande till de nya mobiltelefonerna. Men att nya mobiltelefoner får nya och bättre funktioner leder inte per automatik att man vill införskaffa dessa. Ronny, 22, argumenterar att de avancerade mobiltelefonerna är mindre gedigna. Han skulle gärna betala mer för att få en mobiltelefon som verkligen är robust och stöttålig eftersom han är mycket i skogen på fritiden. Utbudet av sådana anser han är väldigt tunt.

5.2. Internet

En tidigare slutsats är att det finns ett intresse för exempelvis informationstjänster i mobiltelefonen. Somliga använder och betalar redan i dagsläget för sådana tjänster. Kostnaden kan vara av avgörande betydelse för om man anammar sådana tjänster. Det diskuteras att när man har löpande kostnader för att surfa i mobiltelefonen känner man sig hämmad. Somliga säger att det vore fördelaktigare att betala en fast summa. Orjen, 25, - *om det inte kostar alltför mycket pengar och är snabbt så är det ju klart att det vore kul att ha internet i mobilen och kunna googla, men man vill ju inte betala. (...) Men visst hade det varit gratis så, (...) men det är inte så att jag har något jättebehov liksom, att jag känner att jag måste vara uppkopplad non-stop. Mike, 24, diskuterar att han i första hand prioriterar att lägga sina mobiltelefonkostnader på tal och SMS. Det framförs att om man har kontantkort vill man inte spendera stora summor på Internetanvändning och riskera att man sedan inte har råd att ringa röstsamtal. Andra säger att eftersom man vill begränsa utgifterna för mobiltelefoni så är man avvaktande till att använda internet. Flera argumenterar att till skillnad från andra medier associerar man användningen av mobiltelefonen till utgifter. Det poängteras att det dessutom är svårt att veta hur mycket det kostar. Somliga undviker att använda mobiltelefonen eftersom man är rädd att det skall vara väldigt dyrt. Josefine, 27, berättar att hon nyligen fick ett SMS med erbjudande om tre gratis ringsignaler. Hon följde instruktionerna i SMS:et och mobiltelefonen kopplade upp sig mot internet. Då tänkte hon; *shit, nu drar de ju pengar. Så var ju min första tanke att nu drar den alla mina pengar på mitt konto eller någonting, så jag avslutade direkt. Alltså jag blir bara så suspekt.**

5.3. Nyheter

Somliga respondenter är helt ointresserade av nyheter i mobiltelefonen, oavsett vilka kostnader detta för med sig. Bland dem som vill ta del av nyheter i mobiltelefon är kostnaden en viktig fråga. Även om många är negativa till att betala för nyheter till mobiltelefonen, så drar jag slutsats att attityden till att betala för dessa är mer positiv än för nyheter på internet. Somliga anser att mobiltelefonen är förknippad med kostnader, att man kan förvänta sig att behöva betala för innehåll. Mobiltelefonabbonenter betalar trafikavgifter för att surfa på

internet i mobiltelefonen. Det kan liknas vid avgifterna för internetuppkoppling hemma. Flera uttrycker emellertid en osäkerhet i kunskap kring kostnaderna för internetsurfande. Dels är man osäker vad man betalat till sin operatör, dels huruvida själva sajten kostar pengar. Följande diskussion utspelar sig efter att *Shirin, 33* berättat att hon ofta tar del av nyheter från Göteborgs-Posten i mobiltelefonen;

Märta, 21, - får jag fråga om det kostar något att använda GP i mobilen?

Shirin, 33, - ja, jag betalar väl nog, nej alltså det är ju operatören, men det kostar ju ingenting att gå in på GP.

Märta, 21, - okay, nej nej, så det är gratis?

Shirin, 33, - ja det antar jag, annars borde det ju ha stått det, annars blir jag inte glad.

Alla - "skrattar"

Märta, 21, - ja det är ju det, det tycker jag känns lurigt, för plötsligt är man inne på en sida som kostar pengar och så, oj shit, det är så lurigt på något sätt.

Shirin, 33, - men det är därför jag har kontantkort, när pengarna är slut så är det slut.

En slutsats är att respondenternas osäkerhet kring vad det faktiskt kostar att ta del av nyheter i mobiltelefonen skapar ett hinder till att börja använda. I en av diskussionerna resonerar *Katja, 23*, kring att ta del av nyheter i mobiltelefonen; *alltså jag skulle aldrig göra det för jag tänker att mobilen är lika med att det är dyrt när det gäller att koppla upp sig och sådär, men så vet jag inte om det är, men typ.* Det diskuteras att internet och nättidningar är något man relaterar till en gratiskultur. Om en nyhetskälla på internet börjar ta betalt så skulle man sannolikt söka sig till andra nyhetskällor. Nu avser jag att diskutera respondenternas argument för och emot att betala för nyheter i mobiltelefonen.

Argument mot att betala för nyheter i mobiltelefonen

De respondenter som uttryckt att de inte kan tänka sig att betala för nyheter i mobiltelefonen anger huvudsakligen tre argument. Ett första argument handlar om att de helt enkelt inte har något behov av nyheter i mobiltelefonen. De säger att de får tillräckligt med nyheter från andra medier. Exempelvis säger *Pelle, 23, - jag hade inte betalat någonting för att få nyheter till mobilen, jag skulle inte vilja ha det ens.* Dessa respondenter relaterar nyheter i mobiltelefonen till kvalitén och kostnaden för att ta del av nyheter i andra medier. Det argumenteras att andra nyhetsmedier är fördelaktigare än mobiltelefonen, åtminstone med dess nuvarande form och utbud. Ett argument för att ta del av nyheter i mobiltelefonen vore att kunna uppdatera sig var man än är. Dessa respondenter anser dock att man vanligen kan uppdatera sig genom andra nyhetsmedier. Exempelvis säger *Emma-Maria, 23*, att det sällan går många timmar i hennes vardag utan att hon har tillgång till internet eller tv. Att uppdatera sig oftare än så har hon inte behov av.

Även *Anna, 23* känner sig nöjd med övriga nyhetsmedier i dagsläget, men att framtiden är mer osäker. Hon säger; *- för mig är det inte priset som är den största frågan, jag känner inte att jag har något behov av det, jag kommer hem och sätter på datorn och gör det jag vill. Alltså jag tror inte att jag kommer att sitta och hålla på med det i min mobiltelefon, eller det kommer jag säkert att göra inom tio år men idag känns det inte så.* Ett annat skäl handlar om hur man i grund och botten vill förhålla sig till sin mobiltelefon. Somliga ser den endast som ett privat och personligt medium, andra betraktar den som ett multimedium. Denna distinktion handlar om vad man vill använda sin mobiltelefon till. *Rebecca, 21*, tydliggör att hon inte vill använda mobiltelefonen som nyhetsmedium. Hon säger; *vad gäller nyheter i mobilen skulle jag inte vilja betala en enda krona för det, (...) alltså det skulle jag bara se som en stressfaktor, att behöva kolla av sin mobil. (...) SMS använder man för att kommunicera med*

sina vänner och sådär, och jag skulle inte vilja blanda ihop det med att läsa nyheter, behöva scrolla och sitta och läsa på den lilla skärmen, aldrig i livet alltså.

Det andra argumentet handlar om att man inte är villig att betala för nyheter i mobiltelefonen eftersom man är van vid att få nyheter gratis på andra sätt. Dessa personer vill ta del av nyheter i mobiltelefonen, men avstår p.g.a. att man inte vill betala för något som man kan få gratis på annat håll. *Petter, 23*, argumenterar att det är väldigt dyrt med nyheter i mobiltelefonen med tanke på utbudet av gratismedier. Han säger; - *är det inte gratis så kommer jag inte att använda det. Det är liksom just gratis som är nyckelordet. (...) det som är svagheten med mobil information, det är att all annan information i världen kan jag få tag i kostnadsfritt.* Han tycker vidare att det vore intressant med nyhetsvideoklipp men anser att det är för dyrt. Han säger att så länge mobila nyheter är så dyra så kommer han att ta del av dem i andra medier istället där de är billigare, eller gratis. Flera diskuterar att man föredrar att använda gratismedier. Det argumenteras att man inte vill betala för information som man kan få gratis genom exempelvis internet.

Somliga framför ett tredje argument mot att betala och använda nyheter i mobiltelefonen. Till skillnad från andra rör det sig om personer som faktiskt är positivt inställda till att betala för att ta del av nyheter i mobiltelefonen. Emellertid argumenterar man att kvalitén och användarvänligheten i dagsläget är undermålig. *Stefan, 28* diskuterar att mobiltelefonen är komplicerad och saknar den ergonomi och läsarvänlighet han eftersöker. Emellertid diskuteras att attityden kan komma att ändras om mobiltelefonerna och tjänsterna utvecklas. *Claudia, 23* diskuterar att hon gärna använder och betalar för nyheter i mobiltelefonen i framtiden om det utvecklas. Det diskuteras att mobiltelefonerna måste utvecklas för att nå bättre prestanda. Dessutom måste nyhetstjänsterna vara lättnavigerade. Ett problem handlar om storleken på skärmen. *Ove, 27*, - *jag kan tänka mig femtio kronor i månaden, om jag hade möjligheten att varsohelst ta upp min lilla bärbara enhet. Det hade varit utmärkt att ha det i telefonen tycker jag. Men jag vill ha någon bättre skärm, på något sätt, men det ska inte vara en sådan liten skärm som det är på dagens mobiler, då betalar jag inte ett öre.* Kärnan i detta argument handlar om att mobiltelefonen som nyhetsmedium måste bli bättre och mer användarvänlig. Dessutom måste kostnaden för användning vara attraktiv i förhållande till andra nyhetsmedier. Till skillnad från *Ove, 27*, har respondenterna överlag svårt att avgöra hur mycket de är villiga att spendera.

Vilka tjänster vill man betala för?

Bland de betalningsvilliga respondenterna finns givetvis olika åsikter om vad man vill betala för, och hur mycket. Somliga tar i dagsläget del av nyheter i mobiltelefonen någon gång då och då, andra gör det aldrig. Några har betalat till telekomoperatören för datatrafiken. Andra har köpt en dags- eller månadsprenumeration för nyheter. Det finns också dem som i dagsläget ännu inte använt nyheter i mobiltelefonen, men som avser göra så. Flera argumenterar att man vill veta klart och tydligt vad det kostar. Det finns också åsikter om hur man vill ha det utformat. *Jennie, 21*, säger att hon inte skulle vilja få nyheter per SMS. Om hon däremot skulle ha en bra mobiltelefon där hon enkelt kan ta del av WAP-nyheter kan hon tänka sig att betala. Flera uttrycker att de själva vill kunna söka upp nyheterna i mobiltelefonen eftersom nyheter per SMS känns som ett intrång i deras privata sfär.

Somliga respondenter förhåller sig positiva till att betala för att få tillgång till ett paket med nyheter från olika medieföretag. Dessa personer vill kunna surfa runt och ta del av nyheter fritt till en fast kostnad. Andra säger att de endast kan tänka sig att betala för specifika nyheter de är intresserade av. Det eftersom deras användning och intresse är ganska begränsat. Några

påpekar att de är villiga att betala olika mycket för olika sorters nyhetsinnehåll. *Patrick, 22*, berättar att han redan i dagsläget betalar för datatrafiken när han tar del av nyheter i mobiltelefonen. Han kan tänka sig att betala mer om han också kunde ta del av nyheter med rörliga bilder. *Ronny, 22*, säger att han skulle kunna betala dubbelt så mycket för nyheter med bild och video. Det kräver dock en ny mobiltelefon, vilket han i dagsläget tveksam till om han vill lägga ut särskilt mycket pengar på. *Ronny, 22*, berättar att han tycker att det fungerar bra att ta del av textnyheter via GPRS i sin mobiltelefon. Fördelen han lockas av med 3G är att kunna ta del av videonyheter, inte att ladda ner musikvideos eller göra videosamtal.

Vid analyser av efterfrågan av olika tjänster kring en del medier kan man tala om push och pull. Det handlar om producenten skall aktivt sända ut innehåll, eller om konsumenten själv måste söka upp det. En push-tjänst är exempelvis SMS-utskick av nyheter, en pull-tjänst är användning via WAP. Från diskussionerna drar jag slutsatsen att man har en allmänt negativ attityd till pushtjänster eftersom det upplevs som störande att få utskick till mobiltelefonen. Somliga känner att mediebruset inte får söka sig in i mobiltelefonen, då det upplevs som en stressfaktor. Intresset är större för pull-tjänster, men betalningsviljan är begränsat. En slutsats är att mobiltelefonen måste utvecklas mer för att bli ett lämpligt nyhetsmedium. Flera uttrycker att de gärna använder mobiltelefonen för nyheter om den blir bättre. Mobiltelefonen och dess nyhetsutbud jämförs med andra medier utifrån pris- och kvalitetskriterier. Flera argumenterar att behovet för mobiltelefonen som nyhetsmedium är litet eftersom man redan får nyheter från många andra medier. Dessutom framförs det att man är tveksamma till att betala för sådan information man kan få gratis genom andra medier.

6. Sammanfattande diskussion

Olika personer kan ha mycket olika förhållningssätt till ny medieteknik. Vissa längtar efter mer avancerad mobiltelefoniteknik som ger dem bättre funktioner, frihet och livskvalité. Mobiltelefonen kan också utgöra en del av personers image och sociala status. Mobiltelefonen erbjuder med andra ord såväl instrumentella som expressiva funktioner. Andra känner ett behov av att ta avstånd från denna medieteknik för att skapa lugn och ro. Medieinnehåll i mobiltelefonen upplevs som påträngande, flera vill endast använda den som ett privat kommunikationsmedium. Hur man förhåller sig till teknik hör samman med intressen, kön, behov, faser i människors liv m.m. Somliga är intresserade av medietekniken i sig, andra för användningsområdena som möjliggörs genom olika funktioner. Det är en sak att skaffa en mobiltelefon med internet för att man tycker att det är spännande och statusfyllt med tekniken, men en annan sak att ha behov för en enskild funktion som t.ex. e-post. Mobiltelefonens skärm och knappsats upplevs som alltför små för att den ska vara lämplig som multimedium. De mer positivt lagda använder redan i dagsläget mobiltelefonen som multimedium, eller avser att göra så i framtiden. Det argumenteras att det är bekvämt och ibland nödvändigt eftersom andra mediekällor saknas. Somliga köper endast ny mobiltelefon när den gamla gått sönder eller blivit stulen. Andra uppgraderar sitt behov av en bättre mobiltelefon kontinuerligt. Det eftersom dessa dels faktiskt blir bättre, dels eftersom människor i deras omgivning förnyas sig.

Det finns ett intressant motsatsförhållande mellan konsumenternas efterfrågan på mindre, snyggare och lättare mobiltelefoner och intresset för fler och fler inbyggda funktioner. Min slutsats är att man har referensramar för hur mobiltelefonens formmässiga och funktionsmässiga attribut skall vara. De formmässiga attributen jämförs med andra mobiltelefoner på marknaden, och bland personer i individens omgivning. För de funktionsmässiga attributen tycks man också göra jämförelse med separata enheter som erbjuder liknande funktioner. Exempelvis att pris och kvalitet på vanliga digitalkameror utgör en referensram för förväntningarna på en mobiltelefonkamera. Därtill inte sagt att alla har samma förväntningar på en mobiltelefonkamera. Min bedömning är att det uppstår en krock i individens önskemål efter formmässiga och funktionsmässiga attribut. Det är helt enkelt svårt att tillfredsställa dessa behov samtidigt.

En annan slutsats är att individer också har referensramar för sin bedömning av internet i mobiltelefonen. En möjlighet är att olika mobiltelefonistandarder för internet jämförs.⁴⁰ Eftersom få personer i dagsläget har erfarenhet av internet i mobiltelefonen överhuvudtaget är det dock ännu färre som har erfarenhet av olika standarder. Däremot har omkring åtta av tio svenskar tillgång till internet i hemmet. Dessutom finns möjligheten att använda internet på bibliotek, caféer och liknande. Användningen av internet vid en dator skiljer sig från internet i mobiltelefonen på flera sätt. Man använder en relativt stor skärm, tangentbord och mus eller läsplatta. Dessutom sitter man vanligen bekvämt i en privat miljö. Därtill kan sägas att internet har en snabb överföringshastighet; mer än hälften har tillgång till bredband. Dessutom kan man få tillgång till innehåll på hela internet, och det mesta är dessutom gratis. Att använda internet i mobiltelefonen skiljer sig på alla dessa punkter. Man har långsammare överföring, mindre skärm och knappsats. Dessutom är innehållet mer begränsat och ibland även förknippat med högre kostnader. Tillgången till internet i Sverige är mycket god. Genom laptops och trådlöst internet på offentliga platser ökar tillgången. Med tanke på att flera respondenter argumenterat att datorn är bättre än mobiltelefonen för internet kan man fråga

⁴⁰ Exempelvis GSM, GPRS, 3G/WCDMA, HSPA, WLAN

sig vilken framtid mobilt internet går till mötes. En slutsats utifrån denna undersökning är att datorn utgör förstavalet, och att mobiltelefonen som mest utgör ett komplement. I andra kulturer förhåller det sig dock annorlunda. I Japan används internet i större utsträckning i mobiltelefonen än med datorn. Många japaner har börjat använda internet genom mobiltelefonen.⁴¹ Svenskarna däremot är vana vid att använda internet genom datorn. Dessa vanor har troligen en mycket betydelsefull påverkan. De referensramar som utvecklats genom bruk av internet i datorn visar sig mobiltelefonen ha svårt att mäta sig med. En intressant framtida forskningsfråga är hur spridningen av mobiltelefonen som multimedium kommer att utvecklas i Sverige. Om den utvecklas på ett sätt som attraherar en bredare användarskara aktualiseras frågan om hur denna användning påverkar användningen av andra medier. Sådana studier kan göras av exempelvis hur den framväxande användningen av mobiltelefonen för nyheter påverkar dessa människors användning av andra nyhetsmedier.

En slutsats i denna undersökning är att även som nyhetsmedium betraktas mobiltelefonen som ett komplement. I svenskarnas vardag finns en bred flora av olika nyhetsmedier att tillgå. Nyhetsmedier som svenskarna har etablerat vanor kring att använda. Mobiltelefonen utgör ett nytt inslag som nyhetsmedium och kommer att finna sin roll i relation till övriga nyhetsmedier. I dagsläget har den antagit rollen som komplement. Framtiden får utvisa hur mobiltelefonen kommer att utvecklas. Min bedömning är att det finns likheter mellan dagens satsning på nyheter i mobiltelefonen och satsningen på nätnyheter i mitten av nittiotalet. Mediehusen sökte då etablera sig i flera kanaler utifrån motiv om att följa med i utvecklingen och att attrahera nya läsare. Vanligen reproducerades papperstidningens nyheter för publicering på internet, och under en längre period liknande nättidningen också just en papperstidning på nätet. Att nya medier efterhärmar de traditionella har vi sett flera gånger i historien. När radion kom lästes tidningsnyheterna upp i radiosändningarna. När tv:n introducerades efterhärmade radions nyhetsrapportering. Nu tenderar historien att återupprepa sig. Denna gång tycks det vara ett urval av framförallt nättidningens nyheter som reproduceras för distribution till mobiltelefonerna. Med tiden utvecklar medierna sin egen medielogik. En slutsats i denna studie är att en mer passande kostym för nyheter i mobiltelefonen vore att satsa på mer snabb uppdatering och fördjupning.

En annan slutsats i denna studie är att respondenterna ser mobiltelefonen som en möjlighet för snabb uppdatering. Det betonas att man efterfrågar kortare nyhetsartiklar i ett anpassat och användarvänligt gränssnitt. En utveckling av mobiltelefonen som nyhetsmedium skulle därför medföra att fler av dem som uttrycker en benägenhet att använda nyheter i mobiltelefonen också faktiskt börjar göra så. Japan brukar framställas som det mest utvecklade landet när det kommer till spridning av mobilt internet. Det finns en mycket tänkvärd förklaring till att en stor andel japaner utvecklat vanor kring att använda internet i mobiltelefonen. Det är att telekomoperatörerna skapat incitament för såväl användarna som innehållsproducenter att skapa innehåll för det specifika mobila internet. Det har därmed också skapats ett bredare utbud av innehåll som är särskilt format för mobiltelefonen. Utöver innehållet kan vi konstatera att benägenheten att anamma också påverkas av telekomnätets överföringshastighet samt kvalitén och kostnaden för mobiltelefonen och dess tjänster.

De fördelar som framförallt lyfts fram kring mobiltelefonen som nyhetsmedium är att den möjliggör kontinuerlig uppdatering oavsett plats och tid. Med dagens trender av konvergens är det dock alltför många produkter som erbjuder dessa möjligheter. Under 2006 såldes fler bärbara än stationära datorer i Sverige. Dessa datorer erbjuder allt bättre prestanda samtidigt som de erbjuds i ett mycket kompakt och portabelt format. Precis som mobiltelefonerna erbjuder

⁴¹ Ito et al (2005)

datorerna möjligheter att surfa trådlöst på internet med såväl WLAN och 3G-nätet. Vidare finns det idag även handdatorer, kameror och mp3-spelare som erbjuder trådlös internetuppkoppling. Det sker här en konvergens mellan såväl olika medietekniker som olika företagsaktörer. Nokia har blivit världens ledande kameratillverkare. Macintosh säljer sedan en tid bärbara datorer, mp3-spelare med videofunktion, samt musik och TV på internet. Dataföretagen ger sig in på mobiltelefonmarknaden, medan mobiltelefonföretagen ger sig in på bl.a. dator-, kamera-, gps- och musikmarknaderna. Exempelvis har Nokia lanserat mikrodatorer som erbjuder möjligheter att surfa på internet i ett mobilt format. Gränserna mellan olika medietekniker luckras upp och det blir allt svårare att separera exempelvis en dator från en mobiltelefon. I ljuset av denna utveckling blir det sannolikt allt svårare för människor att orientera sig om vilken plattform som är den bästa. Som vi sett finns det redan idag hos vissa en sådan osäkerhet inför multimediefunktionerna hos mobiltelefonen. Mycket talar för att den osäkerheten blir ännu större vid valet av vilken teknik som är den bästa för att ta emot nyheter i elektronisk form.

Genom tillkomsten av de många olika medieteknikerna har möjligheterna att ta del av internet bortom tid och rum ökat. Internet kan bli allestädes närvarande i människors liv. Det har emellertid inte utvecklats tydliga strukturer och rutiner som ger signal om när det är läge för användning. Människor kan associera läsning av morgontidning till frukostmåltiden och gratistidningsläsning till resor med kollektivtrafiken. Vilka associationer ger mobiltelefonen som nyhetsmedium? Att mobiltelefonen ständigt är tillgänglig gör att den kan användas för att ta del av nyheter hela tiden. Det innebär också att man kan glömma av att använda den eftersom den inte är kopplad till en särskild situation.

En slutsats från diskussionerna är att mobiltelefonen kan användas i kollektivtrafiken eller situationer då andra nyhetsmedier inte är tillgängliga. Frågan är om inte människor i allt högre grad alltid kommer att ha tillgång till olika mobila medieformer, varav flera säkerligen kommer att kunna användas för nyheter. Nyheter i mobiltelefonen kan fungera som ett verktyg för allmän uppdatering, nyheter vid särskilda nyhetshändelser, eller som ett tidsfördriv. Överlag vill man själv aktivt söka upp nyheter på en WAP-sida, inte få dem utskickat som SMS. Flera respondenter har en allmänt negativ attityd till pushtjänster då man vill undvika ett mediebrus i mobiltelefonen. Attityden till att betala för nyhetsinnehåll i mobiltelefonen påverkas av personens nyhetsintresse och personliga ekonomi. Vidare är attityden till mobiltelefonen som nyhetsmedium viktig. Somliga är positiva, medan andra är oerhört främmande för att använda mobiltelefonen som nyhetsmedium. Min bedömning är att ungdomar och unga vuxna kommer att genomgå en attitydförändring till mobiltelefonen. I dagsläget utvecklas och sprids avancerade mobiltelefoner med multimediefunktioner bland svenskarna. Över tid kommer allt fler att betrakta mobiltelefonen som något mer än ett kommunikationsmedium, ett multimedium. De användarmönster som sen utvecklas påverkas av individers intresse för olika sorters innehållstjänster, och kostnaderna för användning av dessa.

Referenser

- Andersson, E, Hallberg R I, Edberg, A-K (2003) "Nurses' experiences of the encounter with elderly patients in acute confusional state in orthopaedic care," *International journal of nursing studies*, 40, pp 437-448
- Berg, B L (1998) *Qualitative research methods for Social Science*, USA
- Bergström, A (2005) *www.nyhetsvanor.nu*, JMG, Göteborgs Universitet
- Bergström, A & Westlund, O (2007) *Internet- och mobiltelefonvanor (Kommande – preliminär titel)*, Arbetsrapport, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs Universitet
- Bolin, G (2005) "Stabila mobila trender", i S, Holmberg & L, Weibull (red), *Lyckan kommer lyckan går*, SOM-nr 36, Kungälv
- Bolin, G (2006) "Makten över tekniken eller teknikens makt?" i S, Holmberg S & L, Weibull, (red) *Du stora nya värld*, SOM-nr 39, Kungälv
- Castells, M (2000) "Materials for an explanatory theory of the network society," *British journal of sociology*, 51 (1): 5-24
- Constantiou, D I, Damsgaard, J & Knutsen, L (2005) *Beware of Dane-Geld – even if Paid, M-service adoption can be slow*, Proceedings of European Conference on Information Systems, May 26- 28, Regensburg, Germany
- Creswell, J W, (1998) *Qualitative inquiry and research design – choosing among five traditions*, Sage, Thousand Oaks
- Davis, F D (1989) "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, 13, pp 319-340
- Elliott, P (1974) "Uses and Gratifications Research: A Critique and Sociological Alternative" i J G, Blumler & E, Katz, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Beverly Hills, Sage
- Engel, F J, Blackwell, R D, Miniard, P W (1990) *Consumer behaviour*, Chicago, The Dryden Press international
- Esaiasson, P, Gilljam, M, Oscarsson, H & Wängnerud, L (2005) *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad*, Stockholm
- Findahl, O & Höijer, B (1981) *Text och innehållsanalys – en översikt över några analystraditioner*, Stockholm
- Fortunati, L (2002) "Italy: stereotypes, true and false" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Giddens, A (1990) *The consequences of modernity*, Cambridge; Polity
- Gotved, S (2006) "Time and space in cyber social reality," *New Media & society*, Sage, London, Vol 8(3) pp 467-486
- Gordon, J (2005) "Editorial – mobile phones," *Convergence 2005*, Volume 11, Number 2
- Graneheim U.H. & Lundman B (2004) *Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness*, Nurse education Today, 24
- Habuchi, M (2005) "Accelerating reflexivity," i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Holme, I M & Solvang, B K (1997) *Forskningsmetodik*, Lund
- Hoyer, D W & MacInnis J D (2001) *Consumer Behaviour*, Boston, Houghton Mifflin Company
- Kato, H (2005) "Japanese youth and the imagining of *Ketai*" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press

- Katz, J E & Sugiyama, S (2005) "Mobile phones as fashion statements: the co-creation of mobile communication's public meaning," i R, Ling & P, Pedersen, *Mobile communications; re-negotiation of the social sphere*, London, Springer
- Katz, E J & Sugiyama, S (2006) "Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan," *New Media & society*, Sage, London, Vol 8(2) pp 321-337
- Kohiyama, K (2005) "A decade in the developments of mobile communications in Japan" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Krueger, R A & Casey, M A (2000) *Focus groups; a practical guide for applied research*, Sage, London
- Kvale, S (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund
- Leung, L & Wei, R (2000) "More Than Just Talk on the Move: Uses and Gratifications of the Cellular Phone," *Journalism and Mass Communication Quarterly* 77, pp 308-32
- Lincoln, Y S & Guba, E G (1985) *Naturalistic inquiry*, Beverly Hills, Sage
- Ling, R (2001a) *It Is 'In.' It Doesn't Matter if You Need It or Not, Just That You Have It: Fashion and the Domestication of the Mobile Telephone Among Teens in Norway*. Working Paper, Telenor, Norway
- Ling, R (2001b) "We release them little by little": Maturation and gender identity as seen in the use of mobile telephony," *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, pp 123-136
- Lull, J (1990) *Inside family viewing: ethnographic research on television's audiences*, London, Routledge
- Maslow, A H (1968) *Toward a psychology of being*, New York, Van Nostrand
- Matsuda, M (2005) "Discourses of Keitai in Japan" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Mishler, E G (1986) *Research interviewing: context and narrative*, Cambridge
- Okada, T (2005) "Youth culture and the shaping of Japanese mobile media: personalization and the keitai Internet as multimedia" i M, Ito, M, Okabe & M, Matsuda (red) *Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life*, Cambridge, MIT Press
- Pedersen, P E & Ling, R (2002) "Mobile end-user service adoption studies: A selective review", *Scandinavian Journal of Information Systems*
- Pedersen, P & Methlie, L (2004) *Exploring the relationship between mobile data services business models and end-user adoption*, presented at the Fourth IFIP Conference on e-Commerce, e-Business, and e-Government (I3E)
- PTS-ER-2006:46 (2006) *Svensk Telemarknad första halvåret 2006*, Post- och Telestyrelsen
- Puro, J K (2002) "Finland: a mobile culture" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Rogers, M E (2003) *Diffusions of innovations*, New York
- Rosengren, K E, Wenner, A L & Palmgreen, P (1985) *Media gratifications research – current perspectives*, Beverly Hills, Sage
- Schejter, A & Cohen, A (2002) "Israel: chutzpah and chatter in the Holy Land" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Seymour, D T (1992) *Marknadsundersökningar med kvalitativa metoder*, Göteborg
- Skog, B (2002) "Mobiles and the Norwegian Teen: Identity, Gender and Class." i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press
- Skouby, K-E (2006) *Present and future mobile telecommunications*, Keynote, 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-

term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Thompson, B J (1995) *Media and Modernity*, Cambridge

Tuomi, I (2005) 'Virtual communities, space and mobility' i A, Zerdick et al (red) *E-merging media*, European Communication Council Report, Springer

Varbanov, V (2002) "Bulgaria: mobile phones as cultural icons" i E J, Katz, & M, Aakhus, (red) *Perpetual contact – mobile communication, private talk, public performance*, Cambridge University Press

Versakalo, H (2006) *Mobile data service evolution; empirical observations on packet data service adoption*, Proceedings of the 3rd International CICT conference: Mobile and wireless content, services and networks, short-term and long-term development trends, Technical University of Denmark, 30 November to 1 December 2006

Weilenmann, A & Larsson, C (2000) "On Doing 'Being Teenager'. Applying Ethnomethodology to the Analysis of Young People's Use of Mobile Phones" i L, Svensson, U, Snis, C, Sørensen, H, Fägerlind, T, Lindroth, M, Magnusson & C, Östlund (red), *Proceedings of IRIS 23*. Laboratorium for Interaction Technology, University of Trollhättan Uddevalla

Westlund, O (2004) www.lokaltidning.se, Arbetsrapport nr 24, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs Universitet

Westlund, O (2006) *Beyond time and space - Sweden and their Mobile Internet News Users (MINU)* Paper presented at presented at the AOIR 7.0 "Internet convergences" conference (Association of Internet Researchers) in Brisbane, Australia 27-30 September 2006

Westlund, O (2007a) *Mobiltelefonianvändning – en forskningsöversikt*, Arbetsrapport nr 47, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs Universitet

Westlund, O (2007b) "Kommande", SOM-institutet, Göteborgs Universitet, i S Holmberg & L, Weibull, L (red), *Kommande*, SOM-nr 41, Kungälv

Internet:

<http://mic.iii.org.tw>

www.wcisdata.com

<https://www.wirelessintelligence.com>

Metodbilaga

Urval

Kring urvalet av respondenter har det övergripande urvalskriteriet varit studerande vid eftergymnasial utbildning i åldrarna 19-35 inom Västra Götaland. Intervjupersonerna har rekryterats med hjälp av flera angreppssätt. Information har distribuerats elektroniskt och med affischer vid en rad olika fakulteter vid Göteborgs Universitet samt Chalmers Tekniska Högskola. Dessutom har konsultföretaget Handels Consulting anlåtats i rekryterings slutskede för att garantera en bred spridning av olika studenter. Intressenter har uppmanats att göra en anmälan via en webbenkät med frågor om bakgrund och medievanor. Intressenterna har fått lämna önskemål om när det passar dem att delta i studien. Dessa fick också information om studiens syfte och design, och i anmälan uttryckte de sitt informerade samtycke. Urvalsprocessen kan liknas vid en sorts självselektion, vilket medför en risk för överrepresentation av särskilt intresserade människor. Dock är respondenternas teknikintresse och teknikinnehav tämligen varierande. En bidragande faktor är säkerligen att dessa blev informerade om att undersökningen handlade om deras allmänna medieanvändning. Utifrån intresseanmälningarna har författaren valt ut och meddelat respondenter vilken fokusgruppsession de ska delta i. Målsättningen har varit att ha omkring åtta deltagare per fokusgrupp. Eftersom man bör räkna med ett visst bortfall vid intervjutillfället har 10-12 personer bjudits in till varje fokusgruppsession. Författaren genomförde 8 fokusgrupper med totalt 58 deltagare, någorlunda jämnt fördelade mellan de olika grupperna.

Tabell 1 Deltagarantal i de olika fokusgrupperna

Grupp 1	6 personer	Grupp 5	8 personer
Grupp 2	11 personer	Grupp 6	8 personer
Grupp 3	7 personer	Grupp 7	8 personer
Grupp 4	5 personer	Grupp 8	5 personer

En strävan om att maximera olikheter har varit vägledande vid rekryteringen. Det har eftersökts en variation av män som kvinnor samt deras civilstånd. Dessutom rekryterades studenter från olika utbildningar, och från olika faser i dessa. Andra urvalskriterier var respondenternas uttalade tillgång till, användning av, och attityd till ny medieteknik. I tabell 1 ges en beskrivning av respondenterna i undersökningen.

Tabell 2 Ålders och könsfördelning (antal)

Kön	Ålder		
<i>Kvinna</i>	33	19-25 år	40
<i>Man</i>	25	26-33 år	18

En slutsats är att det är något fler kvinnor än män, och en dominans av respondenter i åldern 19-25 år. Samtliga respondenter har en egen mobiltelefon. Från tabell 3 på nästa sida kan vi se att endast fyra personer har en 3G-telefon. Däremot har 30 personer integrerad kamera och 10 har mp3-funktion. 51 av respondenterna har internet i hushållet, varav nästan samtliga har bredband. Två tredjedelar uttrycker att de har ett ganska eller mycket stort teknikintresse. Teknikintresset bland respondenterna ligger något högre än bland samma åldersgrupp bland

svenskar i allmänhet, där ca 60 procent uppger ett mycket eller ganska stort teknikintresse.⁴² I appendix finns en detaljerad redogörelse för hur de enskilda respondenterna svarat på dessa frågor.

Tabell 3 Innehav och intresse för teknik (antal)

Har mobiltelefon med

3G	4
Kamera	30
Mp3	10

Hushållsinnehav

Internet	51
Bredband	47

Teknikintresse

Ganska/mycket stort	35
Ganska/mycket litet	17

Kommentar: 5 utav 58 personer har inte svarat på innehavsfrågorna.

Datinsamling och material

Datinsamlingsarbetet i genomfördes under 2006. I fokusgrupperna har fyra olika teman diskuterats under drygt två timmar. I denna rapport analyserat huvudtemat som diskuterar attityder till, och användning av nya medier, främst mobiltelefoni. Temat diskuterades omkring 45 minuter per fokusgrupp. Vid fokusgrupperna har deltagarna blivit serverade fika. Fokusgrupperna har utförts i en specialutformad undersökningslokal som liknar ett vardagsrum. Deltagarna har suttit i soffor, vända mot samtalsledaren. Författaren har själv varit samtalsledare vid samtliga fokusgrupper. Dessa har spelats in på DVD med hjälp av videokameror placerade i taket, och även dokumenterats av en sekreterare som fört anteckningar under diskussionernas gång. Vid fokusgrupperna har en semi-strukturerad samtalsmall använts. Diskussionerna har varit öppna, med utrymme för respondenterna att utveckla sina resonemang. Författaren har kontinuerligt prövat sina tolkningar av respondenternas utsagor genom följdfrågor. Det eftersom avståndet mellan författaren och respondenterna är litet utifrån tidsmässiga, sociala och kulturella aspekter.⁴³

Fokusgrupp som metod – riktlinjer för studien

Fokusgrupper är en intervjuform där det organiseras möten med utvalda deltagare som besitter relevant kunskap. Dessa träffas för att kollektivt diskutera ett eller flera avgränsade teman under ledning av en moderator.⁴⁴ Ämnet är på förhand bestämt av forskaren. En central tanke är att interaktionen mellan gruppdeltagarna skall bistå med relevant kunskap. De olika

⁴²Ännu opublicerade data från en undersökning genomförd vid JMG under hösten 2006 av Oscar Westlund och Annika Bergström. Enkätundersökningen avsåg 500 slumpvis utvalda personer i sex kommuner. Det gav ett totalt urval av 3000 personer i åldrarna 15-65 år. Svarsfrekvensen var 55.3 procent. Den preliminära titeln är (Bergström, A & Westlund, O (2007) *Internet- och mobiltelefonvanor*, Arbetsrapport, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs Universitet.)

⁴³ Esaiasson et al (2005:245f)

⁴⁴ Krueger & Casey, 2000

deltagarna antas stimulera varandra i diskussionen på ett sätt som kanske moderatören inte själv skulle kunna göra. Diskussionen kan därför bli mångdimensionell. Vid fokusgrupper antas grupp atmosfären tona ner intervjuar/intervjuad rollerna och därmed bidra till att deltagarna öppnar sig mer än en traditionell intervju. Denna idé kommer ursprungligen från psykologens gruppterapi. En utgångspunkt är att individer som har samma problem, blir mer benägna att diskutera det med andra i samma situation.⁴⁵ En problematik är att de grupper som formas kan bestå av både dominanta och passiva personer. De dominanta brukar vanligen vara mycket aktiva i samtalet. Detta kan medföra att andra personer med intressanta åsikter blir passiva och tystare än vid en enskild intervju. Dessutom kan gruppdeltagarna påverka varandra. När somliga utvecklar resonemang kan andra instämma eftersom de faktiskt håller med, eller för att de inte vill uttrycka en avvikande åsikt.

Urvalet vid fokusgrupper är viktigt eftersom man endast vill ha personer med relevanta åsikter och erfarenheter. I denna undersökning rekryterades studenter eftersom det var av intresse för studiens fyra teman som helhet. Det har bidragit med en fokuserad diskussion kring attityderna bland en särskild samhällsgrupp. Det hade varit fullt möjligt att ha ett systematiskt bredare urval.⁴⁶ Exempelvis att också genomföra intervjuer med människor från andra grupper, så som tonåringar, tjänstemän, arbetare och pensionärer. Urvalet styr vilken information man samlar in, och denna information styr analys och slutsatser. En fördel med det snäva urvalet är att alla kommer från liknande socioekonomisk grupp eftersom det stimulerar god interaktion. Vid fokusgrupper skall man också tänka på att deltagarnas demografiska faktorer påverkar diskussionen. Min grundhållning är att en moderator alltid utövar påverkan på respondenterna, det är snarare en fråga om vilken påverkan. Exempelvis sker en påverkan genom klädval, tonläge, frågesätt och vilka frågor som ställs o.s.v. Mishler diskuterar betydelsen av samtalsledaren, frågesättet och kontexten.⁴⁷ Till studiens fördel talar att samtliga fokusgrupper har genomförts på liknande sätt; i samma lokal, med samma sekreterare och samtalsledare o.s.v. Vad nu än karaktären är på intervjusituationens påverkan har den åtminstone varit konstant vid alla fokusgrupperna. Det bör dock understrykas intervjuformen inte kan betraktas efter en stimulus-responsmodell, även om det givetvis sker en påverkan från intervjuarens sida. Med inspiration från Holme & Solvang har jag försökt att framstå som en engagerad men också ovetande forskare.⁴⁸ Jag har medvetet valt en neutral och proper klädstil vid mötet med fokusgruppsdeltagarna; mörka finbyxor och skjorta eller pikétröja.

Inom den kvantitativa traditionen används en särskild terminologi kring studiers kvalitet. Man talar exempelvis om intern och extern validitet, generaliserbarhet och objektivitet. Denna terminologi används ofta också inom kvalitativa studier. Emellertid väljer jag att följa dem som förespråkar att man i kvalitativa studier istället bör använda begrepp som trovärdighet, överförbarhet, beroende och konfirmabilitet.⁴⁹ Trovärdigheten handlar om min datainsamling och analys. Här har jag arbetat systematiskt med DVD-inspelningar och transkriberingarna. Jag har diskuterat tolkningar med kollegor samt öppet redovisat tillvägagångssättet. En annan positiv aspekt för trovärdigheten är att intervjumiljön och samtalsledare varit densamma i alla grupper. Likaså är det bra att samtliga fokusgrupper genomfördes inom loppet av sex veckor. Det gör att varken ”verkligheten” eller forskaren hinner förändras särskilt. Överförbarhet handlar om huruvida resultaten kan hjälpa en att förstå ett bestämt fenomen i ett särskilt

⁴⁵ Seymour (1992:113)

⁴⁶ Holme & Solvang (1997)

⁴⁷ Mishler (1986)

⁴⁸ Holme & Solvang (1997:106)

⁴⁹ Lincoln & Guba (1985) Creswell (1998:77), Graneheim & Lundman (2004)

sammanhang. Det är läsarens uppgift att bedöma överförbarheten med utgångspunkt i forskarens synliggjorda metod- och resultatredovisning. Man ska kunna göra en bedömning om alternativa tolkningar av resultaten vore möjliga. Min utgångspunkt är att innehållsanalys alltid innebär en viss grad av tolkning.⁵⁰

Analysarbete

I analysarbetet har jag utgått från principer inom den kvalitativ innehållsanalystraditionen.⁵¹ Graneheim & Lundman argumenterar att enskilda intervjuer kan ses som analysenheter. Meningsbärande analysenheter kallas vanligen för koder och är ord, meningar eller stycken som är relaterade till varandra. I analysprocessen kortar forskaren datamaterialet, en process som brukar betecknas som destillation, reduktion eller kondensering. Det senare begreppet kommer jag att använda eftersom det handlar om en nedkortningsprocess där kärnan bibehålls. Det kondenserade materialet kan sedan abstraheras, genom konstruktion av koder, kategorier och teman. Kategorier skall vara ömsesidigt uteslutande. Teman däremot avser snarare att fånga upp gemensamma nämnare inom flera kategorier.⁵² Denna begreppsapparat och arbetsprocess utgör utgångspunkten för mitt analysarbete. I analysen har jag fokuserat kring de aspekter av diskussionerna som är intressanta för rapportens syfte. DVD-materialet har varit viktigt för att kunna se vem som säger vad, vilket ger hög tillförlitlighet i transkriberingen. I analysprocessen har diskussioner med olika kollegor, och synpunkter från dessa, varit mycket viktiga. Transkriptioner och olika analysbearbetningar har bedömts och diskuterats tillsammans med Ann-Helene Almborg och Annika Bergström.⁵³ Att få synpunkter från kollegor med en annan förförståelse minskar risken för snedvridna tolkningar. I slutfaserna av analysen och rapportskrivandet har Lennart Weibull⁵⁴ bidragit med värdefulla synpunkter.

Mitt analysarbete kan delas in i fyra övergripande faser;

1. Transkribering
2. Systematisering
3. Kondenserande beskrivning
4. Abstraherande och illustrativ textbearbetning

1. Transkribering

Utifrån enkätanmälningarna skapades en lista med alla intervjupersonerna i varje fokusgrupp. Anonymitet utlovats när personerna gav sitt informerade samtycke till att delta. Utifrån etisk hänsyn skapades därför en lista med fiktiva namn på deltagarna som användes vid transkriberingen av samtliga fokusgrupper. Dessa fiktiva namn används sedan rapporten vid citeringar o.s.v. I de transkriberade intervjuerna, alltså analysenheterna, tydliggörs pauser, skratt m.m. Det sammanlagda transkriberade textmaterialet omfattade något mer än hundra sidor storlek 12. I slutdokumentet har jag dock valt att presentera texten utan dessa, eftersom det har varit svårt att analysera dess meningsinnebörd.

⁵⁰ Se t.ex. Mischler (1986), Esaiasson et al (2005) och Kvale (1997)

⁵¹ Se exempelvis; Findahl & Højjer (1981), Berg (1998), Graneheim & Lundman (2004) Kvale (1997)

⁵² Graneheim & Lundman (2004)

⁵³ Ann-Helene Almborg är doktorand vid Högskolan i Jönköping. Annika Bergström är forskare/lektor vid JMG, Göteborgs Universitet

⁵⁴ Lennart Weibull är professor vid JMG, Göteborgs Universitet

2. Systematisering

I en första bearbetning av materialet har jag läst igenom samtliga transkriberingar, en sorts ”naiv läsning.”⁵⁵ Denna genomläsning har syftat till att orientera mig i textmaterialet. Därefter har jag läst transkriberingarna och markerat citat och textpartier. Det kan liknas vid en kodning där jag markerat vad textens innehåll handlar om. Därefter har jag skapat ett textdokument med övergripande rubriker som omfattar olika teman i materialet, för att sedan sortera textmaterialet från fokusgrupperna efter dessa. Texten har i detta skede inte skrivits om och liknar därför sitt ursprungsskick. Jag har låtit transkriberingarnas innehåll tala, och skapat kategoriseringar utifrån dess innehåll. Materialet har systematiserats åtskilliga gånger. I denna process har jag helt enkelt flyttat textpartier mellan olika delar, utifrån de kategorier jag ansett givit materialet mening. I arbetet med att systematisera texten har jag upprepade gånger skrivit ut, läst och kodat texterna. Det har krävts åtskilliga omgångar eftersom materialet varit omfattande och att flera av de diskussionsspår som förts kan bilda underlag för flera olika intressanta tematiseringar.

3. Kondenserande beskrivning

Genom kondensering har jag i denna fas skrivit om och kortat ner det transkriberade textmaterialet till en löpande text. I denna text citeras eller omnämns fokusgruppsdeltagarna kontinuerligt som individer, vilket gör att det enkelt går att hitta deras uttalanden i ursprungsmaterialet. Dessutom sammanfattas och diskuteras resultaten. Materialets omfång har systematiskt kondenserats utifrån resultat som är intressanta för studiens syfte. Texten är beskrivande och är i denna fas fortfarande lik ursprungsmaterialet. Jag har försökt hålla mig neutral och eftersträva en detaljrik men sammanfattande beskrivning av det manifesta innehållet. Det har formats en text med en röd tråd där jag binder samman enskilda citat med indirekta referenser och en diskussion av olika teman som framkommit. Denna text har jag sedan använt för att skapa arbetsrapportens disposition. Därefter har jag försökt binda samman olika delar och skriva en löpande text som är intressant och lätt att följa.

4. Abstraherande och illustrativ textbearbetning

I detta steg har jag skapat en disposition av arbetsrapporten med grund i dess syfte, och den kondenserande beskrivningen. Jag har därefter bearbetat materialet genom att flytta in det under lämpliga rubriker i dispositionen. Därefter har jag läst igenom textmaterialet under respektive rubrik och försökt skapa en lättläst och intresseväckande text som gör rättvisa till intervjumaterialet. Det är *vad* som sägs av respondenterna som sätts i fokus, inte *vem* som säger det. Därför har jag valt att använda ett språk som syftar till att vara kvantitativt neutralt. Neutrala ord som ”flera”, ”somliga”, ”några”, ”andra” o.s.v. har använts för att fokus ska vara på innebörden av det som sägs. Citeringar och omnämningar har jag använt frekvent, för att illustrera hur olika personer har uttryckt sig kring det som diskuteras i syfte att visa hur respondenterna har argumenterat. Abstraktionsnivån lyfts genom att jag analyserar och lyfter fram övergripande mönster. Min målsättning har varit att tydliggöra vad som faktiskt sagts, och hur jag tolkat resultaten. Varje avsnitt avslutas med korta sammanfattande reflektioner. Genomgående analyseras och diskuteras resultaten för att frambringa olika mönster. Det handlar om att analysera både det manifesta som det latent innehåll, liksom att sätta in resultaten i ett övergripande perspektiv. Det gör det lättare att sätta i relation till övrig forskning och teoretiska förklaringsansatser.

⁵⁵ Används exempelvis av Andersson et al (2003)

Appendix Teknikinnehav och teknikintresse

	3G-mobil	Kamera	Mp3	Internet	Bredband	Intresse för ny medieteknik
Elin, 29	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Tobias, 23	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Märta, 21	Ja	Ja	0	Ja	Ja	Ganska intresserad
Jenna, 21	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Elisabeth, 24	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Sara, 20	0	Ja	0	Ja	Ja	Ganska ointresserad
David, 28	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Jesper, 24	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Mycket intresserad
Pelle, 23	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Orjen, 25	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Christin, 32	0	Ja	0	Ja	0	Ganska intresserad
Benny, 23	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Andy, 22	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Maja, 23	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Lisa, 24	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Katrin, 23	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Minna, 20	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Jennie, 21	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Petter, 23	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Tova, 24	0	Ja	0	Ja	Ja	Ganska intresserad
Inger, 28	0	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Mats, 29	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Hanna, 28	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Ove, 27	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Erika, 23	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	0
Stefan, 28	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Claudia, 23	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Johnny, 28	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Ganska intresserad
Christian, 19	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Patrick, 22	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Emma-Maria, 23	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Jens, 23	0	Ja	0	Ja	Ja	Mycket intresserad
Jennika, 24	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Ann- Louise, 28	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Sune, 33	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Ronny, 22	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Mike, 24	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Anna, 23	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Peter, 24	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket intresserad
Beatrice, 22	0	Nej	Nej	Ja	Ja	Mycket ointresserad
Moa, 28	0	Ja	0	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Rebecca, 21	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Emelie, 27	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
My, 22	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Henrik, 28	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Lillemor, 26	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ganska intresserad
Inger, 33	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ganska ointresserad
Anton, 27	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Ylva, 21	0	Ja	Ja	Ja	Ja	Ganska intresserad
Josefine, 27	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Ganska intresserad
Christina, 23	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Ganska ointresserad
Shirin, 33	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Ganska intresserad
Katja, 23	0	Ja	0	Nej	Nej	Mycket ointresserad
Anna-Lena, 21	0	0	0	0	0	0
Lina, 20	0	0	0	0	0	0
Emma, 22	0	0	0	0	0	0
Maria, 24	0	0	0	0	0	0
Nils, 24	0	0	0	0	0	0

Kommentar: 0 är icke svar.