

Digital Mediekultur - iPod Kultur

Digital Mediekultur

Casper Bøje (cabo@itu.dk), Emil Fini Hansen (efha@itu.dk), Phillip Hedemark Rasmussen (phra@itu.dk), Raymond Christian Ortiz (rcor@itu.dk)

Online versioner ligger henholdsvis:

Phillip – CPR: 160986 – XXXX - http://phill-it.in/BDMK_final.pdf

Casper – CPR: 070386 – XXXX - <http://www.casperboje.dk/?p=589>

Ray – CPR: 281185 – XXXX - <http://digitalbrainchild.dk/?p=461>

Emil – CPR: 220388 – XXXX - www.e-fini.dk/DMK.pdf

Indledning

Mens virksomhedsledere og IT-folk verden rundt, havde fokus på Y2K-problematikken op til millennium, var en endnu større revolution ved at tage form på 1 Infinite Loop i Cupertino, Californien. Op mod år 2000 havde Steve Jobs og hans designere hos Apple arbejdet på at ændre vores forbrug af musik. Med introduktionen af iPod'en i oktober 2001, ændredes "the landscape of portable audio players"¹, og MP3-afspilleren blev ikke bare et allemands-øje, men også en regulær kulturinstitution.

Problemstilling

Siden offentliggørelsen i 2001, er der blevet solgt over 220 millioner eksemplarer² af iPod'en i forskellig form. Som enkeltstående forbrugsprodukt, er det den bedst sælgende MP3-afspiller nogensinde. Udbredelsen af iPod'en har betydet en ændring af vores forbrugsvaner for musik. Vi er ikke begrænset til at lytte til musik på et anlæg, eller ved hjælp af en DiscMan med 50 minutters musik. Med iPod'en, kan vi tage hele vores musikkatalog med i lommen, og praktisk talt høre det alle steder.

Det medfører ændringer i vores interaktion med både hinanden, men også de rum hvor vi alle sammen færdes i. Nye interaktioner opstår og gamle barrierer nedbrydes, men præcis hvad er det iPod'en gør?

Problemformulering

Vi har hypotese om at folk bruger deres iPod til at skabe nye private rum i det offentlige rum. Med udgangspunkt i vores hypotese, vil vi forsøge at belyse hvordan iPod'en bruges til at skabe disse nye rum.

- Hvilken betydning har iPod'en for konstruktionen af de nye private rum?
- Hvordan påvirker omgivelser, steder såvel som personer, vores konstruktion af nye private rum?

1 <http://www.pcworld.com/article/id,123942-page,2/article.html>

2 <http://news.worldofapple.com/category/world-of-apple-events/>

Præsentation af teori:

I vores opgave har vi primært arbejdet med "Kommunikation og social kontekst" af John B. Thompson og "Media, Situations and Behaviour" af Joshua Meyrowitz. Førstnævnte tekst handler om medier som et samfundsteoretisk begreb, og hvordan de har været med til at ændre strukturerer i vores samfund. Thompsons påstand er at udviklingen af nye kommunikationsmedier påvirker den måde det enkelte menneske oplever det sociale livs rumlige og tidsmæssige kendetegn (Thompson, 1995, s. 43). Thompsons tekst giver os den samfundsteoretiske og historiske baggrund, for at kunne se på hvilken betydning iPod'en har haft, i kraft af sit fokus på hvordan "Vi skaber et aktivt selv ved hjælp af de meddelelser og det betydningsbærende indhold som (blandt andet) medieprodukter forsyner os med" (Thompson, 1995, s. 54).

Meyrowitz er mere fokuseret på hvordan sociale rum og opførelse, skabes og ændres i forhold til nye medier. Her fokuseres der i sær på den måde nye medier, er med til at skabe scenarier der aldrig er set før. Meyrowitz siger at vi normalt har to interaktions-områder; Front region og Back region. Disse kan eksemplificeres som hver sin side af en hoveddør til en bolig. I front region – ude foran døren – har vi en anderledes ageren end vi har inde i back region – inde i boligen. Med de nye medier, argumenterer Meyrowitz, skabes der nye situationer og ny interaktioner; f.eks opstår der det han kalder Middle region. Middle region opstår når folk fra front region opnår et indblik i back region – f.eks når en privat samtale i en mobiltelefon bliver ført et offentligt sted. Ligeledes kommer Meyrowitz ind på hvordan adfærden ændres i de nye regioner, hvilket er præcis dét vi gerne vil undersøge.

Udover disse to tekster, har vi også arbejdet med "Sound Moves – iPod culture and urban experience" af Michael Bull og "Doing Cultural Studies – The story of the walkman" af Paul Du Gay. Begge bøger er case-studies af hvordan hhv. iPod'en og Walkman'en har været med til at ændre de interaktioner vi indgår i. I Sound Moves, gennemgår Michael Bull hvordan iPod-ejere med deres musikforbrug, kan lukke sig ind og ud af samfundet på kommando. Paul Du Gay er derimod mere fokuseret på hvordan Walkmanen opfattes og hvilket budskab den sender. Han går også ind i en diskussion om "production of consumption" og hvordan dette har haft effekt på den socio-kulturelle virkelighed som Walkman'en befandt sig i.

Præsentation af undersøgelsen:

For at besvare problemformuleringen bedst muligt, valgte vi en metodisk tilgang til undersøgelsen i form af etnografiske observationer suppleret med kvalitative interviews.

Metode-teoretisk, valgte vi at fokusere på to tekster. Til at foretage vores etnografiske observationer, har vi brugt "An ethnographic approach to design" af Blomberg et al. Her er der specielt lagt vægt på den etnografiske observationsmetode, og hvordan denne udføres og struktureres. I opbygningen af vores interview, har vi brugt George Gaskells "Individual and group interviewing" til at afveje fordele og ulemper ved forskellige interview-former og strukturer.

En af grundene til at vi har valgt at anvende en etnografisk tilgang, er fordi at denne metode egner sig godt, når det handler om at fokusere på den menneskelige aktivitet og de interaktioner, som forekommer i bestemte rum og situationer i hverdagsomgivelserne. På trods af den hårde kritik af etnografiens metodiske grundlag, som værende for subjektiv samt at den indsamlede empiri ikke er præcis nok, er det dog en god måde at adressere den kompleksitet der findes i sociale interaktioner.

Vi valgte at foretage vores observationer i nogle omgivelser, som var præget af megen trafik og hvor der var mange mennesker. Det grundlæggende formål med observationerne var at fokusere på de mennesker som brugte deres iPods.

Som udgangspunkt var det de hvide hørertelefoner, der var en forudsætning for videre observation af situationen. Det var bl.a. den sociale interaktion med andre som var interessant at observere. Derudover var det også interessant at fokusere på den interaktion som foregik i "rummet".

For at få et indblik i hvordan iPod'en, i forhold til tidligere mobile afspilningsenheder, blev brugt i hverdagsammenhæng, valgte vi at foretage et kvalitativt interview. Vi ville endvidere vide om der havde været nogle åbenlyse ændringer i brugen, og den sociale kontekst hvori brugen af iPod'en spiller ind.

Undersøgelsesdesignet for interviewet havde den forudsætning at respondenterne tidligere havde anvendt mobile afspilningsenheder. Dette var fordi vi ville stille reflekterende spørgsmål om anvendelsen af disse, og hvorvidt iPod'en havde ændret brugssammenhængen i det offentlige rum. Vi anvendte en semi-struktureret interviewguide for ikke at udelukke muligheden for et mere reflekterende interview. Vi ville med kvalitative interviews også forsøge at underbygge hypotesen om at der med iPod'en skabes nye rum i det offentlige, og hvordan denne handling til dels er et bevidst træk fra brugerens side.

Analyse af indsamlede data

iPod'en er i dag blevet en hverdagsgenstand som nøgler, mobil og pung. Mange har som regel en dedikeret lomme til denne lille gadget. En 10x6cm boks indeholdende en enkeltbillet til privat rum, tænkeboks og afslapning.

Vi har i vores undersøgelse undersøgt hvordan iPod'en bliver brugt af folk i hverdagen, og hvordan den har ændret måden at interagere med samfundet på over det sidste årti. Tendensen har været der i meget længere tid, helt tilbage til den klassiske Sony Walkman. Dengang var hele kulturen at mixe disse kassettebånd med de bedste sange man kunne finde. I dag er pladsen på iPod'en så stor at de færreste har en musiksamling der rent faktisk kan fylde den ud.

I gamle dage når man befandt sig i det "åbne" rum, så interagerede man med det, Meyrowitz skriver om *front region* og *back region* (Meyrowitz, 2010), altså var man i *front region* når man bevægede sig uden for sin dør, man kommunikerede med folk, og interagerede med samfundet. Hjemmet var så ens *back region*, her kunne man vælge interaktionen med samfundet og kommunikationen fra. Her kunne man have sit eget lille private rum, tænkeboks og fristed. Det man ser i dag er at disse *regions* ændrer sig, i takt med at teknologien giver større mulighed for at nedbryde disse barrierer. Ens kontor, som i gamle dage kunne kategoriseres som *back region*, (hvis det var et enkeltmandskontor) bliver i dag nedbrudt af interkomanlæg, telefoner, computer og andre kommunikationsteknologier. I dag er disse regioner ændret til *deep back region* – *middle region* – *forefront region* (Meyrowitz, 2010). Det fysiske sted er altså ikke en vigtig faktor i disse *regions* mere. Til gengæld er det vigtigt hvordan man interagerer, eller rettere sagt, vælger at interagere med informationsflowet – her anset som det Meyrowitz kalder sociale informationer. Denne form for information har udviklet sig over de senere år. Vi har observeret at ting, der tidligere var socialt uacceptable (som at tale i telefon mens andre er i samme rum), er blevet acceptable i det hverdagsrum vi alle befinder os i. Muligheden for at vælge interaktionen og kommunikationen, med ens omgivelser fra, er blevet en acceptabel social adfærd.

Det vi observerede var netop hvad Meyrowitz beskriver; at disse "rum" overlappede hinanden. Muligheden for at skabe sin egen lukkede sfære i et ellers åbent rum, har gjort at man i dag ser flere og flere med deres velkendte iPod-hvide høretelefoner i ørerne, befindende sig i middle region.

"We are increasingly alone together" (Bull, 2007, s. 5)

Det ovenstående citat er utroligt sigende for hvad vi har observeret og fået ud af vores kvalitative interviews. Tendensen blandt alle vores informanter, er at iPod'en skaber en form for kontrol i hverdagen, med musik i ørerne kan man slippe for nogle af de "påtvungne" sociale regler, og nedbryde de faste "rum" i hverdagen.

Konklusion

På baggrund af vores observationer og interviews, og underbygget af relevant teori, kan vi konkludere at iPod'en virkelig har ændret måden vi i hverdagen interagerer og kommunikerer på. I vores observationer oplevede vi en del grupper, der hørte musik i det ene øre alt imens de holdt en samtale kørende med deres sidemand. Denne form for interaktion ser ud til at være forholdsvis udbredt og accepteret i nogle sociale kredse. Det er en underlig krydsning mellem *forefront region* hvor man interagerer med samfundet og kommunikerer ud af, "face-to-face", men samtidig forsøger at holde en lille del af sig i *deep back region*.

En anden observation var en pænt klædt mand i 20'erne, der kom gående med høretelefoner i begge ører. Han gik, modsat næsten alle andre på gaden, hurtigt og målrettet, zigzaggende mellem fodgængere. I dette tilfælde kunne man se, hvordan manden brugte iPod'en til at skabe denne sfære omkring sig, for at lukke alt ude, for at forsøge at kontrollere det daglige "rum" - forsøge at tilpasse det sine behov.

Med denne kontrol og lukkethed kommer dog også en distancering, i takt med at der findes flere og flere måder at kommunikere på. Når unge i dag vælger kommunikation og interagerer i de sociale "rum" fra, kan det i sidste ende ændre på den måde vi interagerer og kommunikerer med verden på.

Litteraturliste

Blomberg, J., Burrell, M., & Guest, G. (2003). An ethnographic approach to design. In L. Malmborg, *Kompedie i Introduktion til Interaktionsdesign* (pp. 38-56). København, Danmark: SL Books.

Bull, M. (2007). *Sound Moves - iPod culture and urban experiences*. England: Routledge.

Gaskell, G. (2000). Individual and group interviewing. In L. Malmborg, *Kompedie i Introduktion til Interaktionsdesign* (pp. 38-56). København, Danmark: SL Books.

Gay, P. D. (1997). *Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman*. SAGE Publications Ltd.

Meyrowitz, J. (2010). No sense of Place - The impact of electronic media in social behaviour. In L. Klastrup, *Digital Mediekultur - Bind 1* (pp. 35-51). Danmark: SL Books.

Thompson, J. B. (1995). Kommunikation og social kontekst. In L. Klastrup, *Kompedie i Digital Mediekultur* (pp. 19-54). København, Danmark: SL Books.

Hvad vil vi tale om til eksamen?

Casper:

"The establishment of mutual recognition (are) a precondition for self realisation" (Honneth, 1995)

Hvordan kan vi forstå en forvandlet social scene, hvor disse traditionelle former for anerkendelse i stigende grad kommer til udtryk i relationer over afstanden og ikke i de umiddelbare sociale rum, vi lever.

Jeg vil primært beskæftige mig med hvordan denne lille genstand kaldet iPod, har ændret de sociale spilleregler. Hvad går vores samfund mod? Et samfund hvor vi som M. Bull siger; "We are increasingly alone together"? Folk bruger iPod'en til at kontrollere det daglige rum, for at tilpasse det ens behov. Hvordan vil det påvirke samfundet at man kan sortere fra i hverdagen, og undgå kommunikationen og interaktionen med samfundet?

Phillip:

Mit fokuspunkt, vil være hvordan iPod-brugere skaber nye rum i det offentlige rum, og hvilken type rum det er. Hvad får folk til at kræve det offentlige rum tilbage, og hvordan gør de det?

Raymond:

- Hvordan iPod'en har været med til at skabe nye private rum i det offentlige.
- iPod'en som artefakt i kulturel sammenhæng.
- iPod'en i forbindelse med identitet og selvfremsstilling.

Emil:

- Hvordan har iPod'en ændret vores måde at interagere med vores omgivelser?
- Hvordan skaber iPod'en nye privaterum, selv i offentligheden?
- Prøver vi at "designe" vores egen verden, ved at forsøge at sortere i hvad vi gider at høre og ikke høre, ved at sætte høretelefonerne i, i det offentlige rum?

iPod kultur

Obligatorisk midtvejsaflevering i "Digital Mediekultur" skrevet af:

Casper Bøje

Emil Fini Hansen

Phillip Hedemark Rasmussen

Raymond Christian Ortiz

IT Universitetet, forårssemesteret 2010

Indledning

Mens virksomhedsledere og IT-folk verden rundt, havde fokus på Y2K-problematikken op til millennium, var en endnu større revolution ved at tage form på 1 Infinite Loop i Cupertino, Californien. Op mod år 2000 havde Steve Jobs og hans designere hos Apple arbejdet på at ændre vores forbrug af musik. Med introduktionen af iPod'en i oktober 2001, ændredes "the landscape of portable audio players"³, og MP3-afspilleren blev ikke bare et allemands-eje, men også en regulær kulturinstitution.

Problemstilling

Siden offentliggørelsen i 2001, er der blevet solgt over 220 millioner eksemplarer⁴ af iPod'en i forskellig form. Som enkeltstående forbrugsprodukt, er det den bedst sælgende MP3-afspiller nogensinde. Udbredelsen af iPod'en har betydet en ændring af vores forbrugsvaner for musik. Vi er ikke begrænset til at lytte til musik på et anlæg, eller ved hjælp af en DiscMan med 50 minutters musik. Med iPod'en, kan vi tage hele vores musikkatalog med i lommen, og praktisk talt høre det alle steder.

Det medfører ændringer i vores interaktion med både hinanden, men også de rum hvor vi alle sammen færdes i. Nye interaktioner opstår og gamle barrierer nedbrydes, men præcis hvad er det iPod'en gør?

Problemformulering

Vi har hypotese om at folk bruger deres iPod til at skabe nye private rum i det offentlige rum. Med udgangspunkt i vores hypotese, vil vi forsøge at belyse hvordan brugen af iPod'en bruges til at skabe disse nye rum.

- Hvilken betydning har iPod'en for konstruktionen af de nye rum? / Hvordan bruges iPod'en til at skabe nye rum?
- Hvordan påvirker omgivelser, steder såvel som personer, vores konstruktion af nye rum?

3 <http://www.pcworld.com/article/id,123942-page,2/article.html>

4 <http://news.worldofapple.com/category/world-of-apple-events/>

Undersøgelsesdesign

Ved hjælp af etnografiske observationer og kvalitative interviews, vil vi forsøge at svare på vores problemformulering. Vi vil fokusere på en målgruppe som har haft et musikforbrug både før og efter iPod'en, sådan at vi kan få data der er retvisende i forhold til hvordan forbruget har ændret sig. Vi vil primært beskæftige os med hvordan forbruget af musik skaber "nye (og potentielt lukkede) rum", hvor der ikke tidligere kunne være tale om at gøre dette; f.eks på arbejdspladsen. I opgaven vil vi især lægge vægt på Meyrowitz "Media, Situations and Behavior".