

Indledning - Lokationsbaserede softwaretjenester	2
--	---

Peter Lorensen - peterlorensen@itu.dk

Problemer og etiske overvejelser ved forskning i sociale netværk, der anvender lokationsbaseret software	4
--	---

Litteraturliste	7
-----------------------	---

Christie Stauning Andersen - christie@itu.dk

Tillid i sociale relationer i online fællesskaber og LBS tjenester	8
--	---

Litteratur	11
------------------	----

Anne-Mette Vinter - vinter@itu.dk

Locationsbaserede softwaretjenester og identitet	12
--	----

Litteraturliste	15
-----------------------	----

Thomas Kunov - kunov@itu.dk

Analyse af 'Locationsbestemte software services' som digital kultur	16
---	----

Litteraturliste:	19
------------------------	----

Felicia Ross Knudsen - ferok@itu.dk

Always-on	20
-----------------	----

Litteratur:	23
-------------------	----

Bilag

Indledning - Lokationsbaserede softwaretjenester

Er stedet blevet vigtigt igen?

Vi kan se en ny tendens i form af, at lokation forsøges inddraget i vores færden på nettet. En faktor som ellers ofte ses som værende noget, Internettet har brudt med. Det har betydning hvor man selv, og dem man kommunikerer med, befinder sig fysisk, og ligeledes indgår de lokale omgivelser i interaktionen mellem mennesker. Dette ses ved de stigende mængder af sociale tiltag og tjenester på Internettet, kaldet lokationsbaserede software (LBS) tjenester.

Grundelementerne i de fleste tjenester er socialitet, bruger-inddragelse/deltagelse, og networking. Med disse tjenester bliver fysisk lokation omdrejningspunktet for den sociale interaktion.

I forbindelse med faget digital kultur, er vi en gruppe på fem studerende, der har undersøgt LBS tjenester. Disse tjenester synes at have sine forgængere i tjenester som Twitter¹ og Jaiku², der begge kan kategoriseres som mikroblogging, dog har Twitter ikke det lokationsbestemte aspekt. Vi har undersøgt følgende LBS tjenester; Bliin, Plazes, Mobiluck, Socialight, Rabble, Trackut, Ipling, Helio, Boostmobile, Sixsense, Dodgeball, Datepilot.³ Fælles for dem er, at brugeren via sin

mobiltelefon eller Internettet⁴ angiver sin placering, eller hvad han/hun mener om et bestemt fysisk sted. Brugere kan også tilgå denne information fra andre brugere via mobiltelefonen eller internettet. Hvem der skal modtage informationen, og hvad der skal vises, styrer brugeren selv via sin profil på Internettet. Tjenesterne adskiller sig ved, at nogle fokuserer på mikrokoordinering andre på mikroblogging, geotagging eller datingservice.

Vi har gennemgået og vurderet hver af de ovennævnte LBS tjenester ud fra kriterier som kerneydelse, udbredelse, tekniske krav mm⁵. Dette har vi gjort for at skabe et

¹ Se <http://www.twitter.com>

² Se <http://www.jaiku.com>

³ Se bilag B for beskrivelse af alle disse applikationer.

⁴ Internettet synes at blive brugt, fordi der stadig er mange som ikke har mobiltelefoner med GPS, mobilinternet eller bluetooth.

sammenligningsgrundlag, og ligeledes fordi disse kriterier giver et godt billede af de forskellige tjenester. Vi har forsøgt at bruge dem i praksis for at få en dybere forståelse af, hvordan de fungerer, hvilket til tider har skabt vanskeligheder enten pga. tekniske problemer⁶, eller fordi tjenesterne er geografisk baseret på en måde, så vi ikke kunne få adgang⁷. Dette har selvfølgelig betydet en del for vores undersøgelser i den forstand, at det har været svært at undersøge eksempelvis social interaktion. Vores undersøgelser har dog også givet et klart indtryk af, at de fleste LBS tjenester er nye og umodne og som mange andre sociale softwaretjenester i betaversioner. Samtidigt har de på nuværende tidspunkt et begrænset antal brugere.

Fokus for vores undersøgelse er ikke så meget teknologien i sig selv men i stedet brugspraksis og social adfærd, hvor vi inden for vores forskellige problemstillinger udforsker og forklarer muligheder og tendenser.

Emner vi vil berøre er i vores synopsis er metode og etik, sociale relationer, identitet, tilgængelighed samt sted.

⁵ Se bilag A for liste over vurderingskriterier.

⁶ Enten i form af vanskelighed ved at logge på eller fordi vi ikke selv ejede en mobiltelefon med f.eks. GPS.

⁷ Nogle tjenester fungerede kun i USA, f.eks. Dodgeball. Man kunne derfor ikke lave en profil med mindre man havde et amerikansk postnummer.

Problemer og etiske overvejelser ved forskning i sociale netværk, der anvender lokationsbaseret software

I vores undersøgelse af LBS tjenester opstod flere problemer og denne synopsis vil beskrive problemer ved LBS forskning generelt. Til eksamen vil jeg komme ind på de konkrete problemer vi mødte og vores håndtering af dem.

Det første problem er *say-do* problematikken: Hvis man f.eks. har en sociologisk metodiske indfaldsvinkel hvor man ønsker at belyse uskrevne normer er det ofte nødvendigt, via et etnografisk studie, at deltage i netværket selv. I LBS forskning er den manglende *ansigt-til-ansigt* kommunikation en udfordring, som Hine (2006) kommer ind på i sin beskrivelse af etnografiske studier på internettet. Hvis man imidlertid ønsker at imødegå dette problem, og f.eks. vælger en fokusgruppestrategi, hvor man står ansigt til ansigt med sine subjekter, er det alligevel ikke sikkert man får pålidelige svar, som bla. Marlene Larsen (2005) konstaterede i sin undersøgelse af unges brug af Arto, idet ”unge gymnasieelever nedtoner deres medieforbrug[...]i fokusgruppeinterviews, hvor de deltager sammen med jævnaldrende, og hvor interviewerne er ældre.” (s. 88). Det er vigtigt at vælge den rigtige *interviewteknik*, der passer til det spørgsmål, man ønsker at belyse.

Det andet problem er at opnå tilstrækkelig forståelse for det sociale netværk, man ønsker at undersøge. Flere forskere fremhæver dette som værende meget vigtigt, blandt andet Kendal som i sin artikel ”Recontextualising “Cyberspace” – Methodological Considerations for On-line Research” (1999) beskriver vigtigheden af den sociale kontekst gennem aspekterne *off-line* og *on-line*. I artiklen er der flere overvejelser som er aktuelt for LBS netværk, hvor et af problemerne er faren ved at separere offline og online opførsel: Opfører folk sig helt anderledes i et socialt LBS netværk end ellers? Det at bruge sin mobiltelefon på forskellige steder til forskel fra at sidde samme sted foran den samme computer og deltage i et socialt netværk, gør det en forskel?

Et andet problem er *anonymiteten*, som Taylor? (1999) beskriver i sin artikel om de forskningsmæssige udfordringer omkring den dobbelte eksistens, anonymitet og

'multimodalities' i indhentning af data. Det anses ikke som etisk forsvarligt at oprette en profil/karakter og deltage i et socialt netværk kun for at bruge det i sin forskning. Man skal markere sin identitet og hensigt åbenlyst, med de problemer dette må medføre for undersøgelsen, f.eks. at deltagerne svarer, som de tror, forsøgslederen ønsker det Som Orne (1962) skriver i sin artikel om "*the good subject*": det, at den generelle holdning hos en villig forsøgs/interview-person er, at opretholde et godt forhold til forsøgslederen gennem at svare på en sådan måde, at han/hun støtter den teori som forsøgslederen, gennem sine spørgsmål, har fortalt. Et andet spørgsmål er, hvordan det forholder sig i det mere grå område, hvor man rent personligt benytter en tjeneste, som f.eks. www.sociallight.com, hvor man kan geotagge bygninger og abonnere på andres tags, men så beslutter sig for at forske i det sociale netværk, man har opbygget. Er det etisk forsvarligt at udnytte relationer, som hidtil har opfattet vedkommende i en vennerolle, men pludselig bliver konfronteret med en anden rolle, som forsker? Hvor stor en reel valgfrihed har sådanne kontakter til at sige nej tak til en undersøgelse, når deres ven spørger dem pænt?

Der er også andre muligheder end etnografiske undersøgelser og fokusgrupper: Hvis den metodiske indfaldsvinkel er *social netværksanalyse*, hvor man ønsker et overblik over, hvem der kommunikerer med hvem og hvor ofte, så er det et problem at danne den udelukkende ud fra person-til-person kontakt. I stedet kan der gøres brug af den megen information i form af teknisk data som ligger i infrastrukturen i netværket selv. Duchenaut et al. (2007) har gjort brug af denne fremgangsmåde i deres undersøgelse af *guilds* i WoW⁸, hvor det er muligt at få data fra den enkelte spilsserver om alle dem, som er koblet på, og hvilken *guild* de er med i. Duchenaut et al. viser i deres artikel, hvordan den gennemsnitlige *guild* størrelse i WoW er på ca. 35 medlemmer og påviser, hvordan større *guilds* har problemer med stabiliteten. Hvis tilsvarende dataudtræk kan lade sig gøre rent teknisk, så har man en rig mulighed for at studere netværksanalytiske forhold. Man kan f.eks. hos www.datepilot.dk se, hvem der danner netværk med hvem, og hvor meget de egentlig kontakter hinanden. Dette kan så sammenføres med en evt. spørgeskemaundersøgelse og hjælpe til at løse udfordringerne i *say-do* problematikken, som blev nævnt tidligere. Udfordringen ligger imidlertid i at opnå tilladelse fra de implicerede parter, både på den tekniske side, men også fra brugerne. For Duchenaut et al. har det ikke været nødvendigt

⁸ Blizzard Entertainments online computerspil World of Warcraft

at få tilladelse fra ”more than 300’000 unique characters” (2007) som de har observeret fordi informationerne ligger offentlig tilgængelig, men det gælder ikke alle steder og at indhente tilladelse fra så mange respondenter er et problem.

Netop tilladelsen fra deltagere i et LBS netværk kan være problematisk. Det skyldes netop den lokationsbestemte natur, der, mere eller mindre frivilligt, viser deltagernes præcise opholdssted. De forskellige tjenester, vi har undersøgt, varierede meget, hvad angår hvordan og i hvor høj grad stedet blev benyttet. Det giver imidlertid anledning til forskningsmæssige udfordringer, idet man godt kan forestille sig personer, som f.eks. en graffitimaler eller en utro ægtemand, der ikke ønsker, at en forsker skal vide, hvor han befinder sig. Ligeledes er der en mulighed for, at forskeren sidder inde med data, der forbinder en deltager med en forbrydelse, som netop grafittimaling, oprør (ungdomshus) eller værre. Hvordan skal man forholde sig i disse tilfælde? Kan man som forsker dømmes som medskyldig, hvis man via en LBS tjeneste tydeligt kan se en person trænge ulovligt ind i en bygning, og man **ikke** anmelder vedkommende til politiet? Forskning i et område, der kan overvåge deltagernes færden, vil give anledning til etiske problemstillinger i forhold som lovbrud, anonymitet og deltagelse.

Denne gennemgang af problemer ved forskning i lokationsbaserede sociale netværk lider under den manglende forskning indenfor dette felt og trækker derfor kraftig på allerede beskrevne problemer ved studier af internetbaserede sociale netværk. I vores feltarbejde har vi gjort os det klart hvilke problemer man støder på i undersøgelse af LBS tjenester. Der var flere sammenfald med problemer fra internetbaseret sociale netværksundersøgelser, men også nogle unikke problemer, og dem vil jeg komme ind på til eksamen.

Litteraturliste

Ducheneaut, Nicolas, N. Yee, N., Nickell, E., Moore, R.J.: (2007). **The Life and Death of Online Gaming Communities: A Look at Guilds in World of Warcraft**. CHI 2007 Proceedings, Pp. 839-848. Findes også på:
<http://www.nickyee.com/pubs/Ducheneaut,%20Yee,%20Nickell,%20Moore%20-%20Chi%202007.pdf>

Hine, Christine: **“The Virtual Object of Ethnography**. In *Cybercultures – Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, red. Bell, David. Routledge, 2006. Vol. 2, vol. 2. Pp. 286 – 316

Kendall, Lory: **Recontextualising “Cyberspace” – Methodological Considerations for On-line Research**. *Doing Internet Research – Critical Issues and Methods for Examining the Net*, red. Steve Jones. Sage Publications, 1999, Pp. 57-74

Larsen, Marlene Charlotte: **Ungdom, venskab og identitet - en etnografisk undersøgelse af unges brug af hjemmesiden Arto**. Speciale i kommunikation. Afdeling for kommunikation, Aalborg Universitet. 2005. Hentet 20. November, 2007 fra Marlene Charlotte Larsens blog: http://www.ell.aau.dk/fileadmin/user_upload/documents/staff/Malene_Larsen_-_Documents/Ungdom__venskab_og_identitet_Malene_Charlotte_Larsen.pdf

Orne, Martin T. **On the Social Psychology of the Psychological Experiment**. *American Psychologist* 17(11), 1967 Pp. 776-783. Findes også på:
<http://66.102.1.104/scholar?hl=en&lr=&q=cache:GwYe8gQf708J:www.journals.apa.org/prevention/volume5/pre0050035a.html+orne>

Taylor, T.L. **Life in Virtual Worlds: Plural Existence, Multi-modalities, and Other Online Research Challenges**. In *American Behavioral Scientist Online*, 1999, Vol 43, No 3, p. 436-449

Tillid i sociale relationer i online fællesskaber og LBS tjenester

Sociale relationer i LBS tjenester kan rejse mange forskellige typer af problemstillinger. I denne synopsis vil jeg tage op, hvorvidt LBS tjenester fordrer helt nye sociale relationer eller om de sociale relationer LBS tjenester lægger op til, er en naturlig forlængelse af allerede eksisterende sociale relationer i online fællesskaber?

For at kunne svare på dette spørgsmål er jeg nødt til at se på forudsætninger for sociale relationer, hvor tillid er et vigtigt præmis. Her kan det være relevant at inddrage Anthony Giddens (2003)[1991] og hans modernitets analyse, da han understreger vigtigheden af det han kalder *tillidsrelationer*. Vigtigheden af disse opstår især i kraft af den øgede refleksivitet, som er et af tre gennemgående temaer i Giddens' modernitetsanalyse⁹. Denne øgede refleksivitet skaber en radikal tvivl og har dermed konsekvenser for forestillingen om en ontologisk sikkerhed. I forsøget på at opretholde denne forestilling bliver *tillidsrelationer* meget vigtige. Tillid er tilsyneladende en vigtig forudsætning for (intime) sociale relationer samtidig med at (intime) sociale relationer er vigtige for vores sikkerhed i tvivlens tegn. I kraft af nedbrydelsen af traditionens bånd, kan det enkelte individ selv vælge og forme sine intime relationer, som seksuelle relationer, ægteskab og venskaber, som hele tiden er til forhandling og udvikles i sociale sammenhæng. For at opbygge eller opretholde *tillidsrelationerne* er det nødvendigt med en gensidig tillid, hvor individerne åbner sig og afdækker sig selv.

Jeg vil i det følgende, med udgangspunkt i vigtigheden af tillid i sociale relationer se på de tidligere og allerede eksisterende sociale relationer i online fællesskaber.

Kunne *tillidsrelationer* eksistere i de tidlige online fællesskaber, som Barry Wellman og Milena Gulia(1999)[1997] taler om i teksten *Virtual communities as communities: Netsurfers don't ride alone*. Disse teoretikere mener at stærke, intime bånd i online fællesskaber minder om stærke,

⁹ De tre temaer er: Adskillelsen af tid og rum. Udlejningsmekanismer, hvor udlejning dækker over den proces, hvor sociale relationer løftes ud af lokale og bundne sammenhænge og i stedet struktureres på tværs af tid om rum. Og til sidst modernitetsens refleksive karakter. (Giddens 2003: 9-21)

intime bånd i offline fællesskaber¹⁰ Med andre ord kan man ikke fornægte, at der skabes sociale relationer i online fællesskaber, men i 90'erne gav disse ikke mulighed for *tillidsrelationer* i Giddens forstand, da individerne godt kunne åbne sig overfor hinanden i form af deres dialog, men ikke kunne afdække hinanden, da det dengang var nemmere at udgive sig for at være en anden.

Darin Barney (2004) skriver i *Network Identity*, at online fællesskaber har udviklet sig til at være personaliserede netværk¹¹. Personaliserede netværk kan bl.a. ses ved at profilbaserede netværksites som Facebook, LinkeIN og Myspace¹² har enorm succes. På disse sites viser man offentligt, hvem man er forbundet med og dermed hvem man er venner med. J. Donath og D. Boyd (2004) skriver i deres tekst *Public Displays of Connection*, hvordan disse offentlige forbindelser giver mere information om personen samt, at det skaber større tillid til den person, man ønsker at blive forbundet til¹³.

Nancy Bayem (2007) skriver om en ny form for online fællesskaber i teksten *The Shape of of online community*, stadig inden for de personaliserede netværk. Det nye Bayem fremhæver er, at online fællesskaber foregår på flere sites på én gang. Det er med andre ord ikke et enkelt *sted* som f.eks. Facebook der betegner fællesskabet, men derimod at individerne støder på de samme mennesker på forskellige sites og det er i den forstand at fællesskabet opbygges. Denne nye form lægger Bayem også op til har en del tilfælles med geografisk bestemte fællesskaber¹⁴

Af ovenstående kan jeg konkludere, at der i de forskellige former for personaliserede netværk gives mulighed for hurtigere og med større sikkerhed at opnå gensidig tillid i disse medierede sociale relationer. Da individerne både åbner sig op og er sårbare ved at vise sit netværk, billeder etc. samtidig med, at det er muligt at afdække hinanden ved al denne information.

¹⁰ Wellman og Gulia 1999:179

¹¹ Barney 2004: 164

¹² <http://www.facebook.com>, <http://www.linkedin.com>, <http://www.myspace.com>

¹³ Donath og Boyd (2004): 72

¹⁴ Bayem 2007: 13

I den sammenhæng er det relevant at spørge, hvilken form for sociale relationer LBS tjenester lægger op til? Og kan disse ses som en yderligere afdækning og afsløring af individet og dermed som tjenester, der kan være med til at skabe *tillidsrelationer* i Giddens forstand?

Disse to spørgsmål vil jeg diskutere til eksamen med udgangspunkt i Gitte Stald (2007), Manuel Castells et al. (2007) og Clive Thompson (2007).

Stald (2007): *Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media* omhandler unges¹⁵ brug af mobiltelefonen. Da det højst sandsynligt vil være de unge, som for alvor vil tage LBS tjenesterne til sig, er det relevant at inddrage nogle af hendes pointer vedr. deres brug af mobiltelefonen. Her især hvordan mobiltelefonen kan være med til at opretholde og vedligeholde tilhørsforholdet til en gruppe samt hvordan den fungerer som et personligt værktøj til koordinering af hverdagen.

I bogen af Castells et al. (2007: *Mobile Communication and Society* vil jeg især bruge hans pointer vedrørende mikrokoordination¹⁶, samt hvordan mobiltelefonen kan medvirke til styrkelse af intime sociale netværk

Thompsons (2007) pointe i *How Twitter Creates a Social Sixth Sense* om, hvordan mikroblogging kan skabe en form for social sjette sans af, hvad dine venner laver og hvordan de har det, er også relevant for diskussionen af mine eksamensspørgsmål.

¹⁵ 15-24-årige danskere

¹⁶ Nuanceret styring af social interaktion (Castells et al 2007: 89)

Litteratur

Barney, Darin: Network Identity kap. 5 i The Network Society, 2004

Bayem, Nancy K.: The New Shape of Online Communities: The Example of Swedish Independent Music Fandom, 2007

Castells, Manuel; Fernández-Ardèvol, Mireia; Qiu, Jack Linchuan; Sey, Araba: *Mobile Communication and Society. A Global Perspective*, kap. 3, 4 og 5, 2007

Donath, J og Boyd, D: Public Display of Connections, 2004

Giddens, Anthony: *Modernitet og selvidentitet*, Indledning, kap 1 og 2, (2003)[1991]

Stald, Gitte: Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media, 2007

Thompson, Clive: How Twitter Creates a Social Sixth Sense i Wired Magazine issue: 15.07
http://www.wired.com/techbiz/media/magazine/15-07/st_thompson, hentet d. 11/12-07, 2007

Wellman, Barry og Milena, Gulia: Virtual communities as communities: Netsurfers don't ride alone, (1999)[1997]

Locationsbaserede softwaretjenester og identitet

Som beskrevet, har vi de seneste år oplevet et stort udbud af locationsbaserede software tjenester (LBS-tjenester). Jeg vil følgende diskutere, hvorvidt denne tendens kan forklares ud fra, at servicen skaber mulighed for at udtrykke identitet.

Slår man op under identitet i Gyldendals Fremmed Ordbog vil man få definitionen lighed eller enshed¹⁷. Men begrebet identitet er en kompliceret størrelse at få hold på. Hvad begrebet omfatter, og hvad der er grundlag for det enkelte menneskes identitet, er der mange holdninger til. Darin Barney definerer begrebet, som bevidstheden om hvem vi er - vores fornemmelse af vores mest betydningsfulde og definerende egenskaber. Identitet handler derfor om de ideer, andre har om mig, samt de ideer jeg har om mig selv. Ligeledes reflekterer identitet en persons associationer med og adskillelse fra andre¹⁸.

Ifølge Anthony Giddens er det at skabe sin egen identitet et vigtigt led hos mennesket, der lever i den sen-moderne vestlige verden. Tidligere var mennesker i udpræget grad påvirket af de traditioner, der herskede i lokalområdet. Således fungerede religiøse normer, familie- og lokale landsbytraditioner osv. som den primære kilde til dannelse af mening og identifikation blandt mennesker.

I den sen-moderne vestlige verden er disse faste traditioner under opløsning, og identitet er derfor ikke længere noget forud determineret, men noget det enkelte menneske må opbygge via kontinuerlig refleksion. Identitet er i dag noget mennesker skaber som følge af sociale relationer, de indgår i, samt de valg og handlinger, de foretager i deres liv¹⁹.

Identitet ses således som noget der konstrueres. Også Sherry Turkle sætter fokus på, hvordan Internettet og MUDs (Multi User Domains) har givet mennesker mulighed for at eksperimentere med deres identitet eller ligefrem flere identiteter eventuelt med ønsket om i sidste ende at skabe et 'ideelt selv'²⁰. Ligeledes siger Erving Goffman, at selvet er noget, der udvikles og

¹⁷ Gyldendals Røde Ordbøger, Fremmed Ordbog (2001)

¹⁸ Barney, D. (2004)

¹⁹ Giddens, A. (1996)

²⁰ Turkle, S. (1996)

vedligeholdes i sociale sammenhænge, hvor vi er 'Front Stage' og til stadighed forsøger at præsentere os selv bedst muligt²¹.

Det er således et stort ansvar, der pålægges individet i dag, som selv må skabe sin egen identitet og manifestere sig overfor omverdenen. Jeg vil derfor fokusere på, hvorledes LBS- tjenester kan bidrage til at manifestere identitet overfor omgivelserne.

Joshua Meyrowitzs argumenterer i sin artikel 'The rise of glocality: New senses of identity in the global village' for, hvordan udbredelsen af elektroniske medier har styrket menneskers tilknytning til locationer. Tidligere kunne man ikke tale om, at mennesker havde en bevidst tilknytning til en location, da det ikke var baseret på et valg om at ville være der. Man boede der, fordi man var født der og kendte typisk ikke meget til verden udenfor sit lokalområde. Dette har ifølge Meyrowitz forandret sig i dag, hvor menneskets valg af location er langt mere fleksibelt grundet udbredelsen af elektroniske medier. Denne fleksibilitet har givet mennesker en stærkere tilknytning til locationer, fordi valg af location i dag kan baseres på personlige interesser og ønsker²².

Personlige interesser afspejles ikke kun i selve stedet hvor man befinder sig, men også i de andre mennesker der er til stede. J. Donath og D. Boyd's beskæftiger sig i deres artikel; 'Public displays of connection' med hvordan en persons netværk fortæller noget om ham eller hende selv²³.

Herbert J. Gans inddeler amerikansk kultur i et hierarki bestående af fem 'smagskulturer'; high culture, upper-middle culture, lower-middle culture, low culture og quasi-folk culture. Disse smagskulturer repræsenterer med sine kulturproduktioner hver især et unikt sæt af værdier og normer. Mennesker bevæger sig oftest kontinuerligt indenfor en given smagskultur, når de konsumerer kulturprodukter.

Til eksamen vil jeg med udgangspunkt i Meyrowitz, Donath og Boyd's teorier diskutere hvorledes LBS-tjenster kan bidrage til selviscenesættelse, hvilket er et led i konstruktionen af

²¹ Goffman, E. (1959)

²² Meyrowitz, J (2003)

²³ Donath, J. og D. Boyd (2004)

identitet. Følgelig vil jeg diskutere konsekvenser, positive såvel som negative, af selv at skulle konstruere egen identitet. Sidst vil jeg sætte fokus på, hvad det betyder, når anvendelsen af LBS-tjenester indebærer, at mulighederne begrænses for at være det Goffman kalder 'back stage'.

Litteraturliste

Barney, Darin (2004): *Network Identity* kap. 5 i *The Network Society* Meyrowitz, J (2003) *The rise of Glocality: New Senses of identity in the Global Village*

Donath, J og D. Boyd (2004) *Public Display of Connections*

Giddens, Anthony (1996): *Modernitet og selvidentitet – Selvet Og samfundet under sen-moderniteten*, Reitzel

Goffman, E. (1959) *The presentation of self in everyday life*

Gyldendals Røde Ordbøger, Fremmed Ordbog (2001), Nordisk Forlag A/S

Turkle, S. (1996): 'Who am we?'

Analyse af 'Locationsbestemte software services' som digital kultur

Jeg vil i denne synopsis kort redegøre for hvordan jeg vil gennemgå en række væsentlige kulturbegreber omkring locationsbestemte software services (LBS services), med henblik på at analysere og uddrage væsentlige pointer omkring hvordan LBS, set som et stykke digital kultur, er noget særligt.

Jeg vil først diskutere hvordan LBS services er en særlig ny form for social software set i forhold til andre Web 2.0 fænomener. Endvidere vil jeg komme ind på hvordan LBS kan påvirke vores identitetsdannelse, hvordan de kan have væsensforskellige egenskaber forskelligt fra, samt om de indgår som en del af et lokalt fænomen versus et globalt. Ydermere vil jeg se på hvad et 'sted' som kulturelt og digitalt fænomen kan siges at være for en størrelse, og hvordan LBS services kan være med til at influere samspillet mellem 'stedets' identitet og 'brugene af stedets' identitet. En generel metode til disse analysepunkter har været at findes positive forskelle mellem LBS services og andre digitale fænomener.

LBS – en del af Web 2.0

LBS er et af de nye skude på den stadigt voksende stamme, man kan kalde digital kultur. Nærmere bestemt kan man se det som værende udsprunget af den bølge af internetbaserede sociale services som kan kaldes 'social software'²⁴, eller med det lidt mere diffuse buzzword Web 2.0, første gang benævnt sådan af O'Reiley 2005²⁵. Essensen af og "hype" omkring Web 2.0 handler ikke så meget om de teknologier der muliggør fænomenet, men mere om de social praksiser der udgør bevægelsen. Det vigtige er den adfærd brugerne udviser og måden hvorpå de bruger disse nye teknologier. Web 2.0 har bl.a. sat fokus på begreber som *brugergenereret indhold*, *sociale netværk*, og *mashup* (betydende at man blander indhold fra forskellige steder og i syntesen skaber noget nyt). LBS services udspringer af denne bølge og kan i sig selv ses som værende en art mashup af de internetbaserede tjenester, såsom: 1) MySpace og Facebook der gør det muligt at danne online-fællesskaber med venner såvel som fremmede 2) Wikipedia og 'gå-i-byen-guides' som hjælper brugerne med at dele og indeksere viden om alt fra typisk leksikon-

²⁴ Her på ITU har man et fag der beskæftiger sig med fænomenerne under navnet "Social Software".

²⁵ <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.

indhold til hvor man finder byens bedste tapas, 3) Google Earth og lignende digitale kort over kloden, og endelig 4) mobiltelefonens egenskab af allestedsnærværende tale-, sms- og wapteknologi.

Af ovennævnte teknologier i denne mashup vil jeg især fremhæve mobiltelefonen da den reelt er den komponent der gør det muligt at inddrage det virkelige rum; med ”virkelig” mener jeg her modsætning til det virtuelle rum. Mobilen bringer med sig sin egen kultur, som Gitte Stald blandt andet har beskrevet en del af²⁶, og som Howard Rheingold også har beskæftiget sig i sin bestseller ”Smart Mobs” 2003²⁷.

Noget er det mere bemærkelsesværdige ved denne nye kultur er, at man kan ’nå’ hvem som helst på ethvert givent tidspunkt og sted (always-on²⁸). Dette sætter nogle helt nye kriterier for hvordan fællesskaber og sociale praksisser dannes og arter sig.

I denne forbindelse vil jeg til eksamen redegøre for hvordan de LBS services skaber en ny dimension til disse sociale Web 2.0 tjenester.

LBS og ’Stedet’

Stedet har altid været en funktion af hvordan vi tillægger vores sociale praksisser omkring det. Den kultur der udledes, skaber vores forståelse af stedet, og giver dermed stedet sin identitet. Ifølge Joshua Meyrowitzs er udbredelsen af elektroniske medier med til at styrke personers tilknytning til locationer²⁹. Endelig beskriver Hebert J. Gans hvordan vi opbygger vores tilhørsforhold og identitet igennem en række smagskulturer, og hvordan deres kulturproduktioner siger noget om hvem vi er. I denne forbindelse vil jeg mene at steder vi vælger at opholde os, fortæller meget om hvem vi er, og hvilken kultur vi sætter vores identitet i forbindelse med. LBS giver helt nye måder at udnytte/give udtryk for netop dette. Dette vil blive komme nærmere ind på.

²⁶ Stald 2007.

²⁷ Rheingold 2003

²⁸ Stald 2007, s. 4.

²⁹ Meyrowitz, J: The rise of Glocality: New Senses of identity in the Global Village

Meningsfuldt eller spild af tid?

I takt med det stigende udbud og brug af de mange sociale services øges antallet af kritiske røster og argumenter imod denne nye form for kultur.

”Pointless emails on steroids” – som bl.a. fænomenet microblogging (Twitter, Jaiku) kaldes af den amerikanske forfatter og entreprenør Tim Ferris³⁰ er en tilkendegivelse af at det kan være svært at se det meningsfulde i små uforståelige billeder hvor brugerne uploader hvad de spiser og 140 karakterer lange beskeder om hvorvidt de fx lige har været til træning eller snuppet sig en kop kaffe på den lokale café. Angrebet kommer blandt andet fra etablerede bloggere der mener at det set i forhold til deres møjsommeligt, velskrevne indlæg, virker som det rene pjat, og blot er endnu et narcissistisk stykke fyld til et internet, der i forvejen er ved at drukne i den slags. En af de store modstandere af det nye internet er Andrew Keen 2007³¹.

Et modsvar er blandt andet givet af Clive Thompson³² som hævder at disse tjenester kan være med til at skabe en slags social sjettesans. Dette vil jeg uddybe til eksamen, med særlig henblik på hvordan disse to positioner har forskellige styrker, afhængigt af om man fokuserer på LBS globalt eller lokalt.

³⁰ <http://www.fourhourworkweek.com/blog/2007/03/22/how-to-check-e-mail-twice-a-day-or-once-every-10-days/>

³¹ Keen, Andrew (2007)

³² http://www.wired.com/techbiz/media/magazine/15-07/st_thompson

Litteraturliste:

Thompson, Clive: How Twitter Creates a Social Sixth Sense i Wired Magazine issue: 15.07
http://www.wired.com/techbiz/media/magazine/15-07/st_thompson, hentet d. 11/12-07, 2007

Tim Ferris: The Blog of Tim Ferris “Four Hour Work Week” (Mar. 3th 2007)
<http://www.fourhourworkweek.com/blog/2007/03/22/how-to-check-e-mail-twice-a-day-or-once-every-10-days/>, hentet d. 11/12-07

Castells, Manuel; Fernández-Ardèvol, Mireia; Qiu, Jack Linchuan; Sey, Araba: Mobile Communication and Society. A Global Perspective, kap. 3, 4 og 5, 2007

Stald, Gitte: Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media, 2007

Gans, Herbert. J: “A Comparative Analysis of High and Popular Culture”. Uddrag af Popular Culture & High Culture – an Analysis and Evaluation of Taste. Basic Books, 1999 (revised edition). Pp. 91-160

Barney, Darin (2004): *Network Identity* kap. 5 i *The Network Society* Meyrowitz, J (2003) The rise of Glocality: New Senses of identity in the Global Village.

Keen, Andrew: The Noble Amateur. Kapitel 2 i *The Cult of the Amateur – How Today’s Internet is Killing Our Culture*. Doubleday/Currency, 2007. Pp. 35-63.

Rheingold, Howard: *Smart Mobs – The Next Social Revolution – Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*. Cambridge, 2002. Basic Books.

Always-on

De mobile teknologier betyder en stigende tilgængelighed blandt mennesker. Termen *always-on* anvendes eksempelvis af Gitte Stald (2007) om mobiltelefonens status, der gør, at vi altid er inden for rækkevidde uanset, hvor vi befinder os. Med tilføjelsen af LBS tjenester kan andre, udover at kontakte os hele tiden, nu også følge med i, hvor vi befinder os uden at stille det uafværgelige spørgsmål, ”Hvor er du?”, som praktisk talt indgår i de fleste samtaler over mobiltelefonen. Jeg vil her rette opmærksomheden mod denne *always-on* tilstand, som disse LBS tjenester betoner. Hvilken betydning har den for vores adfærd i hverdagen?

Især blandt unge mennesker kan man tale om at være *always on*. Stald påpeger på baggrund af sine undersøgelser af mobiltelefonens betydning i unge menneskers liv, hvor integreret den er i ungdomskulturen til et punkt, at mange slet ikke kan forestille sig at slukke den og dermed være uden for rækkevidde for familie og venner³³. De unge bliver derfor konstant ’afbrudt’ i deres hverdag, både når de er alene, og når de er sammen med andre. Med det faktum i mente at Stalds undersøgelse har fokus på opkald og sms, mener jeg, at holdningen til fænomenet, tyder på, at angivelse af lokation let kunne indgå i de unges hverdag, som endnu en måde at lade andre vide, at man er tilgængelig.

Professor i medievidenskab Stig Hjarvard skriver i sin essaysamling *Det selskabelige samfund* (2005), om denne forøgelse af menneskers tilgængelighed, som en konsekvens af mediernes indflydelse i hverdagen. Vi bruger i stigende omfang medier til at være i kontakt med hinanden³⁴, hvilket rejser spørgsmålet om, hvilken betydning LBS tjenester har på vores opfattelse af at være alene eller af at have selskab.

Jeg vil her inddrage sociologen Erving Goffman (1959) og hans teori om menneskelig interaktion, fordi han med begreberne *front region* og *back region*³⁵ skelner mellem det sociale møde *frontstage*, hvor vi er sammen med andre og agerer efter de gældende normer og regler,

³³ Stald 2007, s. 4.

³⁴ Hjarvard 2005, s. 22

³⁵ Goffman 1959, s. 107-112.

mens *backstage* betegner en mindre behersket adfærd, som vi ikke viser andre, for eksempel når vi er alene i hjemmet. Goffmans teori omhandler ansigt-til-ansigt kommunikation, men kan også beskrive den sociale situation, der er skabt af medier. Det, vi viser andre, er præget af gældende normer og vores individuelle ønsker om at signalere noget bestemt over for andre. Hjarvard påpeger i den sammenhæng, at de elektroniske medier i højere grad giver os mulighed for at styre det indtryk, vi giver af os selv³⁶. Med mobiltelefonen i hånden behøver vi for eksempel ikke at bekymre os om vores ansigtsudtryk, når vi taler med andre og skellet mellem *frontstage* og *backstage*, bliver sværere at opretholde³⁷.

Hjarvard henviser til Joshua Meyrowitz (1986), der mener, at Goffmans begreber kommer til kort, da medierne har betydet, at der opstår situationer, hvor vi hverken er *frontstage* eller *backstage*, men snarere befinder os i det, han kalder en *middle region*³⁸. Denne nye region er præget af halvt privat og halvt offentlig adfærd og erstatter ikke *front* og *back*. Meyrowitz mener blot, der er behov for en redefinering af begreberne. Også Nicola Green (2006) har i sin research observeret en flytning af grænserne mellem de offentlige aktiviteter og ansvar og den private sfære i mobile relationer. På den ene side ser hun en effekt af tilgængelighed, som en strategisk form for social adfærd, der gør, at vi kan deltage i det foretrukne og velkendte sociale rum uanset, hvor vi befinder os. På den anden side bliver det svært at skelne mellem *on* tid og *off* tid, når alle aktiviteter koordineres gennem det samme medie, - mobiltelefonen. Det vil således snarere dreje sig om, hvornår og for hvad frem for hvor, når de sociale relationer og adfærd skal forhandles i hverdagen³⁹.

På baggrund af de introducerede teorier mener jeg, at mobiltelefonen og dermed LBS tjenester bidrager til, at vi er *always on*, og at der ikke længere kan skelnes mellem Goffmans definering af *frontstage* og *backstage* i hverdagen. Dertil kommer, at vores opfattelse af at have selskab til en vis grad beror på, om vi er i ”*elektronisk forbindelse til sociale netværk i form af familie, venner og arbejde*”⁴⁰.

³⁶ Hjarvard 2005, s. 26.

³⁷ Ibid, s. 23.

³⁸ Ibid, s. 27.

³⁹ Green 2006, s. 261

⁴⁰ Hjarvard 2005, s. 155.

Med afsæt i ovenstående vil jeg til eksamen diskutere Meyrowitz' begreb *middle region*. Med eksempler fra de undersøgte tjenester vil jeg se på, hvordan adfærden kan karakteriseres. Med Greens udtryk - hvordan det offentlige og det private integreres i hinanden i LBS tjenester.

Litteratur:

Caronia, Letiza & Caron, Andre H.: **Constructing a Specific Culture: Young People's Use of the Mobile Phone as a Social Performance.** In *Convergence*, vol. 10, no. 2, sommer 2004. John Libbey Publishing.

Green, Nicola: **On The Move: Technology, Mobility, and the Mediation of Social Time and Space.** In *The New Media Reader*, red. Robert Hassan & Julian Thomas. McGraw-Hill Publishing, 2006. Pp. 249-265.

Goffman, Erving: **Introduction** fra *The Representation of Self in Everyday Life*. Doubleday 1959.

Goffman, Erving: **Kapitel 3** fra *The Representation of Self in Everyday Life*. Doubleday 1959.

Hjarvard, Stig: **Selskabelige teknologier**, s.17-35 i *Det selskabelige samfund*. Samfundslitteratur 2005.

Miller, Hugh: **The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet** 1995.

Stald, Gitte: **Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media** 2007.