

iPad'en som platform for nyhedsmedier

- en kvalitativ undersøgelse af brugernes vaner og præferencer



Et speciale skrevet af Rasmus Gylling

Cand.Public., Aarhus Universitet

Vejleder: Stine Liv Johansen

Omfang: 79 normalsider

Afleveret 7. maj 2012

Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse	1
Abstract	3
Indledning	5
Problemformulering og formål	6
Afgrænsning	7
Specialets opbygning	9
Introduktion til iPad'en	10
Fysiske egenskaber og tekniske muligheder	10
Software og betalingsmodel	12
Gestures	13
Eksempler på applikationer	14
iPad'en er "Post PC"	14
Statistik om iPad-brug	17
Metode	20
Det kvalitative interview	20
Semistruktureret interview	21
De syv faser	22
To interviewrunder	24
Hermeneutisk tilgang	24
Hvad vil det sige?	24
Hvad har det konkret betydet?	25
Interviewpersoner	26
Udvælgelse	26
Forhold til interviewpersoner	28
Udarbejdelse af spørgsmål	30
Interviewguiden	30
Evalueret af interviewforberedelser	31
Behandling af interviews	31
Optagelse og transskribering	31
Slutningsformer	33
Kodning og citering	34
Teori	37
iPad'en som medie	37
De digitale medier og mediematricen	37
Bolter og Grusins perspektiv	39
eReaderen anno 2007	40

Interaktion og interface.....	42
Affordances og konventioner.....	42
Når det hele ikke kan være på én skærm.....	46
Analyse	48
Analysens kategorier og dimensioner	49
Præsentation af interviewpersoner	53
Indhold – Hvad er godt nyhedsindhold og -overblik på iPad'en?	54
Hvad er den optimale brug af journalistiske indholdselementer?	54
Hvad mener brugerne om automatisk prioriteret indhold?.....	57
Hvad kendetegner et godt overblik over og udvalg af nyheder?.....	58
Interface – Hvilke interaktionsmæssige fordele har iPad'en?	65
Hvor intuitiv er interaktionen generelt og i diverse nyheds-apps?	65
Hvilke former for navigation og interaktion skaber ekstra værdi?.....	67
Hvad betyder iPad'ens affordances for nyhedsoplevelsen?	70
Kontekst – Hvor, hvornår og i hvilken sammenhæng bruges iPad'en?	73
Hvor og hvornår bliver iPad'en brugt til nyhedskonsumering?	73
Er brugen aktiv eller afslappet og single- eller multitasking?	75
Er iPad'en personlig eller lægger den op til fysisk og virtuel deling?.....	76
Medierelationer – Hvordan fungerer iPad'en ift. andre medier?	79
Ud fra hvilke medieplatform-associationer opfattes iPad'en?	79
Hvordan opleves apps anderledes ift. websider på en pc?	81
Hvornår er den (ikke) at foretrække frem for andre platforme?.....	83
Værdi – Hvad skal der til for at brugerne vil betale for iPad-nyheder?.....	86
Diskussion	91
Indhold.....	91
Interaktion	93
Kontekst	94
Medierelationer	95
Værdi	96
Perspektivering.....	97
Validitet	98
Konklusion	100
Litteraturliste.....	103
Bøger/udgivelser	103
Webkilder	104
Bilagsoversigt	107

Abstract

Master thesis: The iPad as a news media platform
– a qualitative study of user habits and preferences

Based on qualitative interviews with four different iPad users in the summer of 2011 and again half a year later, the thesis seeks to find the characteristics of valued news media products on the iPad platform. It does so by looking at the users' habits, media relations and context of iPad use and by looking into the content and interface of iPad news services that they find valuable plus their perceived value of news content specialized for the iPad. Furthermore it compares the users' answers from the first interview to those of the second in order to find changes of habits and find long-term values.

As a recurring example of a news media app for the iPad, the thesis uses a new app from Berlingske Media claimed by its editor in chief to be the only serious challenger to the printed newspaper. After the second interview about their habits and preferences the users has been introduced to the Berlingske app and asked to comment on it and tell how they find the value of it with respect to the their earlier statements about value creation in news apps.

The thesis concludes that none of the users find the Berlingske app good enough to be willing to pay for it and that they find its price very high in proportion to what they get, since the app lacks many features they find important and seems more half-baked than it seems like a serious competitor to the printed paper.

For the news media industry the good news is that three of the four users say they are willing to pay for news content on the iPad if the content and the consumption conditions are good enough. The bad news is that only one of them has actually bought a news product for the iPad. His reason for buying this app is the journalistic quality of the content and the easiness of navigating through the categories of news of his interest.

These qualities are important to the other users as well and so is the news overview, the easiness of navigating the app, the ability to share and save articles, the addition of interactive elements where it makes sense, the ability to find articles from ones specific interest and, perhaps most importantly, the feel of getting something unique, one would not be able to find for free elsewhere.

The thesis finds that websites made for the pc are widely used on the iPad and that news websites provides an easy way of getting an overview of current news, which seems to be a thing that the iPad is often used for. The iPad is, however, also used for longer reading of articles, typically in the couch, but the iPad is by some seen more as a quick computer for looking up stuff than as a platform for longer reading, although the users gets happier with reading on it the more they use it.

Indledning

iPad'en blev præsenteret i januar 2010 som et revolutionerende produkt, der lå i en kategori for sig selv mellem smartphones og bærbare computere, og som kunne bruges til at konsumere medieindhold på måder, der var bedre end dem, disse to produkttyper kunne tilbyde¹. Store dele af mediebranchen skrev begejstret om iPad'en, mens andre spurgte, om ikke hypen var overdreven. iPad'en var måske nok smart, men tablets² var ikke nogen nyhed. Også Microsoft havde i starten af 00'erne argumenteret for tablet'ens fordele³. Det var imidlertid først ved iPad'ens introduktion, at markedet for tablets for alvor tog fart og nu nærmest er eksploderet⁴. Her godt to år efter iPad'en kom på markedet, er det således muligt at se, hvad iPad'en reelt har af betydning for mange mennesker.

New York Times var det første nyhedsmedie, der præsenterede en applikation⁵ skræddersyet til iPad'en⁶. De lagde vægt på, at man herigennem får det bedste fra den digitale verden kombineret med det bedste fra avisverdenen på en måde, hvor man kan læne sig tilbage og nyde at blive opslugt af deres produkt. Flere af de mange nyhedsmedier, der sidenhen har lavet iPad-applikationer, har talt varmt om denne såkaldte lean back-brug. Britiske The Economist taler endda om lean back 2.0, som lidt forsimplet sagt er den elektroniske afløser til at sidde med avisen i sofaen⁷. iPad'en er imidlertid mere end bare en digital avis, der egner sig godt til sofa-brug. Det er i hvert fald udgangspunktet for dette speciale; at den har nogle egenskaber, der gør den unik til at præsentere nyheder og andet medieindhold, der traditionelt kendes fra print, radio, tv, computere, osv. Spørgsmålet er, om den kan gøre det på nye måder, der giver mulighed for at skabe mere værdi gennem et nyhedsprodukt end med andre medieplatforme.

¹ Apple inc., 2010

² Tablet er fællesbetegnelsen for en flad computer, hvor interaktionen kan foregå direkte gennem skærmen. I Danmark bruges af og til betegnelsen tavle-computer, mens den på engelsk af og til betegnes slate. På begge sprog har tablet dog vundet indpas som det mest brugte ord, jævnfør <http://www.version2.dk/blog/version2-sluger-tabletten-eller-hvad-den-nu-hedder-42879>

³ Berger & Niccolai, 2001

⁴ Jævnfør afsnittet Introduktion til iPad

⁵ En applikation er et program, der kan køre på iPad'en. Forkertes ofte (også i det følgende) "app"

⁶ Apple inc., 2010, cirka 39 minutter inde i videoen

⁷ Economist Group, 2012

Problemformulering og formål

Formålet med dette speciale er at undersøge, hvilke muligheder iPad'en tilbyder nyhedsbranchen at tilbyde sine kunder. Jeg vil ikke blot se teoretisk på de muligheder, iPad'en giver, men undersøge, hvordan brugerne reelt tager imod mulighederne og hvad, der skaber værdi for dem, når de bruger deres iPad til nyheder. Ved at undersøge deres vaner og præferencer mht. nyheder på iPad'en og deres brug af andre medier, vil jeg finde ud af, hvad iPad'en tilbyder af nye muligheder og hvornår disse opleves som værdifulde. Dette vil jeg gøre igennem kvalitative interviews med en række brugere, som jeg vil interviewe igen efter en periode for at finde ud af, om deres vaner og præferencer ændrer sig over tid.

Det overordnede spørgsmål er således: Hvad må man forstå for at kunne lave et værdiskabende nyhedsprodukt til iPad? Her skal det understreges, at der menes værdiskabende for brugeren – specialet handler ikke om, hvordan virksomheden bag kan skabe profit på produktet. Hvornår brugerne oplever en værdi, der er værd at betale for, er dog stadig et vigtigt aspekt. Det overordnede spørgsmål skal undersøges gennem en række underspørgsmål omhandlende:

- Indhold – Hvad er godt nyhedsindhold og -overblik på iPad'en?
- Interface – Hvilke interaktionsmæssige fordele har iPad'en?
- Kontekst – Hvor, hvornår og i hvilken sammenhæng bruges iPad'en?
- Medierelationer – Hvordan fungerer iPad'en ift. andre medier?
- Værdi – Hvad skal der til for at brugerne vil betale for iPad-nyheder?

Jeg vil se på forskellige muligheder gennem en række iPad-applikationer, men kun gå i dybden med en enkelt nyheds-applikation, som jeg vil undersøge brugernes holdning til, nemlig "Berlingske til iPad", som Berlingske Media ved lanceringen i januar 2012 kaldte "den eneste seriøse udfordrer til printavisen"⁸. Er den det, eller er det i virkeligheden noget helt andet, brugerne vil have?

⁸ Berlingske Media, 2012

Afgrænsning

Jeg har valgt udelukkende at beskæftige mig med iPad'en, selvom der findes mange andre tablets, der langt hen ad vejen kan tilbyde det samme. Denne begrænsning til én type tablet har jeg valgt for ikke at skulle ind i en lang diskussion af forskellige tablets' egenskaber holdt op mod hinanden. Valget faldt naturligt på Apples iPad fordi den er mere udbredt end alle konkurrenternes tablets tilsammen⁹. Jeg har samtidig valgt ikke at skelne imellem de forskellige generationer af iPad'en udover de få steder, hvor det er relevant at gøre.

Jeg har afgrænset specialet til kun at handle om den type medieindhold på iPad'en, der kan betegnes som nyheder. Nyheder skal imidlertid forstås i bred forstand og kan således være alt fra indlandsstof over diverse former for mere skæv journalistik til fagnyheder indenfor snævre nicher. Magasin-artikler om fagspecifikke emner vil også falde indenfor denne definition af nyheder, og dagsaktualitet er ikke et krav. Afgrænsningen er altså groft sagt alle artikler skrevet af journalister, men med fokus på den type af nyhedsartikler, en journalist vil kunne tjene penge på at skrive. Det kunne i princippet være nyheder på en uafhængig blog på internettet¹⁰, men i denne sammenhæng har jeg i højere grad tænkt på nyheder fra de lidt større udgivere og mediehuse.

Jeg har udvalgt en række applikationer til iPad'en, som jeg beskriver. Disse er valgt fordi de illustrerer forskellige opbygnings- og brugsmæssige pointer. Dette skal ikke ses som et udtryk for, at de er bedre end andre applikationer.

Jeg har valgt at spørge særligt meget ind til én applikation i forbindelse med mine interviews for at gøre det muligt for interviewdeltagerne at forholde sig til noget konkret mens fokus stadig ligger på det generelt gældende. Valget er som nævnt faldet på Berlingskes applikation, som på tidspunktet for de seneste interviews var den nyeste danske nyhedsapplikation. Den måske lidt hovmodige kommentar fra Berlingskes chefredaktør Lisbeth Knudsen om, at "Berlingske til iPad" er den eneste seriøse udfordrer til printavisen medvirkede også til, at jeg

⁹ Kelly, 2012

¹⁰ Huffington Post er et eksempel på en blog, der har vokset sig stor og nu har egen iPad-app.

så netop denne app som et oplagt eksempel at se nærmere på. Jeg mener således, at det er rimeligt nok, at en specifik app får så forholdsvis meget plads i et speciale, der har som mål at sige noget generelt om nyhedsapps.

Jeg har ikke fundet det relevant at lade Berlingske "komme til genmæle" ovenpå denne "anmeldelse" af deres produkt. Det ville måske være god stil i journalistisk sammenhæng, men det ligger uden for specialets formål. Berlingskes eventuelle kommentarer ville uden tvivl kunne bidrage med nyttig viden omkring de praktiske overvejelser i forbindelse med konstruktionen af en nyhedsapp, men de ville ikke passe ind i dette speciale, der har en brugercentreret tilgang, som medfører, at interviews med nyhedsleverandører og app-producenter i det hele taget ikke er noget, jeg har beskæftiget mig med.

Jeg har ingen forudsætninger for at beskæftige mig med det økonomiske aspekt af journalistisk virksomhed og vil derfor ikke komme nærmere ind på dette. Jeg kan dog konstatere, at andre er kommet frem til, at betalingsvilligheden på iPad'en lader til at være større end på web-plattformen¹¹. I den forbindelse vil det være relevant at spørge ind til interviewdeltagernes betalingsvillighed i forhold til den værdi, de oplever, at iPad'en skaber, men det ligger altså udenfor specialets formål at udarbejde strategier for, hvad nyhedsbranchen kan gøre for at tjene penge på iPad'en.

Sidst men ikke mindst skal det nævnes, at specialets undersøgelse er afgrænset til kun at bestå af kvalitative interviews. Det ville være for omfattende for mig at forsøge at gøre undersøgelsens resultater alment gyldige gennem kvantitativ underbygning. Specialets konklusioner er dog ikke mindre brugbare af den grund, idet tendenserne, jeg kommer frem til, måske nok kun er bevist gyldige for en lille gruppe mennesker, men til gengæld giver en dybere forståelse, som samtidig kan tjene som et kvalificeret grundlag, hvis jeg eller andre senere måtte ønske at lave en kvantitativ undersøgelse af samme emne.

¹¹ Andreassen, 2011

Specialets opbygning

Som det fremgår af indholdsfortegnelsen er rapporten inddelt i otte hoveddele foruden abstract, kildeliste og bilagsoversigt. Jeg vil her introducere indholdet:

1. Med dette afsnit om specialets opbygning afsluttes den første hoveddel, indledningen, som slår indholdet og målet for specialet fast.
2. iPad'ens grundlæggende egenskaber vil herefter blive gennemgået for at give et overblik over iPad'en som platform, samt dens typiske anvendelse.
3. Metodeafsnittet følger herefter og beskriver mine overvejelser omkring undersøgelsens opbygning og brug af kvalitative interviews.
4. Dernæst gennemgås relevante teorier, dels til brug i analyseafsnittet, dels til brug med det samme til en teoretisk beskrivelse af iPad'en som medie.
5. I analysen gennemgås først, hvilke analysekategorier jeg har valgt at arbejde med og begrundelsen herfor. Efter en kort præsentation af interviewdeltagerne kommer så selve analysen af deres udsagn.
6. I diskussionsafsnittet opsummeres og diskuteres analysens resultater.
7. I perspektiveringen vurderes det, om specialets påstande er valide.
8. Konklusion. Problemformuleringen besvares.

Introduktion til iPad'en

Selvom den første udgave af iPad'en har over to år på bagen og mange danskere nok efterhånden godt ved, hvad en iPad er¹², vil jeg kort introducere den her. Et af spørgsmålene i min undersøgelse har drejet sig om, hvad de interviewede ser iPad'en som. Det vender jeg tilbage til i analysen. Det følgende er en grundlæggende beskrivelse af, hvad iPad'en er og kan som medie.

iPad'en findes i tre generationer, som er kommet på markedet i USA med ca. et års mellemrum, nemlig omkring tredje måned i henholdsvis 2010, 2011 og 2012. 2. og 3. generation er kommet til Danmark få uger efter de blev sat til salg i USA, mens første generation først kom officielt til salg i Danmark i november 2010 (men kunne købes i fx Tyskland et halvt år tidligere).



iPad'en (her er det 3. generation, som dog ligner 2. generation fuldstændig)

Fysiske egenskaber og tekniske muligheder

Alle generationer af iPad'en måler omkring 24x19x1 cm og vejer alt efter model og generation mellem 600 og 730 gram. Størrelsesmæssigt ligger iPad'en således ca. midt imellem et A4- og et A5-ark, mens den vægtemæssigt er noget tungere end en bog af tilsvarende dimensioner.

¹² iPad'en har været meget omtalt i medierne. Tv-avisen kl. 21. På DR1 havde fx et indslag på adskillige minutter den 7. marts 2012 (den dag Apple præsenterede 3. generation).

Bagsiden er lavet af aluminium mens forsiden er én stor glasplade. Skærmen fylder det meste af forsiden og er på 9,7 tommer. Det meste af interaktionen med iPad'en foregår gennem denne trykfølsomme skærm, men iPad'en har foruden knapper til at justere lydstyrken op og ned også en tænd/sluk-knap og en hjem-knap. Disse henholdsvis tænder eller slukker skærmen (hvorved den heller ikke længere reagerer på berøring) og lukker den aktuelle applikation og bringer brugeren til den såkaldte hjemmeskærm (hvorfra applikationer m.v. kan åbnes)¹³.

Ved siden af lydstyrke-knapperne er også en knap, der kan vippes mellem to positioner. Den er fra start indstillet til at fungere ligesom på en iPhone, hvilket vil sige, at den tænder og slukker for lyden. Den kan dog indstilles til i stedet at slå til og fra hvorvidt skærbilledet skal tilpasse sig den måde iPad'en vendes på. iPad'en kan både bruges på den høje led ("portræt") og den brede led ("landskab") og mange applikationer er lavet sådan, at deres indhold tilpasses og vises på en meningsfuld måde uanset om de bruges på den ene eller anden led.

iPad'en har et hovedtelefonstik og et såkaldt dock-connector-stik, der bruges til opladning, dataoverførsel og tilslutning af ekstraudstyr (fx memorykortlæser og adapter til ekstern skærm). Den har indbygget mikrofon og højttaler og 2. og 3. generation har et kamera på både for- og bagsiden. Skærmen på 3. generation har klarere farver og en dobbelt så høj skærmopløsning som de ældre versioner.

De forskellige generationer af iPad'en har forskellige processorer og forskellige mængder ram, hvilket især mærkes ved skift fra 1. til 2. generation (sidstnævnte er væsentligt hurtigere). Alle modeller fås med 16, 32 eller 64 gigabyte lagerplads i versioner med og uden mulighed for at gå på internettet via 3G-mobiltelefoni-netværk. Alle modeller kan gå på wifi (trådløst netværk) og har mulighed for trådløs tilslutning af ekstraudstyr (fx tastatur) gennem Bluetooth.

Der findes forskelligt tilbehør til iPad'en, fx covere. Til 2. og 3. generation har Apple lavet et såkaldt SmartCover, som hæftes på siden af iPad'en med magneter

¹³ Hjem-knappen har andre funktioner hvis man dobbelt- eller trippel-klikker.

og i udfoldet tilstand enten beskytter skærmen eller ligger fladt på bagsiden. SmartCover'et kan foldes til en trekant som lægges ind under iPad'en. Det gør, at iPad'en bliver løftet op i den ene side (på den brede led), sådan at den har en mere ret vinkel op mod brugerens ansigt når den ligger på et bord eller i skødet.

Mange af de fysiske egenskaber for iPad'en er blevet efterlignet af Apples konkurrenter (det diskuteres stadig, om Apple har patent på iPad'ens form og funktion, eller om det er en gammel idé¹⁴), således at de fleste af de tablets, der produceres nu, i størrelse og udseende minder om iPad'en (nogle er dog med fx 7tommer skærme i stedet). Typisk har konkurrenternes tablets dog flere tilslutningsmuligheder, hvor iPad'en er holdt mere minimalistisk.

Software og betalingsmodel

Også på softwaresiden minder konkurrenternes tablets om iPad'en, som dog er den eneste tablet, der kører med Apples styresystem, iOS. Det mest udbredte konkurrerende styresystem er Android, som i mange henseender minder om iOS (de to styresystemer "låner" løbende idéer til nye funktioner hos hinanden¹⁵). En væsentlig forskel på de to styresystemer er, at iOS ikke er kompatibelt med Flash, som er en teknik, der bruges til at afspille film og animationer. Dette er et valg fra Apples side og er blevet betragtet som et dristigt valg¹⁶, men det har ikke sat en stopper for iOS' succes, og mange websider følger nu Apples ønske om at droppe Flash til fordel for nyere teknologier med tilsvarende muligheder.

Applikationer til Android og iOS er ikke kompatible med hinanden, og udviklere må derfor lave både en Android- og en iOS-version, hvis de vil have en såkaldt native app, dvs. en app, der integreres med styresystemet. Et alternativ kan være at lave en såkaldt web-app, som er en webside, der kan udnytte nogle, men ikke alle, af tablet'ens funktioner på samme måde som en native app (fx kan HTML5-websider godt udnytte iPad'ens indbyggede GPS). Web-apps køres gennem webbrowseren, men der kan tilføjes en genvej til dem direkte på hjemmeskærmen.

¹⁴ Diaconescu, 2012

¹⁵ Wilcox, 2011

¹⁶ Jobs, 2010

På Android kan hvem som helst lave en app og gøre den tilgængelig, mens man på iOS skal have app'en godkendt af Apple før den bliver tilgængelig i AppStore, som er det eneste sted man kan hente apps fra, hvis man ikke har jailbrevet iPad'en¹⁷. Apps, der hentes gennem AppStore, kan være gratis, men kan også koste penge (fra 6 kr. og op (beløbet er normalt deleligt med 6, tilsvarende en dollar i USA)). Apple tager 30 % den pris, app'en koster, for at distribuere den i AppStore. Salg igennem app'en tager de ligeledes 30 % af¹⁸. Det betyder fx, at iPad-magasinsudgivere skal give Apple 30 % af indtjeningen fra magasinsalget i deres applikation. Efter kritik har Apple givet lov til, at der sælges abonnementer til applikationsindhold udenfor applikationen, men det er mere besværligt for kunden at købe det på denne måde, fordi Apple ikke tillader, at der linkes fra applikationen til det sted, man kan købe indholdet uden Apple-afgiften på 30 %¹⁹.

Sammen med iOS 5 lancerede Apple i oktober 2011 den såkaldte Bladkiosk (på engelsk: Newsstand), som er en funktion, der kan samle brugerens magasin- og avis-apps i en mappe og gøre det nemt at købe abonnement på flere. En fordel ved at have en publikations app i Bladkiosken er, at iOS så selv sørger for at hente det nyeste indhold ned på iPad'en uden at brugeren behøver at åbne pågældende app. Det vil fx sige, at dagens avis ligger klar på iPad'en hver morgen uden at brugeren først skal bruge tid på at downloade den før den kan læses.

Gestures

Igennem iPad'ens touch-interface kan man benytte sig af de såkaldte gestures, som er bevægelser, man laver på skærmen, som på den ene eller anden måde påvirker skærmens indhold. Den måske bedst kendte gesture er swipe, hvor en finger føres hen over skærmen, fx for at skifte side i en bog. En anden er pinch, som er en bevægelse, hvor tommel- og pegefinger trækkes fra eller mod

¹⁷ Jailbreak er en form for hack, som gør iPad'en i stand til at gøre nogle ting, Apple ikke ønsker, man skal kunne gøre, fx installere piratkopierede apps og ændre visse indstillinger.

¹⁸ Apple inc., 2011

¹⁹ Brown, 2011

hinanden, hvilket resulterer i at man zoomer ind eller ud på skærmens indhold. Man kan også dobbelttrykke på en tekstkolonne for at zoome ind på denne.

Eksempler på applikationer

Bilag 1 indeholder en oversigt over forskellige applikationer, som det vil være væsentligt at have kendskab til for at forstå iPad'ens muligheder bedst muligt. Jeg vil ikke gennemgå applikationerne her men blot henvise til dette bilag, da det ville være meget omfattende at beskrive dem i tekst og udbyttet heraf alligevel ikke ville være så godt som ved at se de demonstrationsvideoer, jeg har lavet og vedlagt som bilag. Der vil flere steder i rapporten blive henvist til disse bilag, når en bestemt applikation demonstrerer noget væsentligt.

iPad'en er "Post PC"

Ved præsentationen af den første iPad²⁰ talte (nu afdøde medstifter og leder af Apple) Steve Jobs om post pc-æraen og de produkter, Apple har produceret, som er med til at definere, hvad et post pc-produkt er. iPad'en er et af de nyeste og mest markante post pc-produkter, mens et af post pc-æraens tidligere produkter er iPod'en (en digital musikafspiller), som ifølge Jobs²¹ i sin tid revolutionerede musikindustrien ved at gøre det nemt at høre digitaliseret musik uden at være i nærheden af en pc. Det, der kendetegner post pc-produkter, er netop løsrivelsen fra pc'en²² og muligheden for at gøre ting, som tidligere har været forbundet med, at man skulle bruge den. Idéen om post pc-æraen er således idéen om, at vi omgiver os med produkter, som giver nogle digitale muligheder, der oprindeligt kom fra pc'en. Post pc-produkter flytter mulighederne over i andre kontekster, hvor pc'en ville være upraktisk at bruge. Fx når iPod'en gør det muligt at høre mp3-filer på løbeturen eller når iPad'en gør det mindre halsbrækkende at ligge ned og læse/surfe/spille/etc. iPad'en er kort sagt post pc fordi den tilbyder nogle af pc'ens funktioner uden at binde brugeren til den brugs måde, en pc kræver. Herved opstår nogle nye muligheder, således at iPad'en ikke bare er et nemt alternativ til pc'en, men på visse områder tilbyder mere end pc'en.

²⁰ Apple inc., 2010

²¹ Ibid.

²² "Pc" skal her forstås som almindelige Windows/Mac-computere i laptop- eller desktop-version.



En tydeligt stolt Steve Jobs i det øjeblik iPad'en afsløres. iPad'en blev præsenteret som et produkt imellem smartphone og pc.²³

Havde Jobs ikke ved lanceringen slået fast, at iPad'en er et post pc-produkt, kunne man godt forestille sig, at der var kommet en større diskussion om, hvorvidt den er så meget pc, at den ikke kan betegnes som post pc. Imod dette kan man argumentere, at så skulle smartphone-telefoner (fx iPhone, der også kører iOS) også kaldes for en pc, og så er alt pludselig en pc. Begrebet post pc er vigtigt at forstå, fordi det understreger, at iPad'en ikke bare er en lille pc med touch-interface. Det er et produkt, der må have sin egen kategori. Hvordan den kategori ser ud skal ikke defineres her; det skal undersøges igennem specialet.

Apple har længe været kendt for at sætte brugsoplevelsen i centrum frem for at fokusere på tekniske specifikationer. Det gælder ikke mindst for deres post pc-produkter. Apple kommunikerer ikke specifikationer; de kommunikerer muligheder. Dette er ikke blot et markedsføringsmæssigt hit, men er en del af kernen i post pc. Apples succes med iPad'en består i høj grad i, at de lader teknikken glide i baggrunden og fokuserer på at skabe og dernæst udfylde folks daglige behov for digitale muligheder uafhængigt af pc-konteksten.²⁴

²³ Ibid.

²⁴ Topolsky, 2011



Microsofts Bill Gates har længe været fortalere for tablets – med Windows på.

Som nævnt i indledningen er iPad'en ikke den første tablet, men tidligere tablets har ofte bygget på den vindue- og skrivebord-metamor, der er kendt fra Windows og Mac OSx. iPad'en bygger som nævnt på iOS, et styresystem designet til mobile enheder, som ikke tager hensyn til konventioner²⁵ fra pc'en om, at man fx skal kunne flytte frit rundt på sine filer i filsystemet og at man aktiverer en række kommandoer gennem højreklik. Disse muligheder er bare ikke i iPad'en. Til gengæld giver den mulighed for at interagere direkte med skærmens indhold og har i den forbindelse sine egne bevægelser, de såkaldte gestures, til særlige funktioner, som ikke kendes fra pc'ens verden. Samtidig er applikationerne på iPad'en vævet ind i iOS' økosystem²⁶, hvor installation styres gennem AppStore, dokumenter håndteres gennem deres respektive applikationer og Apples indstillingsmenu på iPad'en bestemmer, hvad de enkelte applikationer må. Det kan være en stor mundfuld at sluge på én gang for en, der kun er vandt til pc-brug, og Apples nuværende CEO, Tim Cook, mener da også, at iPad'ens succes har været afhængig af det faktum, at mange brugere allerede kendte iOS' økosystem og gestures fra iPhone, således at iPad'en virkede bekendt²⁷.

²⁵ Dette begreb vender jeg tilbage til i teoriafsnittet

²⁶ Økosystem skal forstås som den måde, ting indenfor iPad'ens verden fungerer med hinanden.

²⁷ Russell, 2012

Statistik om iPad-brug

Danmarks Statistik undersøger hvert år i april, hvilke former for elektronisk udstyr, danskerne har. Tallene, der blev offentliggjort 1. maj 2012, viser, at "Tablet-pc o.l. findes i hvert femte hjem – en fordobling siden sidste år."²⁸

At der findes en tablet i hvert femte hjem betyder ikke, at hver femte dansker ejer en, og det siger heller ikke noget om, hvorvidt disse tablets er iPads. Der er dog ingen tvivl om, at iPad'en bliver mere og mere udbredt. DR Medieforskning skriver fx i deres seneste rapport fra januar 2012 at: "Ifølge Megafon havde 9 % af danskerne en tabletcomputer i efteråret og her er det særligt Apples iPad, som danskerne har kastet sig over. Det er meget sandsynligt, at flere danskere i de kommende år vil få en tabletcomputer."²⁹

Siden Megafon-undersøgelsen i efteråret er iPad-salget på verdensplan boomet, ikke mindst omkring jul³⁰. Salget må også forventes at være blevet yderligere forstærket af lanceringen af den nyeste generation af iPad'en i marts og det, at den billigste model af 2.generations-iPad'en samtidig blev sat ned til 2.999 kr.

En nu et år gammel engelsk undersøgelse af Imano³¹ giver nogle interessante facts om, hvor og til hvad englænderne bruger iPad'en (hvilket må forventes også at kunne give et praj om danskernes brug): 95 % af iPad-ejerne bruger den i stuen, 89 % bruger den i soveværelset, 63 % bruger den i køkkenet, 48 % bruger den i haven og 35 % har den med på badeværelset – i et eller andet omfang.

En undersøgelse af The Nielsen Company³² viser, at 80 % af de engelske tablet-brugere i større eller mindre omfang bruger deres tablet imens de ser tv. Der findes (mig bekendt) ikke tilsvarende tal for danskerne, men til sammenligning er tallene for henholdsvis amerikanerne og tyskerne 88% og 71 %.

²⁸ Danmarks statistik, 2012

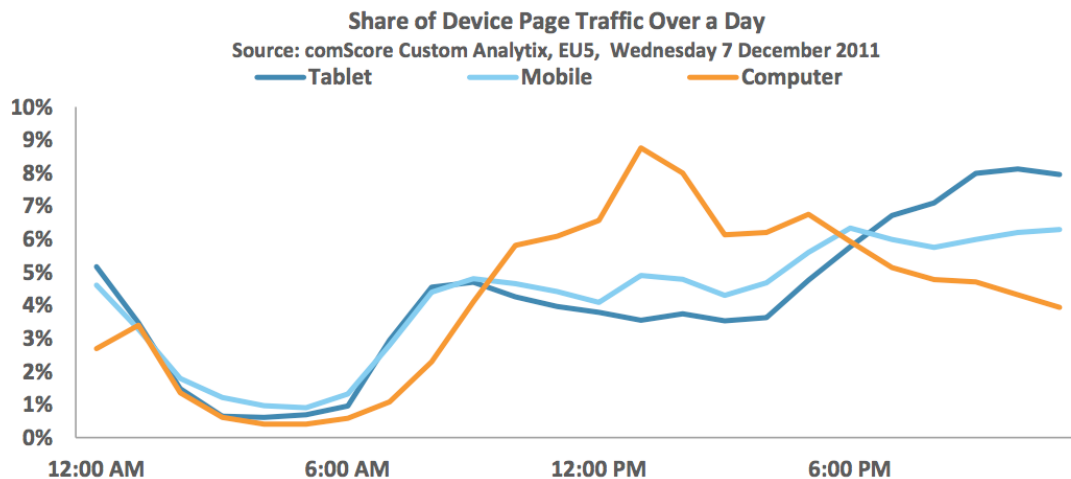
²⁹ DR Medieforskning 2012, 25

³⁰ Rainie, 2012

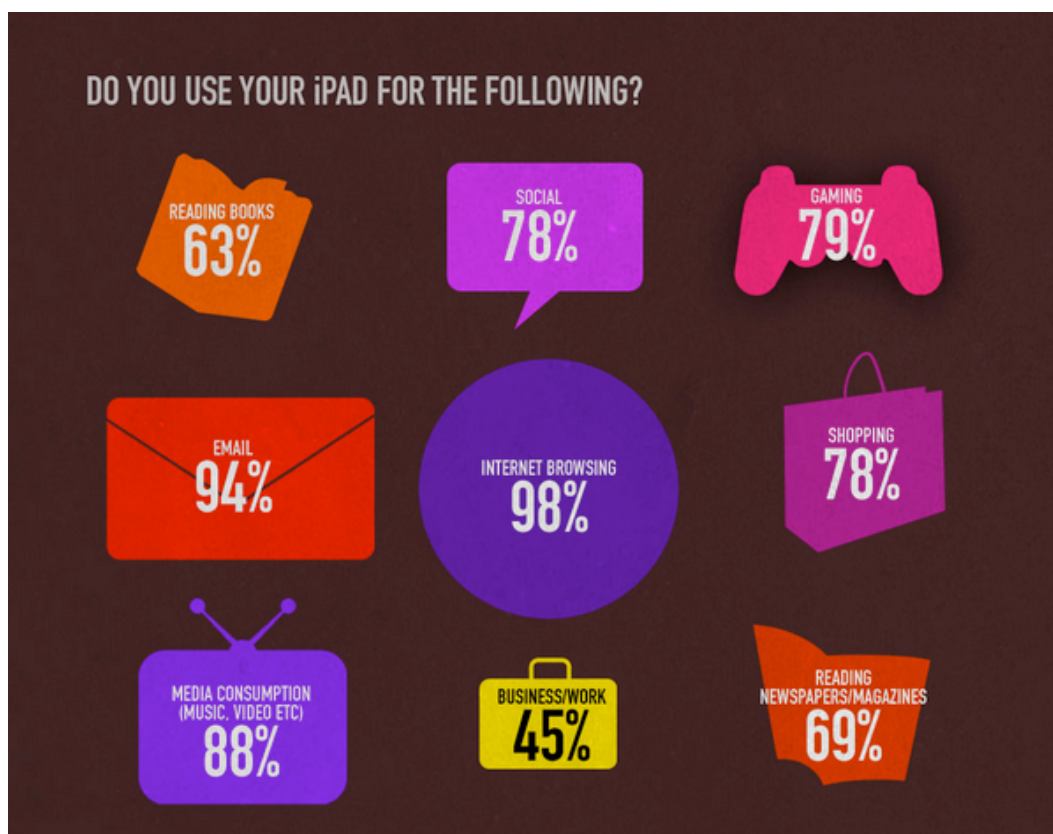
³¹ Imano, 2011

³² Nielsen Wire, 2012

En undersøgelse af comScore³³ forsøger at sige noget om, hvornår på dagen tablets bliver brugt ud fra data om, hvornår de skaber trafik på internettet. I weekenden minder trafikmønstret fra tablet'en meget om det for smartphones og computere, men på hverdage ses en tydelig forskel på computere og tablets, som dominerer henholdsvis i dagtimerne og om aftenen:



Dette antyder, at tablet'en er en slags fritidscomputer, og det bekræftes også af, hvad den bruges til. Imano-undersøgelsen viser her englændernes typiske brug:



³³ Abraham & Block, 2012

Godt to tredjedele af tabletbrugerne læser altså nyheder eller magasiner på iPad'en, hvis man skal tro disse tal. Men hvor mange danskere er det så, der reelt bruger en tablet til at dække deres nyhedsbehov? Det giver en endnu ikke udgivet forskningsrapport fra Center for Nyhedsforskning ved RUC svar på: Af en artikel i Mandag Morgen d. 23. april 2012³⁴ fremgår det, at det drejer sig om 6 % af den danske befolkning. Dette tal er lavt i forhold til andelen af danskere, der får nyheder via mobiltelefonen (29 %) og computeren (70 %), men dette hænger naturligvis også sammen med de to sidstnævntes langt større udbredelse.

³⁴ Kamil, 2012

Metode

En helt grundlæggende beslutning for dette speciale var, hvordan jeg rent metodisk skulle gribe det an. Skulle det være en teoretisk diskussion af iPad'ens muligheder? Skulle det være en stor kvantitativ spørgeskemaundersøgelse? Eller skulle det være en kvalitativ undersøgelse med et begrænset antal interviews? Valget faldt på det sidste, dels fordi det er en metode, jeg rigtig gerne ville arbejde med, og dels fordi, det giver mest mening i forhold til specialets formål. Hvorfor det er tilfældet vil jeg argumentere for herunder og dernæst gennemgå hvordan jeg har praktiseret det kvalitative interview.

Det kvalitative interview

Et kvalitativt forskningsinterview har sammenlignet med et kvantitativt interview et andet formål og nogle andre spilleregler. Fx er overvejelserne omkring udvælgelsen af deltagerne nogle andre (se afsnittet herom) og interviewet gør det muligt at få udfoldet svarmulighederne på en anden måde. Derfor er det oplagt til en undersøgelse, hvor jeg ikke på forhånd kan opstille samtlige svarmuligheder til de spørgsmål, jeg gerne vil undersøge.

Hvor det kvantitative interview er bundet af bestemte spørgsmål, der gerne skal stilles på en bestemt måde og i en bestemt rækkefølge hver gang, er det kvalitative interview mere frit og åbent for uventet input. Steinar Kvale og Svend Brinkmann skriver i "InterView" at:

"Selve produktionen af data i det kvalitative interview rækker ud over en mekanisk overholdelse af regler og er afhængig af interviewerens færdigheder og situerede personlige skøn med hensyn til den måde spørgsmålene stilles på. Der er især brug for viden om interviewemetoden, når det drejer sig om kunsten at stille spørgsmål, der følger op på interviewpersonens svar."³⁵

³⁵ Kvale & Brinkmann 2009, 100

Kort sagt er det kvalitative interview snarere et håndværk end en metode³⁶. Det betyder dog langtfra, at man som erfaren interviewer bare kan tage den på rutinen og skyde spørgsmål af fra hoften uden grundig forberedelse af, hvad man gerne vil spørge om. Erfaring vil klart være en fordel når det handler om at stille spørgsmålene på den rigtige måde³⁷, men det er stadig vigtigt at forberede en god interviewguide, der definerer, hvilke områder, der konkret skal spørges ind til³⁸.

Semistruktureret interview

En kort introduktion til fænomenologien kan være nødvendig for at forstå, hvad det i det hele taget er, jeg prøver at finde frem til med undersøgelsen her. Det er ikke en objektiv sandhed om, hvordan en iPad bruges og fungerer i samspil med andre medier. Nej, målet er at nå frem til et billede af, hvordan brugerne oplever iPad'en og dens indvirkning på deres mediebrug. Lidt forsimplet kan man sige, at det ikke tjener noget formål at finde frem til, hvad der objektivt set er det bedste, hvis brugerne har en anden oplevelse af, hvad der er det bedste. Den fænomenologisk tilgang beskæftiger sig med den interviewedes oplevelse, og beskrives af Kvale og Brinkmann således:

"Når det drejer sig om kvalitativ forskning, er fænomenologien i almindelighed et begreb, der peger på en interesse i at forstå sociale fænomener ud fra aktørernes egne perspektiver og beskrive verden, som den opleves af informanterne, ud fra den antagelse, at den vigtigste virkelighed er den, mennesker opfatter."³⁹

Fænomenologien danner grundlag for det semistrukturerede livsverdensinterview, som "forsøger at forstå temaer fra den daglige livsverden ud fra interviewpersonens egne perspektiver."⁴⁰

³⁶ Ibid., 102

³⁷ Kvale & Brinkmann 2009, 107

³⁸ Interviewguiden beskrives i et senere afsnit

³⁹ Ibid., 44

⁴⁰ Ibid., 45

Kvale og Brinkmann beskriver videre, at "Det nærmer sig en hverdagssamtale, men har som professionelt interview et formål og indebærer en særlig tilgang og teknik; det er semistruktureret – det er hverken en åben hverdagssamtale eller et lukket spørgeskema. Det udføres i overensstemmelse med en interviewguide, der fokuserer på bestemte emner, og som kan rumme forslag til spørgsmål."⁴¹

Interviewguiden er således et vigtigt dokument. Hvordan den konkret ser ud, vender jeg tilbage til. Først vil jeg zoome ud og beskrive, hvordan man kan se på de ting, man må igennem fra en interviewundersøgelses start til dens afslutning.

De syv faser

Kvale og Brinkmann præsenterer syv faser, som tjener til at skabe overblik over, hvad man skal igennem, når man laver en kvalitativ interviewundersøgelse⁴². Jeg vil ikke gå i dybden med de enkelte faser, men blot præsentere dem for at skabe overblik og få fasernes begreber på plads.

Den første fase er tematiseringen, hvori formålet med undersøgelsen og opfattelsen af undersøgelsens tema klarlægges. På dette sted i rapporten skulle tematiseringen gerne være slået fast.

Herefter kommer design-fasen, hvor alle andre faser tages i betragtning således at der ikke opstår for mange overraskelser og glemte ting når man kommer længere frem i processen. Denne fase beskrives i dette afsnit

Tredje fase er selve interviewene, men interviewguiden skal dog udfærdiges først. Hensyntagen til interviewpersonerne og interviewets kvalitet (beskrives senere i metode-afsnittet) falder naturligvis også under interview-fasen.

⁴¹ Ibid.

⁴² Ibid., 122f

Efter interviewet kommer transskriberingen, eftersom Kvale og Brinkmann klart anbefaler, at det semistrukturerede interview optages og transskriberes⁴³. Dette kræver en del overvejelser, som beskrives senere i afsnittet.

Femte fase består af selve analysen, som indledes med at finde ud af, hvordan det bedst giver mening at analysere interviewene. Dette beskrives sidst i afsnittet.

Sjette fase er verifikation, dvs. at fastslå, om ens data er valid, om den er generaliserbar og om den overhovedet siger noget om det, man satte sig for at undersøge. Denne fase fremgår tydeligst af rapportens diskussionsafsnit.

Sidste fase er rapporteringen. Det vigtigste er selvfølgelig hvilke resultater, man er kommet frem til, men afrapportering af de anvendte metoder er også en meget vigtig del, som jeg med dette metode-afsnit er i fuld gang med.

Jan Trost og Lise Jeremiassen præsenterer i "Interview i praksis" en lettere modificeret tilgang til Kvales syv faser ud fra et symbolsk interaktionistisk perspektiv. De mener, at Kvales måde at se på relationen mellem interviewer og den interviewede som én relation er forkert. For dem er det vigtigt at se det som to relationer, idet interviewet ikke må opfattes som en fælles udveksling af meninger, men en række spørgsmål og en række svar fra hver sin part⁴⁴. Med den skelnen i baghovedet vil jeg i resten af rapporten behandle de to forfatterpar som det, de primært er: Gensidigt supplerende og for det meste enige.

I næste afsnit vil jeg gennemgå, hvordan jeg langt inde i specialeprocessen ændrede mit undersøgelsesdesign og dermed brød med lineariteten i de syv faser og nærmere greb undersøgelsen an på en iterativ måde (som Kvale og Brinkmann også beskriver som et af alternativerne til at følge de syv faser⁴⁵).

⁴³ Ibid., 45f

⁴⁴ Trost & Jeremiassen 2010, 56

⁴⁵ Kvale & Brinkmann 2009, 123

To interviewrunder

Mine interviews er foregået i to runder, idet jeg har interviewet de samme fire personer igen godt et halvt år efter første interviewrunde. Første runde blev udført i juli/august 2011 og anden runde i februar 2012. Denne opdeling i to runder er et resultat af to ting: Dels at specialet lå stille i en periode grundet aktiviteter uden for studiet. Dels, at jeg ved at interviewe de samme personer igen et halvt år senere kunne få indblik i, hvordan deres forhold til iPad'en evt. ændrer sig.

Beslutningen om at interviewe personerne igen blev således truffet sent i processen, og spørgsmålene til anden runde blev konstrueret efter jeg havde summet over svarene fra første runde i lang tid og fået dem lidt på afstand igen. Selvom det ikke kan siges at være en god ting, at specialet lå stille i et halvt år, så ser jeg det som en åbning for nye muligheder. En normal specialeproces på et halvt år giver ikke mulighed for denne tilbagevenden til interviewpersonerne på et tidspunkt, hvor der er gået tilstrækkeligt lang tid til, at anden interviewrunde kan være markant påvirket af tidens gang. Jeg ser det som en gave at få mulighed for at følge op på mine interviews et halvt år senere, hvor de interviewede har langt mere erfaring med det, jeg interviewer dem om (ved første interview havde de interviewede haft deres iPad imellem en og fem måneder). Samtidig giver det mulighed for at sammenholde deres brug (og forventninger til senere brug) da iPad'en var forholdsvis ny med deres brug efter den er blevet en mere fast del af hverdagen (eller måske netop ikke længere er en fast del af hverdagen).

Hermeneutisk tilgang

Beskrivelsen af den kvalitative interviewmetode kan bringe én langt omkring mht. videnskabsteori, men af pladshensyn vil jeg begrænse mig til at beskrive de mest nødvendige begreber. Hermeneutik er et af disse.

Hvad vil det sige?

Udgangspunktet for hermeneutikken er, at man ikke kan undersøge noget uden på forhånd at have en forforståelse af det, man undersøger. Denne forforståelse

vil imidlertid sætte grænser for, hvordan man er i stand til at tolke resultaterne. En forforståelse er således både en nødvendighed og en begrænsning. Der, hvor man lærer noget nyt, er når det undersøgte overrasker én og giver anledning til en ny forforståelse, som man så igen kan tolke og forstå ud fra. Karl Popper bruger begrebet forventningshorisont og taler om, at denne sprænges når en observation tvinger os til at korrigere vores forståelse.⁴⁶ En eksplosion ét sted i forventningshorisonten giver anledning til at rekonstruere hele forventningshorisonten på et højere niveau. En genopbygning af forståelsen af enkeltdelene påvirker forståelsen af helheden, samtidig med at den nye forståelse af helheden påvirker forståelsen af enkeltdelene. Denne gensidige påvirkning mellem helhedsforståelse og forståelse af enkeltdelene er grundlaget for den hermeneutiske cirkel, hvor man for hver tur rundt i cirklen får uddybet sin forståelse af det undersøgte.⁴⁷

Hvad har det konkret betydet?

For at nå frem til en meningsfuld fortolkning af en undersøgelse må man således lade sin forventningshorisont sprænges og ikke hænge fast i den forforståelse, man gik ind til undersøgelsen med. Konkret betyder det, at jeg sammenlignet med da jeg startede på specialet nu har en anden opfattelse af, hvad en iPad er og hvordan den bruges. Af mit første udkast til en problemformulering fremgik det eksempelvis, at jeg så iPad'en som en læse-computer, som var særligt velegnet til en sofa-kontekst, og at jeg derfor ville undersøge, hvordan man kunne optimere iPad-nyhedsprodukter til sofa-konteksten og den afslappede, tilbagelænede situation, brugeren her er i. Mine undersøgelser viste, at iPad'en ganske rigtig bliver brugt meget i sofaen, men de viste også, at brugen i sofaen ofte er aktiv og sporadisk, hvilket ikke stemte overens med den opfattelse, jeg havde i starten. Et par ture igennem den hermeneutiske cirkel flyttede således mit fokus for hele opgaven, idet det stod klart, at mit billede af brugen i sofa-konteksten ikke var fyldestgørende.

⁴⁶ Gripsrud 2010, 154

⁴⁷ Kvale & Brinkmann 2009, 233

Ligeledes havde jeg den forforståelse, at interaktionen med iPad'en fungerer bedst når den i videst muligt omfang efterligner den interaktion, brugeren er vant til fra andre medier. Igen var det ikke direkte forkert, men der manglede den nuancering, at sådanne interaktionsmæssige efterligninger måske nok gør iPad'en intuitiv for nye brugere, men ikke nødvendigvis forløser dens potentiale på den bedste måde for mere erfarne brugere. At nå frem til dette krævede ikke blot nok ture rundt i den hermeneutiske cirkel, men også en revurdering af forståelsen på baggrund af en hermeneutisk proces, der skete over tid hos brugerne, nemlig det, at de efter et halvt års brug havde en anden opfattelse af, hvad iPad'en som medie skulle tilbyde dem. Den hermeneutiske cirkel er således ikke kun relevant i forhold til min egen forståelse og tolkning af min undersøgelses resultater, men også i forhold til forståelsen af, at iPad-brugernes egen forståelse af iPad'en ændres over tid.

Interviewpersoner

Med den begrænsede mængde ressourcer og plads, jeg har til rådighed når jeg skriver speciale alene, har jeg begrænset mig til at bruge fire interviewpersoner. Oprindeligt var det min plan at have et par stykker mere med i undersøgelsen, men jeg valgte i stedet at interviewe deltagerne flere gange. Det er i tråd med Kvale og Brinkmann, der advarer mod den misforståede kvantitative forudsætning "jo flere interview, desto mere videnskabelig" og opfordrer til i stedet at bruge mere tid på de enkelte interview⁴⁸. Trost og Jeremiassen er enige og skriver, at fire-fem interviewpersoner er et godt antal, hvis man vil undgå, at interviewmaterialet bliver alt for u håndterligt⁴⁹. Det forholdsvis beskedne antal deltagere gør det dog ekstra vigtigt at udvælge de rigtige.

Udvælgelse

Det har aldrig været hensigten, at de interviewede skulle være statistisk repræsentative for danske iPad-ejere. Men dermed ikke sagt, at der ikke er krav til, hvordan interviewpersonerne skal repræsentere virkeligheden. I kvalitative

⁴⁸ Ibid., 134

⁴⁹ Trost & Jeremiassen 2010, 150

interviews går disse krav i stedet på, at de interviewede skal repræsentere forskellige karakteristika/variable, som vurderes relevante at skelne imellem og som netop ikke nødvendigvis svarer til gennemsnitdanskerens⁵⁰. Eftersom jeg kun kunne dække et meget begrænset antal kombinationer af karakteristika fandt jeg det oplagt at lade tidligere undersøgelser inden for området inspirere til, hvilke kombinationer af karakteristika, jeg skulle gå efter i udvælgelsen af interviewpersoner. Det var således målet at interviewe mindst én repræsentant for hver af de iPad-brugertyper, som skitseres i forskningsrapporten "Et medie til hånden" udgivet i 2011 af UPDATE og Center for Digital Urban Living⁵¹.

Rapportens forfattere inddeler de iPad-brugere, de har interviewet, i tre arketyper: Den første er den velbetalte, gadget-interesseret mandlige vidensarbejder eller mediemand i 30'erne, den anden er den mandlige 50+'er, som har en ledende stilling, samt tid og penge nok til at udforske ny teknik, mens den tredje er kvinden, hvis mand har købt en iPad, som hun nu også bruger en hel del, dog til andre formål. Rapporten diskuterer en fjerde gruppe af brugere, nemlig studerende/unge, som dog sjældnere har råd til en iPad, men til gengæld ofte er "digitalt indfødte", dvs. har andre forventninger til teknologi samt et andet forhold til f.eks. det at dele artikler og videoer med hinanden.

Denne opdeling stemmer ganske godt overens med de forskellige karakteristika for de fire personer, jeg interviewede. Således er én af de interviewede en mand over 50 i en ledende stilling, en anden er en midaldrende kvinde (men dog ikke en "medfølgende hustru" som beskrevet i rapporten, da hun selv har købt sin iPad), mens gruppen af teknik-glade mænd i 30'erne i min undersøgelse er repræsenteret af to interviewpersoner, henholdsvis en mediemand og en faglært. Jeg foretog i den første interviewrunde også et interview med en medstuderende for at have en repræsentant for gruppen af unge studerende iPad-brugere, men besluttede ikke at bruge dette interview af tre grunde: Dels kendte jeg personen, jeg interviewede, dels var han den første, jeg interviewede, og min interviewguide blev efterfølgende revideret kraftigt, og dels besluttede

⁵⁰ Ibid., 143

⁵¹ Kabel et al. 2011

jeg mig for ikke at beskæftige mig med gruppen af unge studerende (som førnævnte rapport også behandler som en outsider-gruppe). Denne beslutning er ikke taget fordi unges medievaner ikke er værd at undersøge. Tværtimod. Men de unge, der er vokset op med et større udvalg af medier, har andre og mindre fastgroede medievaner⁵², og en væsentlig del af denne undersøgelses formål er at se på, hvordan etablerede medievaner ændres af iPad'en. Bl.a. derfor finder jeg det naturligt, at jeg koncentrerer mig om de generationer, der er over 30 år.

Der kan være en fare for at havne i samme spor, når jeg på denne måde lader mig inspirere af tidligere undersøgelsers opdeling i arketyper. Ikke desto mindre anser jeg udvalget af interviewpersoner som passende, da der er god spredning af køn, alder og uddannelse, samt forskellige interessante karakteristika. Hvis antallet af interviewede var større, kunne jeg med fordel lægge mere vægt på at opnå det rigtige "strategiske udsnit", som Trost & Jerimiassen kalder det, når man systematisk arbejder med at udvælge interviewdeltagere efter de rette variable.⁵³ Her arbejdede jeg snarere med et såkaldt bekvemmelighedsudvalg⁵⁴, hvilket vil sige, at jeg tog de interviewdeltagere, jeg kunne få, indtil jeg var dækket ind med personer i hver af de ønskede kategorier.

Forhold til interviewpersoner

Min relation til de interviewede er afgørende for, hvor gode interviews jeg kan få. Gode relationer handler både om, hvordan jeg i første omgang har fået en relation til de interviewede og hvordan jeg sidenhen har plejet denne relation.

To af de fire er jeg kommet i kontakt med ved at efterlyse interviewdeltagere på Twitter. Min efterlysning er blevet retweetet af nogle af mine følgere og to af deres følgere har så kontaktet mig. De to andre har jeg fundet gennem Facebook, hvor jeg ligeledes postede en efterlysning. En bekendt gav mig telefonnumrene på to af hendes bekendte, som havde sagt god for at jeg måtte kontakte dem. Ingen af de interviewede kendte således mig (eller hinanden) på forhånd.

⁵² Madsen, 2009

⁵³ Trost & Jeremiassen 2010, 143

⁵⁴ Ibid., 146

Interviewene foregik fortrinsvis på interviewpersonens arbejdsplads, enkelte interviews dog i deres hjem eller på mit specialekontor, under hensyntagen til de forskellige steders måde at få personen til at føle sig tryk/utryk, støjforhold etc.⁵⁵

Ved indgåelsen af aftalen om interview blev deltagerne kort briefet om, at det var deres medievaner generelt og deres specifikke brug af iPad'en, jeg ville spørge til. Jeg bad dem tage deres iPad med, så de evt. kunne vise på den, hvad de talte om. Jeg lovede ikke interviewdeltagerne noget som belønning for deres deltagelse, men gav dem efter første interview et gavekort til Apples AppStore på 150 kr. Et par af dem sagde i den forbindelse, at så måtte jeg sandelig gerne interviewe dem igen en anden gang, hvilket så også blev aktuelt med min anden interviewrunde. Alle deltagere sagde straks ja da jeg spurgte om jeg måtte interviewe dem igen. Efter anden runde gav jeg dem en gave primært bestående af chokolade eller vin.

Det var mit indtryk at deltagerne under interviewene følte sig godt tilpas. De var alle nemme at få i gang med at tale, og fortalte ærligt og længe, hvis jeg ikke stoppede dem. Jeg styrede ikke interviewet med hård hånd, men gav dem oftest lov til at tale til de ikke havde mere at sige om et givent spørgsmål, også selvom de bevægede sig et stykke ud ad en tangent. Det resulterede i nogle lange interviews, men også en masse gode pointer, som ikke var kommet frem, hvis jeg havde presset mere på for at komme videre til næste spørgsmål. Dog kunne jeg især i de første interviews have været bedre til at få afsluttet sidehistorier, der ikke ledte nogen brugbare steder hen. Disse var medvirkende til, at tidsplanen for interviewene ofte skred (de fleste interviews kom til at vare omkring syv kvarter), men det tog alle med et smil, og det var mit indtryk, at de hyggede sig med at sidde og fortælle. Kun en gang måtte vi speede interviewet op og gøre det færdigt på en time fordi interviewdeltageren havde en aftale efterfølgende.

⁵⁵ Ibid., 68

Udarbejdelse af spørgsmål

Mængden af spørgsmål var i begge interviewrunder planlagt til at svare til godt en times interview (Trost og Jeremiassen citerer Irving Seidman for at 90 minutter er den optimale længde for et interview, men mener selv, at det er for lang tid⁵⁶), hvilket som sagt ikke helt holdt. Interviewguides til første og anden runde kan findes i henholdsvis bilag 2 og 3. Bemærk, at interviewguiden til runde to i de enkelte interviews blev suppleret af spørgsmål, der var tilpasset den enkelte person (fx spørgsmål der fulgte op på specifikke svar fra denne person i første runde), som ikke er skrevet ind i interviewguiden.

Interviewguiden

Jeg har kort været inde på, at interviewguiden i det semistrukturerede interview typisk vil indeholde en oversigt over emner, man vil ind på, samt forslag til konkrete spørgsmål. I mit tilfælde består interviewguiden til første runde af syv emner, hvorunder jeg har listet mellem fire og syv konkrete spørgsmål. Det giver i alt en ret voldsom mængde af konkrete spørgsmål, som endte med at mindske overblikket i stedet for at fungere som stikord til, hvad jeg skulle huske at spørge om. I anden runde nøjedes jeg derfor med 15 konkrete spørgsmål plus de spørgsmål, jeg stillede specifikt til de enkelte personer (typisk tre til fem yderligere).

De mange spørgsmål i første runde kunne sikkert godt stilles og besvares på en time, men så skulle interviewet have været meget strammere styret, hvilket jeg som tidligere beskrevet ikke ønskede. Jeg ønskede, at der skulle være en god dynamik⁵⁷, hvor den interviewede kunne få lov at forklare sig. Jeg burde have indset, at dette ikke var muligt samtidig med at jeg havde så mange konkrete spørgsmål, jeg gerne ville have svar på. Det skal dog siges, at jeg kunne undlade at stille rigtig mange af de konkrete spørgsmål fra interviewguiden, fordi den interviewede allerede havde svaret på dem, bl.a. pga. den løse interviewstyring.

⁵⁶ Ibid., 86

⁵⁷ Kvale & Brinkmann 2009, 152

Anden interviewrunde blev som nævnt tidsmæssigt lige så lang som den første trods den meget kortere interviewguide. Det skyldes bl.a. at jeg her også spurgte ind til de interviewedes holdning til Berlingskes iPad-app, som ikke er nævnt i interviewguiden. Det er den ikke fordi jeg simpelthen bare bad dem om at prøve at navigere rundt i app'en og fortælle mig, hvad de tænkte om den. Jeg stillede naturligvis også spørgsmål for at få dem til at forholde sig til app'ens forskellige egenskaber, men det gav ikke mening at nedskrive disse spørgsmål på forhånd.

Evaluerings af interviewforberedelser

En anden gang vil jeg forsøge at begrænse mængden af spørgsmål og i højere grad holde mig til stikord. Grunden til de mange spørgsmål var en frygt for at komme hjem og opdage, at jeg ikke havde alt det nødvendige materiale, men jeg har lært det af processen, at man må være mere skarp i sin prioritering og ikke gå efter at få svar på alt, der kunne vise sig interessant.

Behandling af interviews

Størstedelen af de syv faser, Kvale og Brinkmann deler interviewundersøgelser op i, ligger efter selve interviewet. Jeg vil nu redegøre for transskriptionsfasen og kort introducere analysefasen, som beskrives yderligere i selve analyseafsnittet.

Optagelse og transskribering

Jeg har optaget lyden af mine interviews således at jeg under interviewene ikke skulle koncentrere mig om at tage noter og således at jeg ikke efterfølgende har været i tvivl om, hvad jeg kan citere interviewpersonerne for. Alle interviews er blevet transskriberet og er i den forbindelse så vidt muligt omdannet fra tale- til skriftsprog. Dette er i tråd med Kvale & Brinkmanns anbefalinger, selvom de samtidig skriver, at man må holde sig for øje, at "Transskriptioner er kort sagt forarmede, dekontekstualiserede gengivelser af direkte interviewsamtaler"⁵⁸.

⁵⁸ Ibid., 200

Det, jeg får ud af transskriptionerne, er således ikke et fuldt ud troværdigt billede af interviewsituationen og nuancerne i den interviewedes udtalelser. Det er imidlertid de vilkår, jeg har at arbejde med, og er en nødvendighed af hensyn til analysearbejdet, hvor jeg finder det mest hensigtsmæssigt at arbejde med citaterne i tekstform. Havde jeg valgt at optage video frem for kun lyd kunne jeg have fået kropssprog og interviewpersonens navigation på iPad'en med, og det ville have sine klare fordele. Imidlertid ville det også gøre analysearbejdet langt mere besværligt, og eftersom det vigtigste er det, der siges, ville det næppe være besværet værd.⁵⁹ De gange, hvor interviewpersonen under interviewet fx har interageret med iPad'en, har det fint kunne lade sig gøre ud fra lydoptagelsen og mine noter at genskabe et billede i hovedet af, hvad der skete, og skrive det ned.

Der kan transskriberes på mange forskellige måder, alt efter om det er selve samtalen eller det, der tales om, der skal analyseres. Det sidstnævnte er tilfældet her, og derfor har samtalerne også kunne oversættes mere frit til tekstsprog. Ligeledes har det ikke den samme betydning, om det er mig selv, der foretager transskriberingen, eller om det (som i de fleste interviewundersøgelser) er en anden, der sættes til det.⁶⁰ Jeg har derfor kunne tage imod hjælp fra min kæreste, som har leveret et udkast til en transskription af alle interviewene.

Der er naturligvis altid farer forbundet med at få en anden til at transskribere for sig, selvom jeg selv har gennemgået transskriptionerne efterfølgende. For at kunne transskribere korrekt er det essentielt, at den transskriberende har forstået formålet med transskriberingerne og at hun har fået klare instrukser om, hvordan talesproget skal omsættes til skrift.⁶¹ Jeg har derfor udarbejdet følgende instrukser, som sammen med det kendskab til specialets formål, min kæreste naturligt har fået, skaber grundlag for den måde, der er transskriberet:

- Omskriv ordstillinger og formuleringer, der lyder naturlige i talesprog, men er forvirrende eller unødvendigt komplicerede at læse på skrift.

⁵⁹ Ibid., 201

⁶⁰ Ibid., 202

⁶¹ Ibid., 203

- Undlad "øh"er samt halve sætninger, der aldrig afsluttes, når de ikke er væsentlige for det, der siges. Undlad også ligegyldige gentagelser.
- Brug firkantede parenteser til at notere tænkepauser, latter og lignende samt hvad, der sker. Fx [lang pause], [griner], [går ind i Mail-app'en].
- Brug STORE bogstaver til at markere når der lægges tryk på et ord.
- Omskriv dialoger, hvor interviewer og den interviewede snakker ind over hinanden på en måde så sætninger altid afsluttes før en ny påbegyndes.

Jeg har som sagt gennemrettet transskriberingerne imens jeg har lyttet til lydoptagelserne for at sikre, at det væsentlige fra optagelserne er gengivet på skrift på den rigtige måde. Der har naturligvis været steder, hvor kun jeg som interviewer har kunne gengive, hvad der skete under interviewet. Der har også været steder, hvor det, trods optagelsernes gode kvalitet, kun har været mig, der forstod, hvad der blev sagt, samt situationer, hvor kun jeg har kunne forstå tingene i den rette sammenhæng. Selvom jeg har fået hjælp i form af udkast til transskriptionerne, har jeg således stadig haft masser af arbejde i at sikre transskriptionernes reliabilitet og validitet⁶².

Slutningsformer

Inden en beskrivelse af, hvordan jeg rent praktisk har grebet arbejdet med analysen an, vil jeg kort beskrive forskellige slutningsformer for at give indblik i, hvad der ligger bag den måde, jeg senere drager mine konklusioner på.

Jeg har i problemformuleringen angivet nogle kategorier af spørgsmål, jeg finder væsentlige at se på. Allerede der har jeg taget en beslutning om, hvilken form for svar på mit hovedspørgsmål, jeg kan komme frem til. Man må holde sig for øje, at man ikke kan forvente at få svar på andet end det, man spørger om. Når det er sagt, så har jeg i mine interviews som nævnt netop været åben for at lade interviewdeltagerne trække deres svar i andre retninger, end den jeg havde forestillet mig, og dermed bryde ud af min kategorisering af, hvad der vil være væsentligt at beskæftige sig med, jævnfør den hermeneutiske cirkel. Det skal

⁶² Ibid., 206

heller ikke været nogen hemmelighed, at problemformuleringen er omskrevet efter både første og anden interviewrunde. Jeg har med andre ord efter fænomenologisk forbillede forsøgt at gøre interviewdeltagernes oplevelse af virkeligheden til omdrejningspunktet fremfor mine egne idéer om den.

Denne måde at tage udgangspunkt i det observerede kan minde om Glaser og Strauss' "grounded theory", som er "En systematisk strategi for teoriudvikling uden en forudgående teoretisk referenceramme"⁶³, hvilket dog ikke kan siges at gælde for min tilgang, idet jeg benytter mig af teori til at forsøge at forklare det observerede. Grounded theory er en induktiv tilgang, som står i modsætning til den deduktive tilgang, hvor man har en teori, man applicerer på et stykke af virkeligheden⁶⁴. Min tilgang er ingen af delene; den er abduktiv.

Flemming Tait Svith skriver, at "Den abduktive form er mindre kendt og (bevidst) anvendt end de to øvrige, men også den fremhæves af nogle som en metode til at nå (troværdige) resultater. Den bygger på kreativitet og opdagelse ved at koble fra noget faktuel, en konsekvens, en observeret effekt til en antagelse om en sammenhæng og årsag."⁶⁵

Den abduktive tilgang indebærer således at man ud fra observationer opstiller en hypotese (som så kan bekræftes deduktivt) efter ens bedste overbevisning om, hvordan det observerede kan forklares. Med en hermeneutisk tilgang og muligheden for at vende tilbage til de interviewede er det muligt at forfine den opstillede hypotese. Det gør den ikke alment gyldig, men det gør den til et godt bud på, hvordan tingene i det konkrete tilfælde hænger sammen.

Kodning og citering

Som sagt opstilles allerede i problemformuleringen en kategorisering af spørgsmål ud fra, hvad der forventes at kunne belyse hovedspørgsmålet. Som jeg vil gå nærmere ind på i starten af selve analyseafsnittet, så er disse samtidig de

⁶³ Ibid., 350

⁶⁴ Ibid., 126f

⁶⁵ Svith, 2006

overordnede kategorier i den kodning⁶⁶, jeg under analysen har foretaget. Der er opstillet en række underspørgsmål (kaldet dimensioner) til hver af disse spørgekategorier. Disse spørgsmål må ikke forveksles med dem, jeg stillede de interviewede. Det er spørgsmål til datamaterialet, altså transskriptionerne, og det er mig, der skal svare på dem.

Antallet af kategorier og dimensioner er valgt ud fra, hvad jeg har fundet overskueligt og relevant, som sagt ud fra en relevans-opfattelse, som er påvirket af interviewene. Således lægger jeg mig op ad det, Kvale og Brinkmann kalder begrebsstyret kodning: "Begrebsstyret kodning bruger koder, forskeren har udviklet i forvejen, enten ved at se på noget af materialet eller ved at rådføre sig med eksisterende litteratur på området [...]"⁶⁷

Med specialets begrænsede plads afsættes der gennemsnitligt omkring to sider til hver dimension. Af denne årsag er lange citater ofte kondenseret ned til en kort beskrivelse af det, der er givet udtryk for, og der vil generelt være meget fortolkning i forhold til citering, men der vil naturligvis være angivelse af, hvor i datamaterialet, man kan finde underbygning i form af citater for det, jeg skriver. Jeg ser således intet problematisk i den nogle steder kraftige kondensering. Kvale og Brinkmann ser også nærmere det modsatte som et problem:

"Frykten for subjektive fortolkninger kan føre til rapporter, der består af kedelige rækker af ufortolkede citater, hvor forskeren afholder sig fra teoretiske fortolkninger, som var det en eller anden farlig form for spekulation."⁶⁸

De ser et overdrevent omfang af antal sider med citater som den kvalitative forskers forsøg på at retfærdiggøre, at undersøgelsen ikke har kvantitative data, og minder om, at et kunstværk heller ikke bliver bedre af at blive større⁶⁹.

⁶⁶ Kvale & Brinkmann 2009, 223f

⁶⁷ Ibid., 224

⁶⁸ Ibid., 296

⁶⁹ Ibid., 309

Alle de interviewede har givet tilladelse til offentliggørelse af deres navne, men jeg har for en sikkerheds skyld, i overensstemmelse med Kvale og Brinkmanns principper for god rapporteringsetik, givet dem andre navne for at beskytte deres privatliv når jeg citerer dem⁷⁰. Dette har også løst det problem, at to af interviewpersonerne havde samme fornavn, hvilket kunne have resulteret i nogle upraktisk lange angivelser af hvem, der sagde hvad. I stedet har jeg valgt nogle nye, korte navne til dem alle, som i mit hoved passer godt til de enkelte.

⁷⁰ Ibid., 299

Teori

Afsnittet præsenterer en række begreber og teorier, nogle til anvendelse i analysen og nogle til anvendelse direkte i teoriafsnittet til forskellige perspektiver på iPad'en som platform.

iPad'en som medie

I denne del af teoriafsnittet gennemgås først nogle teoretiske perspektiver på udviklingen indenfor medier og om medie versus indhold. Til sidst ser jeg på en fem år gammel undersøgelse af eReaderen, for at få datidens perspektiv på, hvad en god elektronisk nyhedslæser er, hvilket iPad'en så kan holdes op imod.

De digitale medier og mediematricen

Niels Ole Finnemann beskriver i artiklen "Public space and the coevolution of digital and digitized media"⁷¹ hvordan digitale medier og ældre medier udvikler sig i samarbejde med hinanden. Han skelner mellem digitaliserede medier (gamle medier, der er kommet i digital form) og digitale medier, som er født med hypertext, multimodal kommunikation og interaktive funktioner, som giver de digitale medier nogle vilkår, der ikke kan forstås med traditionelle medieteorier.

Finnemann taler om mediematricen og de forskellige medier, der udgør den, og hvordan internettet og mobile medier er med til at sætte en milepæl for mediematricens udvikling⁷². Han ser imidlertid ikke de digitale medier som noget, der vil udkonkurrere de gamle medier i mediematricen. De nye og gamle medier vil ifølge Finnemann indgå i en "koevolution", hvor begge parter udvikler sig i samspil. Det handler ikke bare om at flytte indholdet fra de gamle medier over i en digital verden. Medierne har ifølge Finnemann deres berettigelse hver især, bare i forskellige kontekster: "[...] people appear to adapt to a model with radio in the morning, internet in the daytime and primetime television followed by late evening internet use."⁷³ Finnemann argumenterer også for at "It is true

⁷¹ Finnemann 2006

⁷² Ibid. 66

⁷³ Ibid.

that all of the old media can be digitized, but this does not mean that this will ever happen, whether in the near future or in a long-term perspective.”⁷⁴

Finnemann tror således på mediernes mangfoldighed og ikke på, at de nærmer sig hinanden (konvergerer) så meget, at fx nyheder på én platform kan sidestilles med nyheder på en anden platform. ”It is true that we have news on a variety of platforms, but we also witness a tendency to modify the formats and genres according to the specific properties (biases and affordances⁷⁵) of each platform, as well as different strategies for utilizing combinations of different media [...]”⁷⁶. Dette er netop baggrunden for dette speciales antagelse om, at iPad’en som platform for nyheder er noget specielt (og ikke bare en lille computer eller en forvokset smartphone), som det er værd at undersøge mulighederne i.

Finnemann ser de forskellige platforme som primært understøttende bestemte typer af nyheder: ”Short news are also on the fly in mobile media, while other sorts of information and public discourse might continue to require stationary media.”⁷⁷ Hvis dette er tilfældet, er det relevant at stille spørgsmålet, om en iPad skal opfattes som et mobilt medie eller som et stationært medie. Man kan argumentere for begge dele, men her vil jeg lade det stå som et åbent spørgsmål – det skal beskrives gennem den empiriske analyse, ikke teoretisk.

Finnemann følger også op med et åbent spørgsmål: ”On the users or citizens side, it will be of relevance to see to which degree and by which media the public will continue to synchronize itself versus to which degree and in which matters it will prefer asynchronous and more individualized and specialized communication.”⁷⁸

Den individualiserede, asynkrone nyhedsstrøm har uden tvivl nogle følger, man ville kunne skrive et helt speciale om. Her vil jeg forsøge at begrænse det, og blot nævne et af Finnemanns eksempler på koevolution i medierne, nemlig den måde

⁷⁴ Ibid. 67

⁷⁵ Se begrebsforklaring længere nede i teoriafsnittet

⁷⁶ Ibid. 68

⁷⁷ Ibid. 71

⁷⁸ Ibid.

Google News gør det muligt at få nyheder fra "de gamle medier" præsenteret efter ens individuelle præferencer. "[...] the content is provided by the old media but delivered on their individual websites/online editions while Google provides you with the facilities for the selection and tailoring of the content across the entire range of providers and due to the individual priorities of users."⁷⁹

Siden Finnemanns artikel fra 2006 er der kommet flere lignende tjenester – ikke mindst til iPad'en, som vi senere skal se (se evt. allerede nu Flipboard i bilag 1). Personalisering af nyhedsindhold er blevet udbredt, samtidig med at de sociale medier har fået en større rolle i den daglige nyhedskonsumering⁸⁰, hvilket "mærkbart forandrer den måde, vi forbruger nyheder"⁸¹. Det er også noget, vi skal se de konkrete følger af i analyseafsnittet.

Bolter og Grusins perspektiv

Finnemanns artikel, som har været hovedgrundlaget for ovenstående, er en god beskrivelse af medieudviklingen, men naturligvis kun ét af medievidenskabens mange perspektiver på nye medier. Jeg vil ikke fylde specialet med forskellige teoretiker-betragtninger, men et enkelt teoretiker-par trænger sig på, nemlig Jay David Bolter og Richard Grusin. I tråd med McLuhan og Finnemann mener de, at ethvert nyt medie i starten må få sit indhold fra gamle medier, og de kalder denne præsentation af et medie i et andet for remediering⁸². Begrebet kan forstås ved at tænke tilbage på de første film, der blot var filmet teater, eller de første tv-udsendelser, der blot var radio med billede til. Pointen er, at medierne sidenhen vil udvikle sig på deres egne præmisser, men i starten altid tager afsæt i et gammelt medie. Dette perspektiv implicerer, at iPad'en vil tage udgangspunkt i andre medier (men har ganske mange andre medier at tage udgangspunkt i) for sidenhen at finde sin egen måde at være medie på.

⁷⁹ Ibid. 69

⁸⁰ Lavrusik, 2010

⁸¹ Citat: forskningschef på DMJX Lars Holmgaard Christensen i forbindelse med projektet "Nyhedernes Sociale Ansigt", se <http://www.facebook.com/groups/112021388852060/>

⁸² Bolter & Grusin 1999, 45

To andre begreber fra Bolter og Grusin af stor betydning (også interfacemæssigt) er immediacy og hypermediacy⁸³. Immediacy handler om at mediet ikke tager opmærksomheden fra det, det formidler; at brugeren oplever en umiddelbar nærhed af indholdet. Hypermediacy er når mediet og dets teknik gør opmærksom på sig selv, altså det modsatte, kan man sige. Hypermediacy er dog ikke nødvendigvis negativt for oplevelsen af mediets indhold. Jo flere muligheder i forhold til indholdet mediet tilbyder, jo tættere kan man komme på indholdet og dermed skabe en følelse af en transparent medieoplevelse⁸⁴. Udnyttelsen af begreberne handler om en higen efter transparens, ægthed, umiddelbarhed⁸⁵. Ikke i et forsøg på at snyde brugeren til at tro, at mediet ikke er der, for det kan man alligevel ikke. Pointen er, at man med begreberne kan være bevidst om, hvilken rolle mediet skal have i forhold til indholdet. Når man på iPad'en kan bladre i et virtuelt magasin ved at trække fingeren hen over skærmen er vi ude i et kompliceret forhold mellem immediacy og hypermediacy, hvor indholdet forsøges gjort mere direkte tilgængeligt gennem brug af et andet medies fysiske egenskaber.

eReaderen anno 2007

iPad'en er som nævnt i indledningen ikke den første tablet, og idéen om, at en form for tablet-computer eller elektronisk papir skulle blive en væsentlig del af fremtidens nyhedslæsning, har ulmet igennem længere tid. Van den Broeck, Lievens og Pierson udgav i forbindelse med Mobile Media konferencen på University of Sydney i 2007 artiklen "Reinventing newspapers in a digital era: The mobile e-paper"⁸⁶. Fokus for artiklen er "the possible future position of a mobile e-paper device based on the user's everyday life practices". Artiklen giver således et bud på den fremtid, jeg er specialet her beskæftiger mig med i nutid.

Undersøgelsen bag artiklen bygger ligesom min på et studie af brugernes ageren med udstyret. Det skal bemærkes, at udstyret (eReaderen) ikke havde nær de samme muligheder som iPad'en, men dog var i stand til eksempelvis at fremvise

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Ibid. 51

⁸⁵ Ibid. 53

⁸⁶ Van den Broeck, Lievens & Pierson 2007

pdf-versioner af aviser. Usability-problemer, langsom download af indhold og opfattelsen af eReaderen som et ikke-færdigudviklet produkt resulterede i en konklusion om, at brugerne var forbeholdne overfor eReaderen, men at der var potentialer i denne form for mobil, digital nyhedslæsning. Der var dog ikke grundlag for at tro på at netop eReaderen ville revolutionere nyhedsbranchen:

"[...] the eReader will not be a revolutionary device, but a substitute for existing platforms without a real effect on veryday life practices. The user will transfer their existing newspaper reading practices to this new type of device."⁸⁷

At brugeren overfører sine læsningspraksisser fra avisen til eReaderen uddybes af en beskrivelse af, hvordan de brugere, der er vant til at læse nyheder online, ofte gerne vil have nyhederne i lister og have søgefunktioner. Folk, der er vant til at læse nyhederne i avisen, vil derimod gerne have en eksakt kopi af avisen på eReaderen. Mange ser layoutet i en normal avis som en vigtig hjælp til at overskue, hvilke historier der er vigtige, hvilke der nok er knapt så vigtige (typisk de korte), hvilke der skal gemmes til de har god tid (typisk de lange), osv. I analyseafsnittet vil jeg se på, om det også forholder sig sådan med iPad'en, eller om udviklingen i mellemtiden har ændret brugernes forhold til læsningspraksis.

Table 31.1: SWOT analysis	
Strengths	Weaknesses
Screen quality	Operation of the device needs to be more intuitive
Screen size	Battery life span
Compactness of device	Presentation of newspaper on the device
Look of device	Vulnerability
Opportunities	Threats
Multiple titles (newspapers, books, magazines)	Competition with other portable devices (PDA, smart phone)
Zoomable formats	Habit of reading the daily newspaper (old habits die hard)
Books on vacation	
Reading device with acrobat reader or integrated devices (agenda, email)	
Foldable screens	

SWOT-analyse for eReaderen

I artiklen opstilles desuden en SWOT-analyse for eReadere⁸⁸ (se herover), hvor især de listede svagheder og muligheder er interessante. iPad'en udnytter alle de

⁸⁷ Ibid. 314

muligheder, der nævnes, på nær foldbar skærm, samtidig med, at de svagheder, der nævnes for 2007-udstyret, er markant forbedret på iPad'en: iPad'en roses for at være intuitiv at bruge, dens batteri kan holde til en hel dags brug, der kæles for præsentationen af indholdet og den er forholdsvis hårdfør. Analysen i dette speciale vil vise, om dette kan være med til at forklare iPad'ens popularitet, om de trusler, der var for eReaderen også er relevante for iPad'en, og om iPad'en kan ses som den revolutionerende nyhedsplatform, eReaderen ikke var.

Interaktion og interface

Affordances og konventioner

Begrebet affordances er centralt for beskrivelsen af brugerens forståelse af, hvad en iPad og dens applikationer tilbyder af muligheder. Affordance-begrebet har oprindeligt intet med computere endsige menneskeskabte ting at gøre, men blev grundlagt af James J. Gibson i 1977 med definitionen "the affordance of anything is a specific combination of the properties of its substance and its surfaces taken with reference to an animal."⁸⁹ Gibson beskriver hvordan fx mennesket kan opfatte eksempelvis en sten som noget man kan sidde på, hvis den har visse egenskaber: Den har en passende højde, den har en overflade ovenpå som er forholdsvis flad og vandret, den er hård og solid i sin substans, den flytter sig ikke uden videre, osv. Hvis disse egenskaber gælder for stenen og mennesket er i stand til at opfatte dette, så gælder det at stenen "affords sitting-on"⁹⁰.

Donald A. Norman bygger videre på Gibsons idéer om affordances i en bog om, hvordan hverdagsting designs mest optimalt ift. bl.a. affordances⁹¹. Han skriver: "When used in this sense, the term affordance refers to the perceived and actual properties of the thing, primarily those fundamental properties that determine just how the thing could possibly be used"⁹².

⁸⁸ Ibid. 311

⁸⁹ Gibson 1977, 67

⁹⁰ Ibid. 68

⁹¹ Norman 1990

⁹² Ibid. 9

Kodeordet her er "perceived", altså opfattet eller forstået. Godt design handler ifølge Norman bl.a. om, at brugeren gennem et objekts affordances umiddelbart skal forstå, hvad det kan bruges til: "When affordances are taken advantage of, the user knows what to do just by looking: no picture, label or instruction is required."⁹³

Affordance-begrebet skal her bruges i diskussionen om usability (på dansk oftest oversat til brugervenlighed) i forbindelse med digital interaktion. Her handler det netop om at lade brugeren vide, hvad denne skal gøre, uden at skulle skrive eller illustrere det. Og ikke mindst om, at det, der så sker, også er det, brugeren forventede. Det er imidlertid en misforståelse at tro, at affordance-begrebet dækker over alt dette. Norman har sammen med danske Jakob Nielsen siden 90'erne arbejdet med usability i computer-sammenhæng i "Nielsen Norman Group". I 1999 følte Norman sig nødsaget til at udgive en artikel for at rette op på nogle af de misforståelser omkring affordance-begrebet, han hele tiden stødte på blandt dem, der arbejder med usability⁹⁴. Han skrev fx at.:

"[...] it is wrong to claim that the design of a graphical object on the screen 'affords clicking'. Sure, you can click on the object, but you can click anywhere. Yes, the object provides a target and it helps the user know where to click and maybe even what to expect in return, but those aren't affordances, those are conventions, and feedback [...]"⁹⁵

At lave et ikon med en indkøbskurv i en webshop er altså ikke at arbejde med affordances. Det er at udnytte de kulturelle konventioner, vi har om, at dette illustrerer en genvej til at se, hvad man indtil videre har valgt, at man vil købe.

Kulturelle konventioner er således også ekstremt væsentligt, hvis man vil lave godt interaktionsdesign. De hører til under den sidste af de tre former for "constraints", Norman beskriver i sin artikel: Fysiske, logiske og kulturelle.

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Norman 1999

⁹⁵ Ibid. 40

Norman forklarer at "A convention is a constraint in that it prohibits some activities and encourages others. Physical constraints make some actions impossible: there is no way to ignore them. Logical and cultural constraints are weaker in the sense that they can be violated or ignored, but they act as valuable aids to navigating the unknowns and complexities of everyday life. As a result, they are powerful tools for the designer."⁹⁶

Med eksempler fra pc'en og iPad'ens verden kan det opstilles således:

- Fysiske konventioner er dem, der umiddelbart kan opfattes som til affordances. De afgør, hvad der rent fysisk er muligt at gøre. Fx at det på en iPad er muligt at røre ved alt indenfor skærmen, men også kun netop det, der er indenfor skærmen.
- Logiske konventioner er dem der fx gør, at man opfatter, at der må kunne fås mere tekst frem, hvis den tekst man sidder og læser ender brat i bunden af skærmen. Man slutter, at der må være mere og at noget må kunne gøres for at få det frem.
- De kulturelle konventioner er til gengæld dem, der fortæller os, at det på en pc er en kasse i højre side af skærmen, man skal hive i for at scrolle ned til denne tekst. Det er ikke logisk og kassen udstråler ikke at man kan bevæge teksten med den – det er noget brugeren har tillært sig.

Scrolling er et godt eksempel på, at forskelligt it-udstyr har forskellige kulturelle konventioner. På en pc er man typisk afhængig af at kunne trække i den nævnte kasse i højre side eller bruge et scroll-hjul på en mus. På en MacBook findes en kulturel konvention om, at man kan scrolle ved at bevæge to fingerspidser op eller ned på trackpad'en. Denne konvention har imidlertid bredt sig til mange andre laptops, hvilket illustrerer en vigtig pointe: En effektiv kulturel konvention er en, der breder sig. På iPad'en er den kulturelle konvention, at indholdet af skærmen kan skubbes rundt med, som var det et stykke papir, man skubbede hen over et bord. Jeg vil argumentere for, at iPad'en hermed benytter sig af nogle fysiske konventioner – den efterligner de affordances, et stykke papir på et bord

⁹⁶ Ibid. 41

ville have. Dette gør, at selv små børn kan bruge den⁹⁷. De skal ikke først lære computerens kulturelle konventioner om, at man skal flytte på en mus for at flytte en pil rundt oppe på skærmen. Interaktionen er mere intuitiv fordi touch-interfacet "afforder" nogle naturlige fysiske objekt-manipulationer.

Selvom de benyttede kulturelle konventioner ofte viser sig at være det, der faktisk afgør, om en bruger forstår, hvad han/hun kan gøre, er affordances stadig et centralt begreb, ikke mindst på iPad'en. Det gælder fx når brugeren kommer til et tekstfelt og tastaturet springer op på skærmen. Hvis tekstfeltet er defineret til at skulle indeholde en e-mailadresse, vil det viste tastatur se anderledes ud sammenlignet med det tastatur, der normalt dukker op, ved at det giver nemmere adgang til bl.a. snabel-a og underscore. Det tastatur, der dukker op, kan siges at afforde indtastning af en e-mailadresse.

Norman skriver i førnævnte artikel: "Personally, I believe that our reliance on abstract representations and actions is a mistake and that people would be better served if we would return to control through physical objects, to real knobs, sliders, buttons, to simpler, more concrete objects and actions."⁹⁸

iPad'en udskifter nogle af de abstrakte repræsentationer og handlinger med konkrete, fysiske interaktioner, som ganske vist er virtuelle, men trods den flade skærm, det hele foregår igennem, stadig minder mere om de fysiske objekter og handlinger, Norman efterlyser, end traditionelle pc'er.

Naturligvis er avisen til gengæld iPad'en overlegen i fysisk, konkret interaktion. De foldbare skærme, der i disse år er under udvikling, vil kunne bringe digitalt indhold tættere på avisens fysiske egenskaber, men spørgsmålet er så, om det er et mål i sig selv at gøre iPad'ens digitale medieindhold lige så fysisk håndgribelig som avisens, eller om den hellere skal efterligne pc'ens kulturelle konventioner for at de funktioner, der ikke findes på papir, kan udnyttes bedst muligt.

⁹⁷ Hvorimod de efter at have brugt en iPad ikke altid forstår at bruge gammeldags papirmedier. Se evt. et morsomt eksempel på dette her: <http://www.youtube.com/watch?v=APE8M9MeOWA>

⁹⁸ Ibid. 41f

Når det hele ikke kan være på én skærm

Scroll er som sagt en meget udbredt måde at få vist mere indhold end der kan være på én skærm på, men den er ikke den eneste. Førromtalte Jakob Nielsen beskriver⁹⁹ en diskussion, der går helt tilbage til før world wide webs fødsel, nemlig den mellem de såkaldte "card sharks" og "holy scrollers". Sidstnævnte gruppe er tilhængere af den scroll-funktion, de fleste pc-brugere vil kende, hvor man kan flytte det udsnit af et samlet skærbillede, der aktuelt kan ses på skærmen. Selvom scroll er meget udbredt har "card sharks" i høj grad også været med til at præge digitale interfaces, idet deres idé meget basalt går ud på, at man skifter imellem forskellige kort, hvorpå det, man læser, står (ligesom i en bog). Trods scrolls effektive måde at skabe kontinuerlig læsning, er kort-metaforen også udbredt ikke bare i e-bøger men også på fx visse nyheds-websider, hvor man deler en artikel op over flere sider, som der skal skiftes imellem. Herved kan man bl.a. udsætte brugeren for flere forskellige reklamer under læsningen samt sikre, at den samlede tekst ikke lige så nemt kan kopieres.

Kort sagt er forskellen mellem kort og scroll, at man med kort skifter hele skærbilleder, mens man med scroll laver en glidende udvælgelse af, hvilken del af et større skærbillede, der skal vises. En interessant ting ved iPad'en (og andre computere med touch-navigation) er, at man her kan lave en blanding af kort og scroll, hvor man umiddelbart bare scroller med fingeren, men hvor ens bevægelse fortsættes når man slipper, således at hele skærbilledet skiftes. Man ser, når man er halvvejs i denne bevægelse mellem skærbilleder, halvdelen af begge skærbilleder, sådan at man intuitivt forstår, at de to skærbilleder er forbundne, men så snart man slipper, vil man ryge til den ene af siderne og kun se den. Det svarer til at holde en side mens man bladrer i et blad og så slippe den. Eksempelvis app'en Flipboard (se bilag 1 og analysen) udnytter dette til at lave en animeret effekt, der netop får det til at se ud som om, man bladrer i et blad.

Berlingskes app (også beskrevet i bilag 1 og behandlet i analysen) har ingen bladre-animation men bruger samme metode til at skifte imellem forskellige "kort" i den oversigt over nyheder, man får vist. Når man er inde i den enkelte

⁹⁹ Nielsen, 1995

artikel er det dog stadig scroll med fingeren op og ned, der bruges til at bevæge sig frit i artiklens tekst. Bevæger man derimod fingeren sidelæns, føres ens bevægelse (hvis den er lang nok) videre og skærbilledet skifter til en anden artikel efter samme "skift mellem kort" -metode. Denne måde at blande måderne hvorpå (og retningen hvori) man skifter skærmens indhold er ganske udbredt på iPad'en. Der er efterhånden opstået konventioner for, hvad fx en sidelæns bevægelse med fingeren skal resultere i i forskellige typer af apps. Det er dog langt fra unormalt at en konvention brydes, hvis en app-designer finder det mere givtigt at gøre noget andet. Det, at man med touch-interfacet rører direkte ved indholdet, giver imidlertid stadig tablet-mediet visse standarder og sin egen navigationslogik, som ikke umiddelbart kan genfindes i fx et musestyret interface¹⁰⁰.

Det strategiske designbureau iA har en række anbefalinger omkring brugen af henholdsvis kort og scroll på iPad¹⁰¹. Scroll vil være en fordel ifm. kontinuerte tekster af ukendt længde og/eller tekst, der gives en ukendt mængde skærmlads. Her er kort-modellen ikke god, fordi det kan være svært at få teksten delt op på en god måde ud over kortene. Ved man derimod hvor meget skærmlads og hvor meget tekst, man har at gøre med, så kan kort-modellen give nogle muligheder for pifte designet af de enkelte kort op. Kort-modellen besværliggøres dog af, at man i sit design må tage højde for, at iPad'en kan vendes både horisontalt og vertikalt. En af ulemperne ved scroll-modellen er, at man kan miste overblikket når man scroller igennem meget lange tekster uden sidenumre at forholde sig til. Hvis man går ned i de ergonomiske detaljer er det til gengæld nemmere at scrolle end at skifte mellem kort. Der er således ikke én løsning, som altid er bedst, men en masse overvejelser, man må gøre sig i de enkelte tilfælde.

¹⁰⁰ Apple gør dog meget for at man på OSx (deres styresystem til alm. computere) med en trackpad kan efterligne mange af bevægelserne fra iOS' touch-interface.

¹⁰¹ Reichenstein, 2010

Analyse

I dette afsnit præsenteres resultatet af de kvalitative interviews. Afsnittet vil i en blanding af citater og opsummering beskrive (ikke diskutere) det, der blev sagt. Jeg vil dog først gennemgå de kategorier og dimensioner, jeg har valgt at inddele analysen i og redegøre for dette valg. Dernæst introduceres interviewdeltagerne, efterfulgt af analysen af deres udtalelser sorteret i de forskellige dimensioner.

Efter forsøg med det modsatte har jeg valgt at lade brugernes kommentarer til app'en "Berlingske til iPad" indgå direkte i de relevante analysedimensioner, frem for at give app'en et særskilt afsnit under analysen. Dette skyldes, at den konkrete brug af app'en ofte satte tanker i gang hos brugerne om ting, vi allerede havde snakket om under de mere abstrakte spørgsmål, der ikke tog udgangspunkt i apps. Brugernes idéer om den gode nyheds-app kunne bedst beskrives righoldigt ved at blande kommentarer til det konkrete med deres overvejelser om det abstrakte. Jeg ser det også som en styrkelse af undersøgelsens validitet, at brugernes svar på de mere abstrakte spørgsmål kan vurderes ud fra deres forhold til et konkret nyhedsprodukt.

I analysen er brugt en anden form for citering end i resten af rapporten. I stedet for i fodnoter, angives kilder i paranteser direkte i teksten på formen (NavnX,Y), hvor "X" angiver om det er første eller andet interview med "Navn" og "Y" angiver linjetallet for det sted i transskriptionen, starten af den pågældende udtalelse kan findes. Fx vil 14. linje i andet interview med Dan hedde (Dan2,14). Linjetallet peger nogle steder på et svars start og ikke på den derfra citerede sætnings start. Dette er når hele svaret er relevant for forståelsen af sætningen.

I bilag 1 har jeg som tidligere nævnt lavet en præsentation af forskellige apps. Første gang "Berlingske til iPad", "Twitter", "Nordjyske Inside" og "Flipboard" nævnes i analysen, er det en god idé at kigge i dette bilag for at få pågældende app demonstreret (eller alternativt selv afprøve app'en på en iPad).

Analysens kategorier og dimensioner

Som nævnt i metode-afsnittet anvender jeg begrebsstyret kodning, således at jeg ikke udelukkende lader datamaterialet styre, hvilke kategorier og herunder dimensioner, jeg analyserer ud fra, men på forhånd ud fra kendt teori har fundet en række nøglebegreber, som jeg vil undersøge. Inspirationen til disse kommer fra mit uddannelsesforløb, som har haft lidt forskellige retninger og derfor bidrager med tre forskellige perspektiver, der efter min vurdering supplerer hinanden rigtig godt i forhold til at analysere netop iPad'en. Det betyder konkret, at jeg i analysen dels vil se på det journalistiske indhold, dels på menneske-maskine-interaktionen og dels på brugernes forhold til medier. Dette udmønter sig i de tre analysekategorier "Indhold", "Interface" og "Medierelationer". Som det fremgår nedenfor og i problemformuleringen, har jeg yderligere to kategorier: "Kontekst" og "Værdi". Førstnævnte har jeg valgt at gøre til en selvstændig kategori fordi iPad'en og dens mobile medietilbud kan opfattes og anvendes meget forskelligt alt efter hvor, hvornår og i hvilken sammenhæng, brugen sker. "Værdi" er en analysekategori, der dels samler op på de foregående kategorier og ser på den oplevede værdi, der her gives udtryk for, og dels beskæftiger den sig med konkret, kontant værdi og villighed til at betale.

De fire første analysekategori har under sig nogle dimensioner, som her består af konkrete spørgsmål, som skal udfolde kategorien på forskellig vis. Jeg vil nu gennemgå motivationen for at medtage de enkelte dimensioner. Det gælder for dem alle, at den vægt, brugerne har lagt på dimensionernes emne, har været med til at afgøre, hvilke af de potentielt mange dimensioner, der skulle medtages. Flere relevante dimensioner kunne findes, men der ville ikke være plads til at behandle dem ordentligt. At der er præcis tre dimensioner under de fire første kategorier er en tilfældighed og ikke et resultat af et rigtigt begrænsningsprincip. Rækkefølgen, som kategorier og dimensioner kommer i herunder, kunne også have været en anden. Den er valgt fordi jeg herved går fra et snævert perspektiv på den enkelte artikel over nyhedsoverblikket til interaktionen, den omgivende verden og medierelationer for at slutte af med at se på værdien af det hele.

Indhold – Hvad er godt nyhedsindhold og -overblik på iPad'en?

- Hvad er den optimale brug af journalistiske indholdselementer?
 - Artikler på iPad'en kan have uendelige tekstmængder og ting som indlejret video, billedgallerier og interaktive grafer. Én ting er mulighederne, noget andet er, hvordan de bedst sammensættes til noget, der giver en god oplevelse.
- Hvad mener brugerne om automatisk prioriteret indhold?
 - Mange web-tjenester og apps tilbyder at samle indhold til brugeren automatisk. Nogle tager alt fra bestemte kilder, andre analyserer brugerens vaner og sorterer indholdet derudfra. Mulighederne findes i ganske mange iPad-apps, men spørgsmålet er, hvordan brugerne egentlig ser på dem.
- Hvad kendetegner et godt overblik over og udvalg af nyheder?
 - Ligesom ugeblade oftest bruges til en anden type nyheder end aviser kan iPad'en som platform også tænkes at lægge op til bestemte typer indhold. Derfor vil jeg se på, hvilken type indhold der forventes og hvordan det kan præsenteres på en måde, der skaber et godt overblik over nyhederne.
- **Interface – Hvilke interaktionsmæssige fordele har iPad'en?**
 - Hvor intuitiv er interaktionen generelt og i diverse nyheds-apps?
 - Brugerne vil med deres forskellige baggrunde have forskellige forudsætninger og forventninger ift. interaktion med iPad'en i det hele taget og i specifikke apps. Det er derfor relevant at se på start-barrierer samt de forskellige oplevelser af, hvornår interaktionen virker intuitiv.
 - Hvilke former for navigation og interaktion skaber ekstra værdi?
 - iPad'ens touch-interface lægger op til kreative måder at navigere i og interagere med indhold, men det kan også blive for kreativt, så det er relevant at se på, hvornår brugerne føler, de får noget godt ud af interaktionen.
 - Hvad betyder iPad'ens affordances for nyhedsoplevelsen?
 - Interaktionen med iPad'en skal ikke kun ses i relation til de konkrete gestures og app-manipulationsmuligheder på

skærmen, men også i sammenhæng med dens affordances, som også kan have stor betydning for den oplevede værdi.

- **Kontekst – Hvor, hvornår og i hvilken sammenhæng bruges iPad'en?**

- Hvor og hvornår bliver iPad'en brugt til nyhedskonsumering?
 - Denne dimension er medtaget ud fra en forestilling om, at iPad'en som mobilt medie indgår i mange kontekster og at disse har indflydelse på, hvordan iPad'en bruges og hvad brugeren ønsker, at den giver adgang til i situationen.
- Er brugen aktiv eller afslappet og single- eller multitasking?
 - I relation til lean back-begrebet er det væsentligt at undersøge, om iPad-brugen er sporadisk, længerevarende, koncentreret, eller samtidig med anden mediebrug.
- Er iPad'en personlig eller lægger den op til fysisk og virtuel deling?
 - Oplevelsen af indholdet kan også være afhængig af, om det konsumeres individuelt, eller om oplevelsen deles med andre. Ligeledes finder jeg det væsentligt at se på den sociale kontekst i virtuel forstand: Om det har betydning, om indholdet fx kan mailes eller deles på sociale medier.

- **Medierelationer – Hvordan fungerer iPad'en ift. andre medier?**

- Ud fra hvilke medieplatform-associationer opfattes iPad'en?
 - Tablet'en er, som jeg var inde på i afsnittet om post pc, svær at placere i en traditionel medieplatformkategori. En brugers opfattelse af kategori for iPad'en kan være med til at animere til en bestemt brug. Det er derfor væsentligt at se nærmere på denne opfattelse.
- Hvordan opleves apps anderledes ift. websider på en pc?
 - Webbrowseren på iPad'en er for så vidt også bare en app, men den muliggør, at man ser de samme websider som på en pc. Alligevel er apps lavet specielt til iPad'en meget udbredt. Dette fordrer et spørgsmål om, hvad brugerne oplever som forskellen på at få indhold gennem apps og gennem websider, som egentlig er tilpasset pc-plattformen.
- Hvornår er den (ikke) at foretrække frem for andre platforme?

- Indholdets tilpasning til platformen er blot en af flere faktorer, der afgør, hvilken platform, der afgør, hvilken platform, der foretrækkes i forskellige tilfælde. Det er vigtigt at forstå, hvornår iPad'en er den mest velegnede platform til et formål og hvornår den ikke er.
- **Værdi – Hvad skal der til for at brugerne vil betale for iPad-nyheder?**
 - Det spørgsmål, nyhedsbranchen måske stiller sig selv allermest, er i specialet her nedtonet, idet fokus ligger på brugerne, men det er klart, at det er interessant, hvad der skal til før den værdi, brugerne oplever, resulterer i at de også rent faktisk vil betale for et nyhedsprodukt, og betalingsvillighed er derfor også medtaget som en kategori.

Det skal bemærkes, at der ikke er afsat lige meget plads til alle dimensioner. Dette er ikke udtryk for at alle dimensioner ikke er vigtige. Ligeledes er det forskelligt hvor meget Berlingskes app bliver brugt som eksempel i de enkelte dimensioner. Dette afhænger af, hvor godt app'en demonstrerer dimensionen.

Det skal også bemærkes, at interviewdeltagerne ikke nødvendigvis kommer lige meget til orde i de enkelte dimensioner. I tilfælde, hvor de har samme holdning, mener jeg kun, det giver mening at citere den, der formulerer holdningen klarest.

Præsentation af interviewpersoner

Den mere dybdegående beskrivelse af interviewdeltagerne har jeg valgt at lægge i bilag 4, hvor der står ca. en side om hver person. Her præsenteres de ultrakort:

Alle deltagere havde en iPad 2 med wifi+3G, som de ved første interview havde haft i godt et kvart år, undtagen Pia, som kun havde haft sin i godt en måned. Hun var samtidig den eneste, der ikke havde erfaring med iOS gennem tidligere brug af iPhone/iPod. De fleste deltagere fik primært nyheder på iPad'en gennem diverse danske dagblades websider, som ikke er specielt tilpasset iPad'en. Jan var undtagelsen, idet han primært fik sine nyheder på iPad'en gennem Politikens apps til henholdsvis læsning af dagens avis og live-opdaterede nyheder.

Dan er 33 år og fotograf. Interesserer sig bredt men kun overfladisk for nyheder. Bruger typisk større danske dagblades websider til at finde nyheder, men bruger i stigende grad også Twitter til at finde dem. Læser ikke avis, men ser nyheder på tv, dog i aftagende grad efter han har fået iPad'en og kan læse nyheder her.

Jan er 55 år, cand.mag. og senior consultant i en it-afdeling. Er især interesseret i kultur og samfundsforhold. Er også meget teknik-interesseret, men holder dog også fast i det analoge avis-abonnement på Politiken. Ser ikke meget tv, men ser dog TV2 News, hvis han ikke ellers har fået nyheder en hel dag. Bruger Twitter til at følge udviklingen indenfor bestemte emner, men også til generelle nyheder.

Pia er 50 år, socialrådgiver og arbejder i en fagforening. Er interesseret i politik og har været lokalpolitisk aktiv. Holder en lokal avis og ser gerne et par tv-aviser om dagen. Meget interesseret i det lokale og professionelt interesseret i arbejdsmarkedspolitik. Får mange nyheder gennem nyhedsmails og Facebook.

Tim er 35 år, uddannet journalist og har egen kommunikationsvirksomhed. Interesserer sig for nyheder indenfor alt fra ind/udland over sport til tabloid-sladder og bruger et bredt udvalg af danske dagblades hjemmesider til at holde sig orienteret. Holder ikke avis, men ser mindst en tv-avis på en typisk dag.

Indhold – Hvad er godt nyhedsindhold og -overblik på iPad'en?

Hvad er den optimale brug af journalistiske indholdselementer?

En artikel kan på en iPad både bestå af klassiske avis-elementer, levende billeder, lyd, og interaktive elementer, men hvordan sammensættes de til en god oplevelse, hvor de forskellige elementer opleves som relevante?

Video

Dan mener, at de videoer, der i øjeblikket tilbydes på dagbladenes websider, ikke har nogen værdi, selv hvis de handler om noget, der interesserer ham: "Det giver ikke noget. Så vil jeg hellere vente og se det om aftenen i nyhederne"(Dan1,931) "DR og TV2 er noget andet, de har jo noget andet kvalitetsmæssigt og nyhedsprioriteringsmæssigt, synes jeg. Det er det der med aviser, der laver videoer og sådan noget, det kan jeg ikke helt se. Fordi hvorfor skal der en video med til alle små nyheder?"(Dan1,949)

Pia bruger heller ikke video ret meget når hun surfer nyheder, men mener at "det kan da være meget fint, der er da nogle pointer, der bliver synlige i et lille videoklip."(Pia2, 816) Jan er enig og giver som eksempel, at Lars von Triers udtalelser om Hitler på Cannes virker helt forskellige alt efter om man læser dem eller ser dem på video, og derfor giver video her ekstra værdi. (Jan2,807)

Jan ser således positivt på videoer når de altså bidrager med noget, dog primært når videoen i sig selv har nyhedsværdi og ikke bare er baggrundsstof. Fx giver det god mening med live-dækning af krigshandlinger eller sportsbegivenheder. Han nævner streaming af en sportskamp som et eksempel på noget, man evt. skulle kunne købe sig til som en ekstraservice i en nyhedstjeneste. (Jan1,380)

Mht. videoerne i Berlingskes app, så havde Dan og Tim forventet noget tekst, der fortæller lidt om den enkelte video ud over bare overskriften (Dan2,874 & Tim2,1069)

Layout

Jan mener at Berlingskes skulle have gjort mere ud af at integrere videoerne i app'en i stedet for at de ligger i en sektion for sig selv. Ud over det er han godt tilfreds med artiklernes opbygning, med overskrift efterfulgt af billeder, underrubrik og brødtekst. (Jan2,883)

Dan derimod synes det er træls, at billedet kommer over underrubrikken, så han, når iPad'en vender på den brede led, skal scrolle ned for at komme til den tekst, der i mange tilfælde afgør, om han vil læse artiklen. (Dan2,929)

Tim er lodret uenig: "Det er jo dejligt, det med at man kommer ind på et stort billede, det synes jeg fungerer meget fint. Det er jo ikke besværligt at køre ned. [...] Og så er det jo fedt det her med at det bare er tekst, når man kommer længere ned. Det er meget roligt for øjnene." (Tim2,776) Tim synes også, det er rigtig fedt, at man på nogle artikler kan swipe mellem flere forskellige billeder indenfor billedrammen i toppen af artiklen (Tim2,981).

Tim er enig med Jan i, at der skal gøres mere for at integrere de forskellige elementer, og mener også det gælder for links til andre artikler: "det der med, at man skal op og trykke 'Relaterede', det synes jeg, der skal man gøre mere for at integrere de relaterede i artiklen eller måske lige under" (Tim2,901). Tim opdager efterfølgende, at der nogle steder i artikel-teksten (på artikler fra Berlingskes website) er tekstbidder, som tydeligvis skulle have været et link, men som bare ikke kan klikkes på, og hvor der ikke er yderligere forklaring på, hvordan man finder det, der skulle have været linket til. "Det synes jeg faktisk er vildt dårligt. Det svarer lidt til dengang hvor aviserne lige var begyndt at komme på nettet og så tog de deres indhold og skovlede det over på nettet. Så er det jeg tænker, jamen så har man ikke rigtig forstået iPad'en ordentligt." (Tim2,922)

Dan er til gengæld glad for at der ikke er irriterende blå streger overalt i teksten i form af links, men kunne godt tænke sig, at relaterede artikler blev vist hele tiden på en eller anden måde, evt. ude i siden, hvor der, når iPad'en holdes på den brede led, alligevel er en del tom plads (Dan2,1099). Han synes det er for

dårligt, at artiklens skribents mailadresse står med blå som om det er et link, men ikke kan klikkes på. (Dan2,1120)

Tekst i ren form

Jan nævner en funktion i Politikens PDF-avis, hvor man, udover at kunne læse avisen som den ser ud på tryk, kan klikke på den enkelte artikel og få teksten fra den vist i ren form uden andre elementer. Den funktion synes han er "super cool". (Jan1,75)

Tim fortæller, at han af og til bruger iPad-browseren "Safari"s indbyggede "Læser"-funktion, som sorterer alt andet end tekst og billeder fra på et website. "Det er ikke altid jeg husker at bruge den, men jeg synes faktisk det er en rar måde at læse på. Fordi alt andet ligesom er skrællet væk, det er meget afslappende." (Tim2,718)

Berlingske app'ens artiklers layout med artiklens tekst, billeder og intet andet minder om en webside, der er blevet skrællet via en sådan "Læser"-funktion, dog med den forskel at "Læser"-funktionen bevarer formatering af teksten, og denne er tilsyneladende helt forsvundet i Berlingskes app, hvis man ser bort fra rubrik og underrubrik. Tim savner denne formatering. (Tim2,1023)

Pia efterlyser også noget mere spræl i teksten og mener, at de artikler, der ikke har billeder på, kommer til at virke kedelige: "der må godt være lidt ekstra, der gør det lidt lettere at læse. Det behøver ikke at være en afhandling, man skal læse, der må godt være nogle appetitvækkere på." (Pia2,800)

Integrerede ekstrafunktioner

Jan mener, at den ideelle nyhedsapp til iPad giver ham ekstra værdi gennem nogle funktioner, som udnytter forskellige former for teknologi direkte i app'en. Han foreslår en indbygget ordbog, sådan at man i en nyhedsartikel kunne klikke på fx ordet BNP for at få at vide, hvad det betyder, og at alle kort skulle være frit zoombare: "fx et landkort i en avis-app, der forventer man lige at kunne zoome ind, og zoome lidt ud og se hvor det var henne, for det er meget godt lige at vise

Usbekistan på et kort, men hvor ligger det lige henne [...] Sådan nogle små ting, det er det en computer kan, og det synes jeg, de skulle tage at bruge til noget. Det er sådan noget, jeg gerne ville have, tror jeg.” (Jan2,649)

Også i første interview havde Jan idéer til berigelse af de enkelte artikler. Han nævnte app'en Our Choice, som er en interaktiv klima-lærebog af Al Gore, og hvordan aviserne kunne lade sig inspirere af den til at lave mere interaktivitet i de journalistiske elementer i deres iPad-satsninger. Eksempelvis diagrammer, man selv kan manipulere: ”i disse tider, hvor der er valgkamp og man skændes om alt muligt, så kunne det da være rigtig dejligt, hvis avisen tilbød mig et diagram. At det er udregnet sådan her for boligejerne eller med efterlønnen eller whatever, hvor man så selv kunne sidde og taste tal ind. Så jeg selv kunne regne efter: passer det, og hvad nu hvis man gjorde sådan her, hvad ville der så ske? Altså det der med at lege finansminister, det tror jeg ville være rigtig sjovt for sådan nogle som mig.” (Jan1,79)

Hvad mener brugerne om automatisk prioriteret indhold?

Berlingske til iPad tilbyder gennem tags på de enkelte artikler – ligesom en række andre applikationer og web-tjenester – at sortere i mængden af nyheder for brugeren og vise det, der bedst matcher, hvad man gennem ens tidligere læste artikler har antydnet, at man finder interessant. Hvad tænker brugerne om værdien af denne form for maskinel prioritering af, hvad de skal have vist?

Dan vil kun have skræddersyet indhold, hvis han samtidig får lige så let adgang til at se en journalistisk prioriteret oversigt over nyheder: ”Hvis de sendte mig mere i en rubrik, der hed 'din interesse kunne være her' og herovre var alle vores nyheder – så ville det være okay. Men hvis de tog det ud og sagde 'Her er Jyllandsposten – altså den del, du er interesseret i', så ville jeg... Det ville jeg ikke bryde mig om.” (Dan2,500)

Pia er ligeledes bekymret for konsekvenserne af, at de nyheder, hun får, bliver alt for tilpassede efter hendes interesser: ”Altså jeg er jo af den der skole, der synes

det egentlig er meget godt at man sætter sig ned og ser TV-Avisen i en halv time, og så får man det hele med. Også det man måske ikke lige har højinteresse i, så man bliver all-round orienteret.” (Pia1,802)

Tim er umiddelbart positiv overfor denne nye form for udvælgelse, men mener ikke, det kan stå alene: ”jeg tror stadigvæk, jeg ville tjekke de gamle [journalistisk prioriterede medier], fordi det er også tit, det handler om at lade sig overraske eller lade sig forføre af et eller andet, man ikke normalt ville have læst.” (Tim2,444)

Jan mener, at Twitter udgør en god filtreringsmekanisme, når han ellers har sat det op til at følge de rigtige personer og emner: ”jeg synes, den filtermekanisme, jeg foreløbigt har haft bedst held med, det har faktisk været TweetDeck og Twitter, til at få en strøm ned, som er uendelig stor, men som på grund af, at jeg har nogle bestemte journalister i denne kolonne og nogle bestemte ting om mit arbejde i den her [...] - jamen jeg får meget mere effektivitet ud af at følge de strømme”. (Jan1,431)

Berlingske til iPad har netop den mulighed for både personaliserede og journalistisk prioriteret nyhedsoverblik, som flere af deltagerne efterlyser, og der bliver også taget pænt imod muligheden hele vejen rundt. Både Pia og Jan synes det er smart (Pia2,669 & Jan2,877), mens modtagelsen er en anelse mere forbeholden men stadig positiv hos Dan, der frygter at Nordeas sponsorat af app'en kan have indflydelse på prioriteringen (Dan2,789), og Tim, der synes at de tags, der personaliseres ud fra, er dårligt valgt (Tim2,1036).

Hvad kendetegner et godt overblik over og udvalg af nyheder?

Berlingske tilbyder altså muligheden for at skifte mellem flere forskellige former for nyhedsoverblik: Foruden det personaliserede bl.a. ”Seneste nyt”, ”Mest læste”, ”Dagens avis” m.fl., og derudover kan der vælges imellem forskellige sektioner. Uanset hvad vises artikeloversigten dog i den samme opsætning. Udgør denne opsætning et overskueligt overblik, indeholder den de rigtige

artikler og hvad er interviewdeltagernes generelle forventninger til et iPad-nyhedsoverblik?

Udvalg af stoftyper

Interviewdeltagerne har forskellige forhold til, hvad de opfatter som en relevant del af et nyhedsudvalg. Tim synes, det er sjovt at finde inspiration til, hvad han skal læse i de forskellige mediers "Mest læste"-lister (Tim2,340). Dan derimod siger at det rager ham en høstblomst, hvad andre har læst mest. Han vil hellere have den slags elementer væk for at skabe større overskuelighed (Dan2,530). Dan mener at nyhedsapplikationers styrke i forhold nyhedswebsites er, at man her typisk sorterer alt det overflødige fra og kun får præcis det, man skal bruge (Dan1,550). Han kan fx godt lide den måde Twitter sætter det hele op i én lang kolonne med mulighed for at skifte indholdet af kolonnen gennem bl.a. forskellige tags (Dan1,538).

Dan bruger imidlertid stadig nyhedswebsites frem for nyhedsapps, fordi han her får det brede udvalg af forskelligartede artikler, han gerne vil have (Dan2,522). Det handler for Dan meget om, at få et hurtigt overblik, ikke så meget om at fordybe sig i den enkelte artikel (Dan1,980). Jan lægger mere vægt på substansen i den enkelte artikel og på, at der gælder de samme kvalitetskriterier som for papiravisen. Han vil ikke have, at han føler, at han bliver snydt for noget ved at læse nyheder på iPad'en frem for på papir. (Jan2,639)

Jan benytter som nævnt Twitter som en supplerende nyhedskilde sammen med Politikens app til live-opdaterede nyheder og er således med på den pointe, der går igen hos alle de andre deltagere om, at en god nyhedstjeneste på iPad'en også kan være en, der primært bare understøtter behovet for lige hurtigt at tjekke, om der er noget spændende nyt (denne brug uddybes i Kontekst-kategorien). Tim forklarer hvordan iPad'en som platform lægger op til denne anderledes brug af nyheder, hvilket samtidig resulterer i, at han læser andre nyheder end normalt:

"jeg kan også finde på at klikke på noget omkring kendte, hvor jeg tænker, det ville jeg ikke læse i andre sammenhænge. Ikke fordi at jeg har sådan et snob-

forhold til det, eller ikke vil læse det, men det er tit bare meget tilgængeligt der, og så tror jeg også jeg bliver fristet til at trykke på det. Det er nemt, og tingene er nemme at gå til og fra. Og der tror jeg også, jeg kommer til at gå til nogle ting, som jeg ikke vil gå til normalt. Hvis jeg stod nede i DSB kiosken og skulle vælge et blad, så ville jeg nok ikke vælge et sladderblad, men jeg kan sagtens finde på at læse sladdernyheder på iPad'en." (Tim2,197)

De stofområder, der læses på iPad'en, kan altså være nogle andre end dem, der normalt ville foretrækkes på andre platforme. Dette kan naturligvis også have indflydelse på, hvordan det er hensigtsmæssigt at kategorisere stofområderne. Tim er ikke fan af, at sektionerne i Berlingske til iPad er identiske med dem i avisen. Han synes ikke sektionen "Viden" giver mening og mener at den i det mindste kunne have nogle underkategorier ligesom kultursektionen eller være emneopdelt på anden vis (Tim2,940). Jan har det på samme måde med sektionen "Globalt", hvor han synes, det virker som om, at alverdens forskelligartede ting, der ikke lige er inden for Danmarks grænser, bliver puttet ind under. (Jan2,951).

Prioritering

Jan undrer sig især over, at den historie, han opfatter som topnyheden under "Globalt", er en historie om en eller anden, der har spist 4.000 skuresvampe. Han synes det er udtryk for en noget besynderlig prioritering (Jan2,963). Han var ellers umiddelbart positiv, da han først så nyhedsoverblikket og mente at det havde en god opbygning og så overskueligt ud: "Det gjorde det første gang, men jeg synes faktisk det er noget rod. Det er lidt underligt ufokuseret synes jeg." (Jan2,979) Han uddyber senere sin holdning til den tilsyneladende manglende journalistiske prioritering og det ensformige udseende for alle artikler:

"Nogen må have besluttet det – enten at det ikke skal prioriteres og være tilfældigt, men det er jo en beslutning uanset hvad. Som jeg ikke er enig i. Faktisk føler jeg slet ikke, jeg er i et avisunivers. [...] Det kunne lige så godt have været deres YouTube portal, og så kunne man tænde en video for hvert billede. Ligesom man faktisk kan nede i deres videogalleri." (Jan2,1096)

Jan er langt fra ene om at finde det uhensigtsmæssigt, at oversigtsopbygningen har nogle prædefinerede størrelser af kasser, som kommer i en bestemt rækkefølge, hvori de enkelte artiklers overskrifter og billeder så skal indpasses. Pia siger fx, at "der må godt være billeder med, det er sådan set fint nok men hvorfor står det ene i stort, hvorfor er det forskellige formater, det forvirrer mig. Med forskellige størrelser kasser. Det er lidt rodet at se på. Så er der nogle helt uden billede, er det så fordi det er dem, jeg skal have øje på eller hvordan?" (Pia2,603)

Eftersom kasserne har en bestemt størrelse er det ikke altid, at overskriften kan være i dem. Det synes Jan er noget rod (Jan2,982) og Tim mener, det er med til at få prioriteringen af de forskellige historier til at virke tilfældig:

"og så er der en overskrift her, der er skåret af... Og hvorfor er der billeder til nogle ting og ikke til de andre? Jeg er ikke helt sikker på, jeg forstår hvorfor... Men jeg tror, jeg er lidt i tvivl om prioriteringen virker tilfældig. Og det er derfor jeg mener, at der kunne de lige så godt have lavet en liste. Det ville gøre det nemmere for mig, også at overskue, hvad der er af nyheder. Jeg synes det er lidt svært at overskue, fordi de tænker, at de gerne vil bruge billeder, så bruger de det næsten for meget." (Tim2,805)

Dan bemærker, at hvis iPad'en vendes på den brede led, virker nyhederne ude i højre side som nogle fyld-artikler, som han normalt bare ville skøjte hen over. På den høje led virker de samme artikler, som så er kommet nederst, mere vigtige. (Dan2,1022). Pia pointerer også, at nyhedsoverblikket virker mere overskueligt på højkant, men sådan vender hun bare næsten aldrig sin iPad (Pia2,613).

Dan mener ligesom flere andre, at de mange billeder ikke hjælper ham til at prioritere og udvælge, hvilke nyheder han vil læse. Han ville i stedet for billederne hellere have nogle underrubrikker med til alle historierne. (Dan2,987). På nyhedswebsites læser han normalt underrubrikkerne inden han klikker sig ind på en artikel, og i Berlingskes app er der kun underrubrik til den ene nyhed, der præsenteres i den største kasse. (Dan2,976) App'ens opbygning

med de mange billeder har dog visse æstetiske fordele: "Den er enkel og elegant at se på." (Dan2,1128)

Layout

Alle deltagerne lader til at forstå layoutet fra den traditionelle papiravis som en mere optimal måde at få et prioriteret overblik end layoutet i Berlinskes app. Der er dog tiltro til, at iPad'en potentielt kan levere et lige så godt overblik som avisen. Jan synes at en pdf-udgave af en papiravis giver et fint overblik trods den lille skærmstørrelse, så længe man kan zoome frit og få teksten vist på en mere læsevenlig måde, hvis man vil (Jan2,88). Pia synes iPad'ens skærm er for lille til at give overblikket på samme måde som avisen, men mener at man med lidt tilvænning sagtens kan leve med at skulle bevæge sig lidt op og ned i skærbilledet for at få hele overblikket (Pia1,853).

Avisen har dog ifølge Tim nogle fordele, som ikke sådan lige kan efterlignes på iPad'en: "Man får en form for grafisk overblik, når man sidder med en stor avis, og jeg synes jeg lettere kan springe til og fra. Hvis øjnene lige kommer til at vandre, så kan jeg lettere vende tilbage til der, hvor jeg kom til i en længere artikel. Der er et eller andet udefinerbart ved at sidde med noget fysisk. Ligesom hvis man sidder med et blad – man kan røre ved det, man læser ved." (Tim1,169)

Jan (Jan1,509) og Tim nævner Flipboard som et eksempel på en app, der præsenterer indholdet på en fokuseret måde, der passer godt til iPad'en som platform. Tim siger: "Der er der tænkt over mediet – det er mere enkelt, det er ikke så meget en computer-browsing-oplevelse som det er en iPad-oplevelse. Så gerne lidt mere enkelt at gå til. Ikke så mange artikler på en side. Jeg synes Jyllandspostens webside, det er for meget. Men igen, det er et luksusproblem. Men jeg håber at det er dét her, man arbejder hen imod." (Tim1,712)

Tim ser ved første interview Jyllandspostens webside som et eksempel på, at nyhedsleverandørerne ikke forstår iPad'en som en platform, der kræver sin egen form for overblik i web-sammenhæng. Hvordan vil han så gerne have tingene præsenteret? "Jamen egentlig gerne så enkelt som muligt. Hvis jeg går ind på

Jyllandsposten her på iPad'en... altså det er jo bare deres hjemmeside. Til iPhone, der fandt man ud af, at det var ikke sikkert at hjemmesiderne altid duede til iPhonen, så gik man ind og lavede nogle iPhone-sider eller deciderede apps – hvor på nogle måder, der er iPad'en sådan lidt strandet, fordi den bare har overtaget den måde en alm. webside er sat op på. Jeg kunne egentlig godt tænke mig, at det var mere enkelt sat op, at jeg ikke skulle sidde og kigge så meget rundt, at der måske var udvalgt lidt mere for mig, på samme måde som Flipboard.” (Tim1,704)

Pia mener ikke, Flipboards måde at dele indholdet op i mindre bider giver det optimale overblik over nyhederne: ”jeg synes faktisk det er lettere på hjemmesiden, der har jeg det hele på én gang. I modsætning til den anden, hvor jeg skal sidde og køre lidt frem og tilbage” (Pia2,79)

Ved andet interview er Tims fascination af Flipboard aftaget væsentligt og han er stoppet med at bruge den til at læse nyheder og sociale medier af samme grund som Pia nævnte: ”jeg tor, det handler noget om overskuelighed, jeg kan nemmere overskue hvad der sker, mens på Flipboard har jeg et begrænset antal historier på en side, og kan ikke så godt skimme, på den måde hvad der er sket. Så selvom jeg synes idéen er sjov og god og måske også rigtig for nogen, så synes jeg ikke den passer til den måde, jeg bruger iPad'en på.” (Tim2,385)

Det med, at der er et begrænset antal historier på hver side, finder Tim også uhensigtsmæssigt i Berlingskes app, hvor hver nyhedsoversigt typisk består af tre ”kort” (jf. teoriafsnittet), som man swiper op og ned imellem. Han argumenterer i andet interview således for, at Berlingskes app burde have nogle elementer, der minder mindre om Flipboard og mere om dem, man finder på en normal nyhedsweb tilpasset pc'en:

”Jamen jeg tænker egentlig, at de [i Berlingskes app] måske kunne have det, de har her med det store billede, to under her, og så bare en liste herude [til højre for]. Jeg tænker – groft sagt, der er ikke nogen grund til at det her fylder tre sider. Og at de faktisk har gjort det lidt sværere for mig at overskue hvad der er af

nyheder. At billederne kommer bare til at virke forstyrrende. Det er jo i virkeligheden overskrifterne jeg orienterer mig efter. Jeg orienterer mig ikke ret meget efter billeder. Billeder skal mere være med til at give lidt ekstra til artiklen, det er ikke rigtig noget, jeg orienterer mig efter.” (Tim2,818)

Interface – Hvilke interaktionsmæssige fordele har iPad'en?

Hvor intuitiv er interaktionen generelt og i diverse nyheds-apps?

Hvor Flipboard-app'en i længden altså ikke levede op til Tims krav til overblik over indholdet, kan man ikke tage fra den, at dens efterligning af måden, man bladrer i et magasin, er ganske intuitiv. Om noget er intuitivt handler dog om mere end blot, at det kan bruges på samme måde som en anden medieplatform. Men hvad er det, der er afgørende for, om en bestemt app og iPad'en i det hele taget opleves som intuitiv?

At komme i gang med iPad'en

Dan argumenterer for, at iPad'en er brugervenlig for alle aldre: "Jeg kan give den til min mor, og så kan hun sidde og se billeder. Hvis jeg giver hende computeren, så går der ikke mere end tre billeder før hun er kommet til at trykke på et eller andet forkert. På iPad'en, der trykker hun bare og swiper og alt det der."

(Dan1,651)

Jan har som en af begrundelserne for at vælge iPad frem for en Android-tablet, at han så slipper for at skulle hjælpe konen med, hvordan man gør ting på den: "Det har simpelthen været så let, det er ikke sådan at man skal sidde og hjælpe hele tiden [...], det skal man jo tit med mange ting." (Jan2,169)

Pia føler med halvanden måneds iOS-erfaring, at hun stadig har en del, hun skal have lært om iPad'en, men hun har en fornemmelse af, at hun bliver glad for den (Pia1,16) og er bestemt ikke præget af modløshed mht. at blive klogere på den:

"Jeg skal bare have det lært. Så har jeg heldigvis en svigersøn, der er god til sådan nogle ting, [...] Ellers så ved jeg faktisk ikke, om jeg havde kastet mig ud i det. Jo det havde jeg måske, men så havde det i hvert fald været noget mere bøvlet for mig." (Pia1,47)

Intuitive gestures

iPad'en har en række gestures, som ikke nødvendigvis kan sammenlignes direkte med bevægelser, man ville foretage sig udenfor iPad'ens verden, men som interviewdeltagerne alligevel opfatter som intuitive standarder.

Adspurgte hvilke gestures han allerede kender fra iPhonen svarer Tim at "Man bruger typisk den der swipe/bladrefunktion. Og så bruger man pinch til zoom. Den der bevægelse med pegefinger og tommelfinger til at zoome ud og ind. Det er ikke så tit hvis jeg skal læse noget, men mere hvis jeg skal kopiere noget, så er det nemmere at gå helt ind, eller hvis der er et lille link, så kan man også få brug for at zoome ind. Og så den der dobbeltklik, som zoomer ind til én spalte, det mener jeg også jeg bruger derpå, eller er det kun på iPhone... [prøver at dobbeltklikke] Jo den bruger jeg også her." (Tim1,594) Bemærk, at bevægelsen ligger så naturligt for ham, at han er i tvivl om, hvorvidt han bruger den.

Berlingskes app har en fast defineret bredde på artiklernes tekst, som er den samme uanset om iPad'en vender på den brede eller den høje led. Eftersom teksten er tilpasset til at kunne være på den høje led, virker den smal i forhold til skærmbredden når iPad'en vendes om. Der opstår altså et hvidt felt i højre side, og flere af deltagerne forsøger tilsyneladende nærmest instinktivt at dobbeltklikke på teksten for på den måde at få den til at fylde hele skærmens bredde, ligesom Tim beskrev. Det har imidlertid ingen effekt hverken at dobbeltklikke eller at pinch-zoome. Tekststørrelsen forbliver uændret. Den kan kun ændres ved at bruge tekststørrelse-knappen i artiklens venstre side.

Dan accepterer dette uden videre (Dan2,944), mens Pia har en klar forventning om at kunne pinch-zoome og siger, at hun er træt af, at hun skal trykke ude i siden for at ændre skriftstørrelse. "Det skal bare fungere." (Pia2,637). Det handler ikke så meget om, at teksten ikke er stor nok (Pia2,639), men mere om, at det ligger naturligt for Pia at zoome ind og ud med pinch-bevægelsen hele tiden (Pia2,787). "Så det skal de have lavet om på. Jeg ville gøre sådan der hele tiden, det ville være et irritationsmoment, at jeg ikke kan dét der." (Pia2,794)

Jan havde regnet med at man kunne klikke på billederne i artiklerne i Berlingskes app for at få dem vist større, men må konstatere, at det kan man ikke (Jan2,1092). Han bemærker ligesom Dan (Dan2,927), at "I det mindste har de husket prikkerne under billedet når der er flere billeder." (Jan2,1109), altså den type prikker, der også vises i bunden af iPad'ens hjemmeskærm for at indikere, at der er flere skærbilleder, man kan swipe imellem.

En anden og knapt så udbredt konvention på iPad'en er, at man kan trække ned i skærbilledet (lave en swipe-bevægelse fra toppen af indholdet) for at opdatere indholdet. Jan er vant til dette fra bl.a. Twitter og forsøger at trække ned for at opdatere nyhedsoversigten, men må konstatere, at man i Berlingskes app skal trykke på en knap for at opdatere. (Jan2,1138)

Hvilke former for navigation og interaktion skaber ekstra værdi?

En ting er de interaktionsmuligheder, der forventes at virke. Noget andet er, hvad interviewdeltagerne kommer op med af idéer, når jeg beder dem slippe fantasien løs mht. hvordan man kunne skabe en interaktionsmæssigt værdifuld nyhedsoplevelse.

Twitter-app'en som inspiration

Adspurgte hvordan de tænker, at den ideelle nyhedsapp fungerer, tager både Dan og Jan udgangspunkt i Twitter-app'ens opbygning (se den demonstreret i bilag 1, ellers bliver det følgende meget abstrakt), hvor en lang strøm af tweets på max 140 tegn giver nogle muligheder, når man trykker på de enkelte tweets. Der kan være flere forskellige af disse strømme, hvor man så kan have valgt at følge forskellige personer eller emner i disse. Man trykker på det enkelte tweet i strømmen og får det derved vist lidt større og alt efter dets indhold får man derudover mulighed for at trykke videre via eventuelle såkaldte "hashtags" for at finde andre tweets om samme emne, mulighed for at følge en samtale hvis bestemte brugere er "mentioned" i tweetet, eller mulighed for at se et eventuelt link i tweetet åbne med det samme i en indbygget browser. Synes man godt om

et tweet har man mulighed for at markere det til senere læsning, retweete eller på anden vis videresende det, og man kan selvfølgelig også svare på et tweet.

Jan beskriver det som, at ”så kan man tage den enkelte tweet, lige folde den ud, så får man alle informationer om afsenderen, hvem de følger og hvem der følger dem og alt muligt andet – kæmpe visitkort faktisk – og når man slipper, så klapper den bare ned i streamen igen. Det er en utrolig intuitiv måde at bladre smånyheder igennem på.” (Jan2,432)

Skulle Twitter-modellen omsættes til noget, hvor der udelukkende er en (eller flere) nyhedsleverandører, der leverer det, der svarer til tweetene, ville det muligvis ikke være alle de nævnte muligheder, der kom i brug, men Jan og Dan mener, at man rent interaktionsmæssigt kunne lade sig inspirere af denne strøm, der når man klikker i den hele tiden åbner op for nye muligheder, der bogstaveligt talt kommer flyvende ind fra højre.

Hvor nogle ser Twitter-strømmen som en uendelig, uoverskuelig liste, som ikke er til at finde hoved og hale i, ser Dan den tværtimod som fordelagtig i forhold til at luge ud i informationer: ”Jamen det er at man ikke får alt det overflødige lort med. Hvis Jyllandspostens webside var en app, jamen så ville jeg jo egentlig gerne bare have dét der feed der [midterkolonnen]” (Dan1,545).

Swipe i to dimensioner og indlejrede ekstrafunktioner

Tim roser et foto-magasin ved navn ”Spot” (Tim1,195), der på samme måde som Nordjyskes Inside (også demonstreret i bilag 1) lader brugeren swipe i to dimensioner: Skift mellem artikler når man swiper sidelæns og skift af side indenfor artiklen når man swiper op og ned. Derudover har fotomagasinet indbyggede videoer på nogle af siderne, ligesom Inside har forskellige interaktive muligheder. Tim siger, at den slags muligheder kunne give ham ekstra lyst til at læse et magasin, sammenlignet med hvis det blot var en ikke-iPad-tilpasset PDF-version af et magasin (Tim1,217), og ekstra incitament til at bruge penge på magasinet (Tim1,234)

Berlingskes app giver også mulighed for at skifte mellem artikler ved at swipe sidelæns, mens vertikal swipe bruges til at scrolle i den enkelte artikel. Det minder om det, Tim godt kan lide i Spot-app'en, men det tager ham lige et øjeblik at gennemskue, hvad det er, der sker, når han swiper sidelæns:

"Nu kan jeg så se, at der så Tech deroppe, så den swiper imellem Tech-artiklerne, men jeg havde egentlig troet at jeg ville komme tilbage hertil, når jeg swippede tilbage... Altså tilbage til forsiden." (Tim2,869)

Dan har samme forventning om at kunne komme tilbage ved at swipe sidelæns og forstår ikke umiddelbart sammenhængen mellem de artikler, som swipe i stedet resulterer i, at han skifter imellem: "Hvis den skulle kunne noget ved at gøre sådan, så skulle det være at komme tilbage til forsiden, fordi nu er jeg gået fra Lego og detailhandel og ind i fodbold. Det synes jeg er mærkeligt, faktisk. Så jeg skal op og trykke på pilen heroppe for at komme tilbage. Det vænner jeg mig til i løbet af ingen tid, men jeg synes da det var mærkeligt at jeg røg ind i dét der." (Dan2,852)

Pointen er, at den ret basale swipe-bevægelser (der er trods alt blot tale om at han trækker en finger hen ad skærmen) kan have fuldstændig forskellige konsekvenser for, hvad der sker på skærmen, og det er umuligt at opfylde alles forventninger på én gang. En måde at komme uden om swipe-gesturens tvetydighed kunne være at lave en særlig gesture, som kun havde en funktion i netop den app. Det mener Dan imidlertid ikke er vejen frem:

"Men det med at jeg skal... Så skal jeg trykke hernede eller jeg skal lave en bue op [gesture] for at få en menu frem eller et eller andet smart, som en eller anden har fundet ud af at man kan lave smart - det gider jeg ikke. Det gjorde jeg for to år siden, men det gider jeg ikke mere. Alle de der smarte features. Fordi den feature som jeg så kan i det her program - hvis vi nu siger, det er at lave en bue ned fra det ene hjørne og på sådan her, og så kom der lige sådan en menuvifte op - jamen den har jeg ikke i nogen af de andre apps. Så skal jeg huske hvad jeg skal kunne ovre i den anden op også." (Dan2,550)

Hvad betyder iPad'ens affordances for nyhedsoplevelsen?

Sammenlignet med andre medieplatforme har iPad'en nogle fordele alene i kraft af sine beskedne dimensioner: "At den er let at tage med og så at den ikke fylder ret meget [...] Det er ikke rart at sidde og læse noget på en computer, for du kan ikke så let flytte en computer, men iPad'en kan man let flytte, og man kan flytte siddestilling nemt. Den har det enkelte fysiske medies mobilitet men meget mere indhold." (Tim1,461)

Flere måder at holde og placere den på

iPad'en "afforder" med dens lave vægt og forholdsvis beskedne størrelse, at man kan sidde med den i hånden, hvilket Tim typisk gør det meste af tiden, når han bruger den (Tim1,543). Dan lægger typisk iPad'en på et bord eller i skødet når han fx skal se et videoklip på et par minutter, men har den ellers også typisk i hånden når han sidder og surfer (Dan1,713). Han eksperimenter også med at sidde og ligge med den i forskellige stillinger, og har i den forbindelse konstateret, at iPad'ens vægt og størrelse alligevel er for voldsom i nogle situationer: "Den er lidt tung når man ligger på ryggen og holder den med én hånd, men ellers så synes jeg den passer rigtig godt." (Dan1,442)

Som den eneste bruger Tim ikke sit SmartCover til andet end at beskytte skærmen (Tim1,543). De andre bruger det hvis de fx stiller iPad'en på et bord for at få en bedre hældning på skærmen. Jan havde ved første interview ikke et SmartCover og kunne ved andet interview konstatere, at iPad'en med SmartCoveret bliver meget bedre at bruge på skrivebordet (Jan2,256)

SmartCoverets magnethæftning på den brede led har betydning for, hvilken af de to mulige leder, Pia vender iPad'en på: "jeg har den jo typisk stående sådan her, hvor jeg folder omslaget og så står den lidt skrå, når den er derhjemme eller jeg sidder med den, eller hvis jeg sidder på en stol, og har et bord foran mig." (Pia1,720)

Tim og Dan er mere tilbøjelige til at vende iPad'en efter, hvordan de mener indholdet præsenteres bedst (Tim2,788 & Dan1,719), men Dans oplevelse er, at mange applikationer har flere muligheder på den brede led, hvilket sammen med SmartCoveret gør, at det typisk er den led, hans iPad vender på (Dan1,724).

Oplevet hastighed

Målt i rå regnekraft er de fleste laptops hurtigere end iPad'en, men iPad'en virker hurtigere med dens korte opstartstid og direkte interaktion. Dan siger: "Jamen det er jo en anden fornemmelse at trykke på det med fingeren, det går hurtigere tror jeg, med at trykke, end det gør med musen. Jeg kan hurtigere scrolle. Det er lidt hurtigere, og så er det en rarere fornemmelse. Altså at du trykker med fingeren på det, du vil have vist. Sådan mere psykologisk, så er det mere, det man vil..." (Dan1,733)

Pia er sikker på, at hun pga. disse ting til enhver tid vil foretrække iPad'en, hvis hun skal ind på en hjemmeside og både pc og iPad står klar til brug. (Pia1,296)

Hastigheden på iPad'en kan sættes yderligere i vejret, når der er tale om apps, der udnytter specifikke gestures. Det kan ligefrem gøre forskellen på, om Jan får læst en artikel eller ej: "swipe-funktionaliteten den er jo ubegribeligt god synes jeg, for det gør det meget nemmere og meget hurtigere. Også det med at komme tilbage - hvor man ellers nogle gange ville springe over, fordi det orker man ikke lige - det er enormt hurtigt, så det gør jeg mere på den end jeg gør på en PC" (Jan2,52)

De mange gestures og muligheder for at klikke på ting kan dog også give lidt startvanskeligheder, som Pia her beskriver: "Jeg synes det er hurtigere, og jeg synes det er lettere. Men jeg skal også vænne mig til at bruge det her touch, for det er meget følsomt. Wups, så er man lige væk fra den der side, man troede man var på. Men det er en tilvænning, og jeg synes allerede, jeg er meget mere sikker i det nu, end jeg var i starten." (Pia1,729)

Nu da hun er kommet godt i gang synes hun til gengæld, at det med at skulle sørge for at ramme det rigtige er et større problem på pc'en: "Jeg tror egentlig ikke, jeg tænker så meget over hvad jeg gør på iPad'en, som jeg gør på PC'en. Jeg skal ramme noget bestemt på PC'en, og det skal jeg også på iPad'en - det virker bare ikke sådan [...] Jamen det er hurtigere at sidde med alle 5 fingre end det er at sidde med hænderne på knapperne på tastaturet og på musen. Altså den har jo ikke nogen mus på den måde, det hele er jo integreret. Så derfor tror jeg det opleves og føles hurtigere på iPad'en" (Pia1,744)

Mindre afstandsskabende

Som jeg vender tilbage til sidst i næste analysekategori "afforder" iPad'en også en anden form for socialitet end computeren. Den er nem at give til en anden og man kan ikke forsvinde bagved den på samme måde. Jan siger om forskellen på en iPad og en laptop at "det virker afstandsskabende at der kommer en skærm op. Det gør det ikke, når den ligger på bordet. Det er to helt forskellige mentale mure, der kommer imellem os [...] Så også af den grund skal computeren ikke stå på et morgenbord." (Jan1,243) Som jeg vil beskrive i næste afsnit, har Jan derimod intet problem med at tage iPad'en med ved morgenbordet.

Kontekst – Hvor, hvornår og i hvilken sammenhæng bruges iPad'en?

Afsnittet her er ikke en udtømmende eller prioriteret liste over steder, tidspunkter og situationer, hvor iPad'en bliver brugt, men har til formål at give et praj om, hvilke kontekster en iPad kan blive brugt til nyhedskonsumering i. Perspektivet for afsnittet er iPad-brug generelt og ikke kun (men med fokus på) nyhedsbrug på iPad'en. Dette er for at fange de situationer, der potentielt kunne blive til nyhedskonsumeringssituationer, men ikke opfattes sådan af brugerne.

Hvor og hvornår bliver iPad'en brugt til nyhedskonsumering?

iPad'en er tit med fra starten af dagen for Pia og Jans vedkommende, idet de begge ofte sidder med den og tjekker nyheder over havregrøden (Jan1,51 & Pia1,521). Det er der ikke tid til hos småbørnsfædrene Dan og Tim, men Dan fortæller, at det nærmest er fast rutine lige hurtigt at tjekke nyhederne på iPad'en som det første han gør når han møder på arbejde. (Dan2,222)

Dan og Pia bruger iPad'en løbende i løbet af arbejdsdagen som en slags supplerende computer (eller second screen), hvor de lige kan slå noget op, tjekke mail eller nyheder etc. uden at fjerne fokus fra arbejdet på arbejdscomputeren (Dan1,313 & Pia2,171). Jan havde ved første interview også iPad'en med på arbejde, hvor han ligeledes brugte den "sådan on and off" (Jan1,257), men ved andet interview er hans kone blevet så glad for iPad'en, at den må blive hjemme for at hun kan bruge den når hun får fri fra arbejde (en del tidligere end ham) (Jan2,142). Jan overtager den så typisk når han kommer hjem, hvor han gerne sidder og hygger sig lidt med nogle nyheder og et spil Wordfeud (Jan2,182).

Jan bruger i sommermånederne iPad'en meget udenfor og i pavillonen i haven (Jan1,257), Dan bruger iPad'en en halv time hver aften når han skal putte børn (Dan1,324), Tim bruger ofte iPad'en på terrassen når han er ude at ryge (Tim1,499) og Pia har iPad'en med i dametasken nærmest uanset hvor hun er henne (Pia1,110): "Det er ikke noget med, at jeg skal huske at have den med, det er 'nu skal du lige lade være med at tage den med'" (Pia1,114). Derhjemme har

Pia iPad'en inden for rækkevidde det meste af tiden og den kommer også ofte med i seng, især hvis hun ikke har tjekket nyheder i løbet af dagen (Pia2,332).

Dan hiver iPad'en frem mange gange om dagen for lige at tjekke nyhedsoverskrifter (Dan2,226). Nogle gange tager han sig selv i at tjekke eb.dk selvom han lige var derinde 10 minutter tidligere, mens der andre gange går fem timer imellem at han tjekker nyheder (Dan2,213).

Tim og Dan har også ofte iPad'en med sig udenfor hjemmet og bruger den ofte, hvis de skal med offentlig transport, hvor den så står for underholdningen på turen (Dan1,180 & Tim1,306). Jan har ikke fået købt sig et sim-kort til sin iPad, men har planer om at gøre det og tror, det vil få ham til at bruge den i flere kontekster (Jan2,544).

Det gælder for alle interviewdeltagere, at den klart største andel af deres iPad-brug foregår om aftenen og ofte i sofaen, og for alle andre end Jans vedkommende ofte med fjernsynet kørende samtidigt (mere herom under næste dimension). Dan bruger ofte iPad'en når han ser tv-nyheder til at finde mere information om en nyhed, der fangede hans interesse (Dan1,157), og som femminutters underholdning når der er reklamer (Dan1,313).

Pias iPad-brug om aftenen er også ofte "i de situationer, hvor jeg har været ude at løbe og der er ryddet op i køkkenet, og det er bare de der en time til halvanden, hvor man sidder og daser inden man skal i seng." (Pia1,618)

Tim fortæller, at "der hvor jeg efterhånden mest bruger den, det er nok derhjemme i den der sofasituation, hvor man sidder og laver parallel underholdning, hvor kæresten måske sidder og ser fjernsyn eller et eller andet, jeg ikke gider at se, eller hun sidder med sin computer, så kan jeg sidde i sofaen. Så på den måde er iPad'en lidt mere halvt-social fordi ellers ville jeg sidde ved den stationære og læse nyheder eller surfe eller et eller andet." (Tim1,306)

Selvom en laptop-computer også ville være mulig at bruge i sofasituationen, så er det langt mere attraktivt at sidde med en iPad:

"Fx i sofaen, der er det sjældent, jeg ville bruge en bærbar computer, jeg synes det er lidt for træls eller klodset at sidde med, og så er man tvunget til at sidde i en bestemt stilling. Der har iPad'en en klar fordel." (Tim1,501)

Er brugen aktiv eller afslappet og single- eller multitasking?

At iPad'en er god at sidde med i sofaen foran fjernsynet resulterer også i, at Tim nu har fokus et andet sted, når han sidder der: "før iPad'en, så ville jeg bare have sat mig ned og siddet og set fjernsyn, så tror jeg ikke jeg ville have lavet noget andet. Hvis jeg skulle lave noget andet, så tror jeg, jeg ville have slukket for fjernsynet." (Tim2,40) Tim giver udtryk for, at han egentlig synes at det er noget underligt noget sådan at sidde og bruge flere medier på én gang (Tim2,27), men ikke desto siger han, at "jeg kan godt finde på at sidde og se et afsnit af en eller anden serie fx, mens der er noget andet på fjernsynet, som jeg ikke følger med i" (Tim1,394).

Mens Dan og Pia også godt kan finde på at bruge iPad'en mens fjernsynet kører, så siger Jan, at der sikkert kører musik i baggrunden når han bruger iPad'en, men ellers ikke andre medier (Jan1,214). Han siger samstemmende med de andre deltagerer, at han også om aftenen bruger den sådan lidt on and off (Jan2,186), altså ikke en hel aften i træk, men afløst af andre medier eller aktiviteter.

Det er forskelligt hvor længe ad gangen, deltagerne bruger iPad'en. De kan alle finde på at bruge den til lige hurtigt at slå noget op fordi den lægger op til denne hurtige brug: "Den er jo let at bruge og let at tænde og let at pakke sammen igen." (Tim2,44). Tim siger dog, at han oftest bruger den til mere end et hurtigt opslag når han først har fat i den: "hvis jeg bruger den, så er det ikke 20 gange 5 minutter, så er det snarere to gange en halv time, eller måske 4 gange et kvarter – de der lidt større bidder." (Tim2,277)

Pia beskriver, hvordan den også kan bruges i endnu større (mere lean back-prægede) bidder: "Jeg kan godt sidde en aften, hvis der er et eller andet specielt, jeg gerne vil kigge efter eller finde ud af - ikke sådan et eller andet hurtigt og specifikt. [...] Kigge lidt her og der. Det kan jeg godt finde på. Men så er det fordi jeg keder mig, eller det er noget forfærdeligt træls noget, der er i fjernsynet eller bare fordi man har lyst til at sidde og undersøge noget lidt nærmere." (Pia1,569)

Pia fortæller, at denne mere afslappede form for surfning ikke er noget, hun før brugte en pc til: "Nej, det gjorde jeg ikke så meget. Så var det mere fordi 'jeg SKAL altså have fundet ud af dét der' og så kan det godt være det ene så fører det andet med sig, og pludselig så er man langt væk fra det, man startede på. Men det her på iPad'en er mere 'nu sætter jeg mig lige og tjekker de der forskellige ting og bare hygger mig lidt', hvis man kan sige det sådan." (Pia1,601)

Jan oplever iPad'en som mere fokuseret end pc'en fordi iPad'en i modsætning til pc'en kun har én ting på skærmen ad gangen: "en af de store fordele ved iPad'en er også at det, man åbner på iPad'en, det bliver iPad'en. Wordfeud – så tænker man ikke over at der er andet. Det er ikke ligesom en PC, der er altid 17 andre ikoner, man kan trykke på, og der er noget andet til stede hele tiden, eller der kommer en pop-up - der er altid et eller andet, der forstyrrer en. Men her, der er man bare fokuseret på det man ser på. Det kan jeg godt lide." (Jan2,59)

Er iPad'en personlig eller lægger den op til fysisk og virtuel deling?

Spillet Wordfeud dukker endnu en gang op som eksempel idet Jan fortæller, at han og konen af og til sidder sammen omkring iPad'en og spiller (Jan2,188). Jan har som tidligere nævnt fået indskrænket sin brug af iPad'en i dagtimerne fordi hans kone er begyndt at bruge den, men vil dog hellere dele den med hende end at købe endnu en iPad (Jan2,160).

Modsat forholder det sig i Pias husstand, hvor hendes mand ved andet interview har fået sin egen iPad (Pia2,1). Ved første interview forklarede hun at: "Det her, det lyder godt nok som noget pjat, men i alle de år, jeg har været tilknyttet til

noget elektronisk, der har jeg aldrig delt elektronisk udstyr med andre, fordi jeg altid har arbejdet nogle steder hvor man jo skal værne om de oplysninger, man får. Så noget af det, der har været grænseoverskridende for mig, det har været at iPad'en, det er ikke min alene. Der er jo spil - jeg spiller ikke på den, men det gør min mand, så jeg føler det som om jeg skal give ham min kalender, og min kalender kommer ikke ham ved. Eller andre for den sags skyld, det har ikke noget at gøre med, at det er ham – det er min private kalender.” (Pia1,367)

Så længe Pia selv sidder og kigger med har hun dog ingen problemer med at dele iPad'en med andre, fx imens de sidder og kigger billeder på den (Pia1,143)

Dan og Tims små børn har også kastet deres kærlighed på iPad'en, og de to fædre bruger ofte iPad'en sammen med dem. Dan fortæller at ”vi sidder og tegner og spiller på den. Så den bliver egentlig også brugt til familiehvyge, kan man godt sige.” (Dan1,348). Tims toårige pige er blevet så glad for iPad'en at Tim ikke kan bruge den derhjemme imens hun er vågen fordi hun så vil have den straks hun ser ham bruge den (Tim2,54)

Tim fortæller, at han opfatter iPad'ens delbarhed på samme måde som han ville opfatte en avis. Fx kan han og konen både sidde omkring avisen og iPad'en og kigge boligannoncer sammen. Derimod ville ingen af delene få lov at komme med til bords under aftensmaden (Tim1,510). ”Så i forhold til konteksten og social gangbarhed, så minder den meget om mit avisforbrug.” (Tim1,525)

Pia mener, at iPad'en faktisk er lettere at dele end avisen: ”hvis jeg lige falder over et eller andet, så kan jeg godt lige kalde på min mand – 'se lige, hvad der står her' eller 'se lige det her link'. Der kan også være en speciel historie, som jeg synes han skal læse. Så på den måde kan det også godt blive socialt. Men det er jo ikke anderledes, end hvis jeg fandt en eller anden artikel i avisen - men det har jeg bare ikke gjort, så jeg tænker på hvorfor det er, jeg gør det noget mere nu. Jeg tror, hvis jeg har siddet med en avis, så har jeg mere læst den igennem, og så har det været min avis. Så har det været mig, der har siddet og læst, så kan det godt være, jeg har kommenteret nogle ting, men jeg har ikke sådan taget avisen og

sagt 'prøv lige at se her'. Den er jo stor og uhåndterlig, og så skal man lige folde den tre gange. Men jeg kan godt rejse mig op, og tage iPad'en i hånden og sige 'prøv lige at se hvad der står her' eller 'kom lige hen og se det her'. Det virker anderledes med iPad'en. Og det kan jeg mærke, det gør jeg mere end jeg gør det med avisen. Og jeg tror, det er noget med at det er nemt og hurtigt - det er let med fingrene at finde frem til det, lave det større og mindre, bladre lidt i det." (Pia1,431)

Også virtuel deling af artikler på sociale medier er blevet lettere for Pia med iPad'en. Det var ikke noget, hun gjorde så meget i da hun kun havde pc (Pia1,424). For at hun rent faktisk deler noget skal det dog stadig være gjort nemt og ikke kræve for meget af hende: "Så får jeg det ikke gjort. Altså klippe og klistre og lægge ind og sådan noget, nej det får jeg aldrig gjort, det gør jeg ikke." (Pia2,348)

Pia forventer af en nyhedstjeneste, at den giver hende nem adgang til at dele: "hvis der er noget, jeg synes er interessant eller vigtigt for mig, så betyder det noget for mig, om det er nemt at dele. Fordi så skal det deles." (Pia2,344)

Twitter-brugerne Dan og Jan forventer ligeledes, at det indhold, en nyhedstjeneste til iPad leverer, kan deles, og er utilfredse med, at det ikke er muligt i Berlingskes app. De har forståelse for, at de artikler i app'en, der stammer fra den trykte avis og ikke er gratis tilgængelige online, heller ikke kan deles frit fra app'en, men de havde regnet med at kunne dele de artikler, de alligevel kan finde på Berlingskes hjemmeside (Jan2,1022), og Dan havde også forventet, at man ville kunne få lov at dele en lille smagsprøve af artiklerne fra avisen (Dan2,736).

Medierelationer – Hvordan fungerer iPad'en ift. andre medier?

Ud fra hvilke medieplatform-associationer opfattes iPad'en?

De fire interviewdeltageres erfaringer med tidligere medier kan have indflydelse på, hvordan de opfatter iPad'en, hvilket igen kan have indflydelse på, hvad de opfatter, at de kan bruge den til. Denne dimension af analysen handler ikke kun om at få sat et ord på, hvad iPad'en er, men mere om at se på de associationer, den skaber til andre medieplatforme.

Dan lægger ud med at kalde iPad'en for en computer (Dan1,432), hvilket også er en betegnelse, der ikke er nogen deltagere, der er direkte afvisende overfor. Dan har haft iPhone i et stykke tid før han fik iPad'en, og iPad'en har overtaget mange apps direkte og en del af den brug, Dan tidligere havde på iPhonen. Han forklarer, at når han alligevel vælger at se iPad'en som en computer, er det især pga. skærmstørrelsen. Rent funktionsmæssigt har den derudover ca. de samme muligheder som iPhonen, og det er også det samme irritationsmoment, der gør, at den alligevel ikke altid tæller som en computer, nemlig at web-tjenester med Nem-ID-login ikke umiddelbart kan bruges: "så længe jeg ikke skal bruge Nem-ID, så er det en computer. Jeg kunne godt nøjes med iPad'en i en uges tid. Jeg kunne endda gøre det med mit arbejde som fotograf, vil jeg sige." (Dan1,434)

Jan har igennem længere tid haft en iPod Touch, som bortset fra, at den ikke kan ringe eller gå på nettet når der ikke er wifi-dækning, i praksis kan det samme som en iPhone. Jan ser den store forskel mellem iPod og iPad som skærmens mere læsevenlige størrelse (Jan1,14). For ham er det vigtigt, at den er god at læse på, og hans syn på den er præget af en opfattelse af iPad'en som et alternativ til e-bogslæsere som fx Kindle eReader (Jan1,224). Han ser den dog samtidig som en blanding af en masse andre medier: "den ligger sig jo et eller andet sted mellem nogen fysiske medier – bøger, aviser, telefoner, videoapparater, GPS, radio, fjernsyn – så hvad ordet for det er... det er indtil videre iPad tror jeg. Men den blander jo rigtig mange kendte medier, som jeg er vokset op med, og som der bare er kommet lidt flere til af" (Jan1,534).

For Pias vedkommende blev iPad'en købt for at løse nogle praktiske opgaver som den bærbare computer, hun tidligere havde haft til rådighed fra sit arbejde, før løste. Det var bl.a. muligheden for at tage noter, at google, have adressebog, have en synkroniseret kalender, m.m. (Pia1,18). I og med at Pia fandt iPad'en brugbar til stort set alle de opgaver, hun før brugte en laptop til, er det oplagt for hende at se iPad'en som en endnu mere mobil laptop. Pia ser den dog samtidig også som en smartphone, der bare ikke kan ringe, idet hun valgte iPad'en frem for en smartphone, som hun godt vidste kunne det samme, men som bare ikke havde en stor nok skærm til, at hun følte, hun kunne bruge den (Pia1,28).

Skrivning på iPad'en opfatter Pia i modsætning til de andre ikke som noget, der er voldsomt meget mere besværligt end på en pc, men hun foretrækker dog, ligesom de andre, at skrive de længere tekster på en pc. Hun fortæller i andet interview, at hun bruger iPad'en til at sidde og skrive noter til referater når hun er til møder, og er generelt begyndt at bruge iPad'en som om det var en bærbar pc, mens den bærbare pc, hun har fået af sin nye arbejdsplads, for det meste står fast på skrivebordet på hendes kontor som om det var en stationær pc (Pia2,24).

Tim købte også sin iPad som et alternativ til at købe en ny laptop (Tim1,30) men har en anden opfattelse af, hvad den kan bruges til: "Den har selvfølgelig nogle programmer, og man kan også lave småting, men til de mere seriøse ting, der er den alligevel for lille, altså både skærmen og processorkraft og de programmer, der er til, slår ikke helt til. Så det er mest til nyhedsforbrug, og underholdning selvfølgelig." (Tim1,42)

Tims oplevelse af iPad'en indebærer dog også associationer til ikke-elektroniske medier: "Det, den har fra blade og aviser, det er jo mobilitet, som en almindelig computer også har på nogle måder, men det med at skærmen og tastaturet er i ét og den er nem at pakke ned og hive op, det er meget de egenskaber, som et blad fx har." (Tim1,371)

Hvordan opleves apps anderledes ift. websider på en pc?

Websider og apps behøver ikke være modsætninger. Som jeg var inde på i "Introduktion til iPad'en" kan apps og web-apps (de websider, som udnytter nogle af de samme muligheder i iPad'en som apps), minde meget om hinanden. Det, der skelnes imellem her er ikke apps og web-apps, men websider, som ikke er specielt tilpasset til iPad'en og apps, web-apps og websider, som er. Hvordan opleves forskellen på, om indholdet er tilpasset til iPad-plattformen eller ej?

Hvis man ikke medregner sociale medier som nyhedstjenester, er det kun Jan, der bruger apps til nyhedstjenester. De andre bruger almindelige websider, som ikke er tilpasset iPad'en, men ser ud som de ville gøre på en pc (bortset fra at fx Flash-elementer kan mangle). Jan forklarer her, hvordan han oplever Politikens indhold anderledes gennem iPad'ens apps end gennem websiden og papiravisen:

"Jeg synes deres webside har nogle andre fordele og ulemper og det er sådan set fint nok, den adskiller sig, men jeg synes lige præcis iPad'ens styrke er at den kan tage et analogt medie som en avis og gøre digitalt og alligevel få det til at fungere. Det synes jeg er fantastisk. Og det gør jo at man går ikke over i Safari-browseren på iPad'en for at se Politikens hjemmeside, det gør jeg i hvert fald aldrig, fordi jeg har de andre apps, så det er faktisk smartere. Og jeg synes jo det app-tankegangen gør for mig, det er jo netop at den isolerer kontekst for mig i stedet for at jeg skal have alting til rådighed. I en webbrowser, der får man jo alt muligt smækket i hovedet, og i app'en er det også dejligt reklamefrit jo." (Jan2,690)

Dan føler sig ikke specielt generet af reklamer på websider (Dan2,122), men også han ser app'ens potentiale mht. at isolere det væsentlige og smide resten væk. Han fortæller således om den midterste kolonne på Jyllandspostens webside at "Det er den jeg bruger. Alt det herude, jeg ved ikke engang hvad det er, jeg ser ikke engang på det. På nær måske tegningen her. Men jeg kunne sagtens bare bruge det her [midterste kolonne], og hvis jeg zoomer, så ser jeg kun det. Så det er det der med, at man kun får det, man skal bruge, de ville kunne give mig i en app. [...] Man får lidt unødvendigt lort væk, når det bliver til en app." (Dan1,548). Samtidig ser Dan det dog som et problem at app'en også kan skære for meget fra,

og det irriterer ham, hvis app'en kun indeholder et begrænset antal artikler og han så skal bruge tid på at loade flere når han når bunden af listen (Dan2,71).

Dan ser nogle navigationsmæssige fordele i at bruge apps frem for pc-tilpassede websider: "Ja det bliver jo nogle større knapper at trykke på, det er lidt mere fingervenligt, når det bliver til en app. Uden selvfølgelig at det bliver pædagogisk fingervenligt, med en stor, fed knap." (Dan1,558)

Dan har denne forklaring (ud over det økonomiske aspekt (beskrives i en senere dimension)) på, hvorfor han så alligevel foretrækker at bruge Jyllandspostens webside frem for deres app: "Jamen det er egentlig fordi så ligner det computeren... jeg ser det samme på iPad'en, som jeg ser på computeren, så bliver jeg ikke forvirret. Tror jeg, at det kan være forklaringen. For hvis jeg går ind på Jyllandsposten og har set hvad de tre første historier er, hvis jeg så næste gang tjekker Jyllandsposten og de tre første er de samme, jamen så behøver jeg ikke gå længere ned, for så er der ikke kommet mere." (Dan1,398)

En del af begrundelsen for Dans fravalg af apps er altså, at han vil have indholdet præsenteret på samme måde uanset platform. Han efterlyser i øvrigt muligheden for at løse dette problem ved at gå den modsatte vej og installere iOS-apps på en Mac (Dan1,998). Både Dan og Tim fortæller (Tim1,296), at de oplever iPhoneen som mere applikationsbaseret end iPad'en. På iPhoneen har Dan faktisk afprøvet Jyllandsposten app og har bemærket, at det, den præsenterer, netop svarer til midterste kolonne på websiden (Dan1,404), men han bruger stadig websiden på iPad'en. Ved andet interview fortæller han, at iPad'en nu helt har overtaget nyhedssurfingen fra pc'en (Dan2,27), således at 1:1-forholdet til websidens udseende på pc'en ikke længere kan være forklaringen på fravalget af app'en. Forklaringen kan så naturligtvis være, at han føler sig hjemme på Jyllandspostens webside og ikke umiddelbart føler behov for at skifte den ud med noget andet. I en anden sammenhæng siger han, at han ikke gider skifte nyhedstjeneste, hvis den, han har, fungerer (Dan1,1019). En væsentlig pointe er dog, at førnævnte mulighed for nemt at zoome ind på midterste kolonne og derved få den ønskede

fokusering og afgrænsning af indholdsmængden på den ikke-tilpassede webside, kan være med til at fjerne incitamentet til at skifte websiden ud med en app.

Dan argumenterer også for den fordel i browser-løsningen, at han her frit kan åbne en ny tab i Safari og lige google noget, han kom til at tænke på i forbindelse med en artikel, åbne links i en ny tab og i det hele taget klikke sig rundt som han vil. I en app føler han sig begrænset, fordi han typisk skal ud af app'en og ind i Safari for at gøre disse ting. (Dan1,1119)

Pia har ved andet interview stadig problemer med at skelne imellem, hvad der er apps og hvad der er websider. Hun kalder fx DR's webside for en app. (Pia2,305). Det er således ikke alle, der går op i, om de bruger det ene eller det andet. Pia har apps og genveje til websider liggende side om side på hjemmeskærmen og skelner ikke imellem dem (Pia2,132).

Hvornår er den (ikke) at foretrække frem for andre platforme?

Flere af deltagerne har tidligere været rigtig glade for Tekst-tv og den måde, de vigtigste nyheder her præsenteres i koncentreret form, men iPad'en har for alles vedkommende kraftigt reduceret brugen af Tekst-tv (Tim1,77 & Pia1,132).

Således fortæller Jan, at han altid tjekker nyheder når han kommer hjem fra arbejde og at det tidligere var Tekst-tv, han kiggede på. Nu bliver fjernsynet kun tændt når han kommer hjem, hvis han via iPad'en opdager, at der sker noget, der kunne være relevant at følge live, for i disse situationer oplever han tv som den mest opdaterede platform (Jan2,202).

Dans nyhedsbrug på computeren er som før nævnt helt erstattet af iPad'en. Det skyldes bl.a. at det er meget hurtigt at hive iPad'en frem og trykke på opdater-knappen, eftersom nyhedswebsiden typisk allerede er åben i browseren derpå (Dan1,464). Pia er inde på noget af det samme i hendes svar på, hvad hun ville mangle, hvis hun ikke længere havde sin iPad:

"Jeg tror jeg ville mangle den der hurtige tilgængelighed. Den ville jeg komme til at savne mest og først. Hvis jeg kan se – 'åh, der er kommet et eller andet, det skal jeg lige ind og kigge på. Så ville jeg jo skulle på en computer eller vente til avisen kom, eller gå på Tekst-tv.'" (Pia2,99)

Tim roser også iPad'en for at være en platform, der er lynhurtigt tilgængelig, men ser den af samme grund som en lidt flygtig platform, som han eksempelvis ikke ville læse en roman på (Tim2,102). Adspurgte hvornår iPad'en ikke er at foretrække frem for avisen svarer han "det ville den ikke være, hvis det var en stor baggrundsartikel eller et portræt. Et eller andet, hvor det layoutmæssigt og designmæssigt også giver noget til artiklen. Så det er i virkeligheden til de kortere nyheder, at jeg foretrækker iPad'en." (Tim1,474)

Tim ser således ved første interview iPad'en som en generelt god platform til nyheder, men til helsidesartikler og opslag bestående af små sammenhængende artikler foretrækker han avisen (Tim1,479). En del af forklaringen skal findes i iPad'ens lille skærm, som gør det sværere at skimme (Tim1,484) og sværere at overskue det hele og vende tilbage til et bestemt sted i teksten (Tim2,247).

Ved andet interview fortæller Tim imidlertid, at han godt kunne finde på at læse et helsides interview på iPad'en, men at det til gengæld ikke er noget, han ville gøre på pc'en (Tim2,230). "Jeg synes stadigvæk, der er forskel på at bruge en bærbar computer og så iPad'en, til læsning. For det er nemt at skifte læsestilling og vinkler og armen og alle de ting der, sådan nogle ergonomiske ting. Man kan også slænge sig lidt, på samme måde som man kan med en bog. Jeg tror også min indstilling til det at læse længere ting på den har ændret sig lidt, efterhånden som jeg bruger den." (Tim2,240)

Det er ikke kun Tim, der efterhånden som han har brugt iPad'en noget mere, i højere grad ser den som et alternativ til læsning på papir. Det nostalgi-aspekt, der var med til at gøre, at Pia holdt fast i papir-avisen, er ved andet interview blevet mindre (Pia2,863) og hun siger, at hun nu er meget tættere på at kunne

forestille sig at læse avisen på iPad'en i stedet (Pia2,876). Argumenter for at holde fast i papiravisen kunne være, at den er bedre at læse ude i solen og at dens sektioner kan deles mellem familiens medlemmer (Pia1,846). Derudover frygter Pia – med god grund mht. ”Berlingske til iPad” – at hun i en iPad-avis ikke vil kunne genfinde artikler fra avisen, der ikke længere er dagsaktuelle: ”hvis jeg ikke lige får den læst de næste tre dage, er den der så i morgen, fordi nogle gange, så samler jeg jo også op på nogle ting i weekenden. Der kunne man jo klippe dem ud af papiravisen eller bare gemme den.” (Pia2,853)

Jan holder fast i sin morgenrutine med at læse Politiken som papir-avis, men iPad'en har fået en lige så fast plads på morgenbordet: ”Den har jo de sidste nyheder, avisen er jo bagud, det må man jo erkende. Og nogle gange, hvis det skal gå højt, så læser jeg avisen her på iPad'en. Hvis det står ned i stænger udenfor - og der er faktisk langt ud til postkassen - så vælger jeg bare at læse avisen her på iPad'en. Jeg synes Politikens app, som jeg har gratis via mit abonnement, fungerer fint.” (Jan1,64)

App'en, Jan omtaler, giver mulighed for at se en pdf-udgave af dagens avis og gør det samtidig muligt at få vist de enkelte artikler i ren tekst: ”For når jeg klikker på en artikel og den netop springer op og den smider billedet ud og det kun er rå tekst, så gør den jo noget andet end avisen, men det er kun en fordel synes jeg. Fordi så fjerner den støj for mig og giver mig fokus.” (Jan2,774)

Fokus lader til at være et vigtigt begreb når det handler om, hvornår Jan ser iPad'en som fordelagtig frem for andre medier (fx Jan2,63). Et andet vigtigt aspekt er dens mulighed for kreativ brug af interaktion (Jan1,548) og et tredje er de fysiske egenskaber, såsom at den ligger godt i hånden (Jan1,557).

Værdi – Hvad skal der til for at brugerne vil betale for iPad-nyheder?

De fire deltagere har vidt forskellige forhold til betaling for nyhedsindhold. Jan er den, der umiddelbart er mest betalingsvillig. Han er også den eneste, der rent faktisk betaler for et nyhedsprodukt til iPad'en, nemlig en app fra Politiken med løbende opdaterede nyheder (han har også en app fra Politiken med en digital version af papiravisen, men den er inkluderet i avisabonnementet). Denne app minder om tilsvarende gratis apps fra fx DR, men Jan vil gerne betale 12 kr. om måneden for Politikens app fordi han mener, at deres journalister simpelthen er dygtigere (Jan2,409).

Den værdi, han oplever af app'en, hænger også sammen med, at indholdet er sorteret for ham i nogle lettilgængelige kategorier, han finder passende (Jan1,429). For ham er det vigtigt, at indholdet på den måde er mere fokuseret. Så gør det ikke helt så meget, at der er enkelte tekniske detaljer ved app'en, han ikke synes er optimale, og at app'en egentlig er tilpasset til iPhonen (Jan1,489).

Jan mener, at folk på hans alder er vant til at betale for tingene og gerne gør det når bare det er nemt: "Altså vi er jo en velaflagt generation, så en halvtredser her og en halvtredser der og det der koncept, som Apple har lagt op, det passer jo lige til os. Vi blinker jo ikke med øjnene for lige at bruge 50 kr." (Jan1,100)

Jan bruger imidlertid ikke penge på hvad som helst og har sine principper for, hvornår han vil betale for noget på iPad'en. Fx e-bøger vil han kun købe, hvis han kan spare 50-100 kr. ift. prisen på papirudgaven (Jan1,134). Han er lettere fortørnet over, at dansk medieindhold efter hans mening generelt er prissat alt for højt: "De har ikke forstået det der med, at det skal koste 6, 12, 18, 24 kr. i det lag dér, og så er det mængden, der skal gøre det, fremfor, at det er de enkelte interesserede brugere, der bruger for 200 kroner." (Jan1,125).

Dan er betalingsmæssigt i den modsatte grøft ift. Jan. Han vil generelt ikke betale for nyhedsindhold, fordi han føler, at han klarer sig fint med det nyhedsoverblik, han kan få gratis: "Det er nok lidt ligesom avisen, den fysiske avis: Jeg får ikke

læst for 12 kr. om dagen nyheder, så jeg kan godt nøjes med det, der står på deres hjemmesider, altså korte uddrag.” (Dan1,193)

Dan har haft Nordjyskes app ”Inside” (demonstreret i bilag 1) gratis på prøve og var egentlig begejstret for dens udnyttelse af iPad’ens interaktionsmuligheder, men han stod af, da han skulle til at betale penge for den (Dan1,976): ”Jamen det er jo fordi, jeg ikke får det brugt. Fordi det ikke er hurtigt... Det skal jeg fordybe mig for meget i, og det gør jeg ikke så meget i nyheder.” (Dan1,980)

Hvis Dan derimod er interesseret i et medieprodukt, som han ved, han vil bruge det hele af, så har han intet imod fx at give 30 kr. for et fotomagasin (Dan1,525). Her er der vel at mærke tale om et magasin, som ville koste 130 kr. i DSB.kiosken. Hvis prisen var tilnærmelsesvis den samme på iPad’en, ville Dan foretrække at få det fysiske magasin, men han siger dog, at den vigtigste faktor for, om han køber et magasin på iPad’en er, at det er noget, han ved, han vil læse fra ende til anden, og så er det en klar fordel, at han kan få magasinet og evt. gamle numre af magasinet nu og her frem for at skulle ned i kiosken (Dan1,875)

Dan har således ikke noget problem med at betale småbeløb for medieprodukter, der lever op til ovenstående, men tænker stadig over det hver gang han bruger penge: ”19 kr. her og 19 kr. der, det er ingenting. Men det er ligesom at købe apps, de koster kun 6 kr., og så har man købt 10 apps på en uge – Altså, der er jeg sådan lidt mådeholdende eller hvad det hedder – nærig – sådan at det ikke løber løbsk.” (Dan2,349)

Dan siger, at hvis han endelig skal købe et medieprodukt til iPad’en, så er det vigtigt, at det ikke kun virker til iPad’en, men også kunne læses på computeren: ”Hvis jeg løber tør for strøm eller hvis jeg ikke lige har iPad’en i nærheden og sidder foran computeren og gerne vil tjekke, så skal det, jeg har betalt for, også ligge der.” (Dan1,634)

Tim ville også forvente at få indholdet stillet til rådighed på alle platforme, men han ville dog forbruge det på iPad’en for at føle at han fik den fulde værdi: ”hvis

jeg købte en nyhed, så tror jeg også, jeg ville tænke, så skal det også være lidt en nydelse og så skal det også være noget, hvor jeg kan sidde med kaffen i den ene hånd og ligge i sofaen og sidde i sofaen eller et eller andet, så skal det ikke være hvor jeg skal sidde sådan foran en computer.” (Tim2,548)

Tim er umiddelbart positivt indstillet overfor at købe nyhedsindhold, såfremt han får noget ekstra i forhold til det indhold, han kan finde gratis rundt omkring på nettet eller såfremt det er en væsentligt billigere digital version af et fysisk medieprodukt (Tim1,429). Han har imidlertid endnu ikke fundet noget, som han rent faktisk syntes var værd at købe (Tim1,403). Han indrømmer at han heller ikke har gjort meget for at lede efter det (Tim1,406), men lidt nysgerrig har han dog været: ”Jeg har downloadet sådan nogle prøveversioner, men jeg synes ikke rigtig at de der apps har kunnet give mig noget væsentligt i forhold til det som aviserne er så venlige at stille gratis til rådighed.” (Tim2,149)

Faste abonnementer på medieindhold er Tim umiddelbart skeptisk overfor: ”Jeg foretrækker altid at kunne købe det enkeltvis. Jeg bryder mig ikke ret meget om at være bundet. For så kræver det også et eller andet forbrug af mig, hvis jeg har et abonnement.” (Tim1,450). At købe artikler enkeltvis er en anden sag: ”jeg tror, hvis man for alvor kunne få gang i et eller andet nem micro-betaling... Men der skulle stadig noget til før man kunne få mig til at betale.” (Tim2,484) ”Det kan godt være, hvis vi er nede i 2-3-4-5 kr. pr. artikel, at jeg så vil gøre det. Men så skulle den også være god.” (Tim2,497)

Tim kan godt se en værdi i at få nyheder, som er specielt tilpasset til ham: ”hvis den der skimning var foretaget og man så fik 10 udvalgte artikler og kunne købe dem for et eller andet, så tror jeg godt, jeg kunne være fristet til det. Det kunne også være man kunne få et eller andet abonnement, så kunne du hver dag i en måned eller et år få 10 udvalgte artikler for et eller andet beløb. Det tror jeg godt, jeg kunne finde på. Men igen, det afhænger af prisen.” (Tim2,509)

Pia er ligesom Tim ikke afvisende overfor at betale for nyheder, hvis hun får noget for pengene, men har heller ikke gjort det endnu (Pia1,659). Hvis hun

skulle betale fast for en digital nyhedstjeneste "så skal den virkelig også kunne noget" i forhold til de gratis tjenester: Der skulle være mere dybde i tingene og den skulle være nem og hurtig at bruge (Pia1,909). Den skulle også være overskuelig og give hende nyheder fra mange forskellige kilder, sådan at den ikke var farvet. I så fald ville Pia betale ca. halvdelen af, hvad det koster at holde avis (Pia2,456).

Halv pris er også det, Jan som udgangspunkt vil betale for en pdf-version af Politiken. Den lavere pris skal kompensere for de ulemper, han mener, der trods alt er ved den digitale avis. Hvis der blev inkluderet nogle digitale funktioner, som tilføjede ekstra værdi, ville han godt give mere, men det ville aldrig komme op på den fulde pris for papiravisen (Jan2,325).

Berlingske til iPad er ikke noget, Jan ville betale penge for. Han mener dog, han ville bruge den, hvis han holdt Berlingske som papiravis og derved fik den gratis: "Fordi den er jo ikke ubrugelig, det er jo ikke det - man har bare set noget, der er bedre. Og jeg synes også det, der primært skinner igennem, det er måske ikke kun rod, men også mærkelige journalistiske beslutninger om, hvad der er vigtigst. Altså fx den med svampene der ikke, altså... come on. En ordentlig avis havde aldrig sat det som det vigtigste." (Jan2,1071). Ud over det prioriteringsmæssige mener han også, det er en stor fejl, at der er uafsluttede overskrifter og underrubrikker i app'en (Jan2,982) og han mener at "lækkerhedsfaktoren" mangler fordi man fx ikke kan swipe sektionsvælgeren frem men skal trykke på den: "Altså det er det der lille touch der mangler." (Jan2,1053). Adspurg om han ville give penge for den i sig selv svarer han:

"som den er bygget der... Jeg ville ikke få den brugt. Og når jeg ikke ville få den brugt, så er den jo ikke pengene værd, uanset om det var 12 kr. eller... [...] fordi den tiltaler mig ikke sådan. Men igen lader jeg mig farve af deres mærkelige prioriteringer tror jeg. Men der er også noget bruger-uenlighed i den, som gør, at jeg ikke er voldsomt imponeret. [...] jeg tror, jeg lynhurtigt ville opdage, at 'hov, nu er der igen gået en uge uden jeg har kigget i den'. For det sker jo også med Politikens indimellem, at så får man ikke lige kigget i den i et stykke tid og

så savner man den alligevel. Men den her tror jeg ikke, jeg ville komme til at savne [griner]. Det tror jeg ikke!" (Jan2,1170)

Pia er heller ikke overbevist om Berlingske-app'ens værdi i sin nuværende form. Efter gennemgang af problemting såsom at teksten ikke fylder bredden ud, oversigten kun er overskuelig på højkant, billeder fylder for meget og ikke mindst, at man ikke kan pinch-zoom, vurderer hun således: "Jamen jeg tror sådan som den ser ud der, så tror jeg ikke, jeg vil betale for den. Så skulle den kunne de der ting. (Pia2,661)

Heller ikke Tim vil købe Berlingskes app: "I sin nuværende form vil jeg ikke. Det vil jeg altså ikke. Jeg synes på mange måder, at det er gjort sværere at læse nyheder. Det vil jeg under ingen omstændigheder betale for." (Tim2,1132)

Mens Dan gættede på, at prisen for Berlingske til iPad var 50-100 om måneden (Dan2,1173), så var Tims gæt på 150 kroner (Tim2,1110), altså halvdelen af de 300 kroner om måneden, den reelt koster. Selv de 150 kr. ville Tim imidlertid ikke selv være villig til at give, selv hvis de mangler, han påpegede, blev rettet og indholdet blev skiftet ud med Politikens artikler. I så fald anslår han, at han ville give 100 kroner om måneden (Tim2,1119), men bliver dog alligevel lidt tøvende da han kommer til at tænke på, at det så vil være over tusind kroner om året:

"Altså 100 kr., det er sådan et beløb, jeg godt kan mærke. Men hvis vi er helt nede i 20-30 kroners klassen for en måned – men det er jo også urealistisk – så vil jeg bare gøre det, tror jeg, medmindre det var helt håbløst. Men når man kommer op i de der 100 kr., så synes jeg alligevel... Så skal jeg også huske at få den brugt og sådan nogle ting. Jeg tror jeg er lidt en nærigpind, når det kommer til nyheder på nettet. Så jeg synes det er svært at sige om jeg vil bruge penge på den." (Tim2,1171)

Diskussion

Nu da brugernes vaner, præferencer og holdninger er præsenteret er det tid til at skifte perspektiv og tage fat i specialets hovedspørgsmål: Hvad må man forstå for at kunne lave et værdiskabende nyhedsprodukt til iPad? Svaret skal naturligvis findes i analysen, men vil her blive opsummeret og diskuteret fra et andet perspektiv, nemlig nyhedsudbydernes.

Indhold

Størrelsen på iPad'en – mellem smartphone og laptop – er både dens styrke og svaghed: iPad'en er praktisk i mange situationer fordi den er nem at have med sig og behagelig at sidde/ligge/stå med, men den lille skærm gør det samtidig svært at skabe overblik på samme måde som i fx en avis. Netop overblik er noget af det, brugerne lægger mest vægt på, og det udgør den måske væsentligste udfordring at skabe dette. Specialet kan desværre ikke pege på en magisk løsning, der skaber overblik i enhver situation, men brugerne peger på, at det handler om at holde fokus på det, der er relevant og sortere alt andet fra. Men hvad der er relevant, er naturligvis individuelt. Som eksempel kan nævnes, at en nyhedstjenes oversigt over mest læste artikler af nogle vil blive opfattet som støj, mens andre vil se det som en brugbar måde at udvælge, hvad de vil læse. Det er blandt brugerne populært med individuelt tilpassede interessebaserede nyhedsoversigter, men brugerne finder samtidig stor værdi i stadig at kunne få en journalistisk prioriteret oversigt og ser også en værdi i at blive overrasket over artikler, der er skæve i forhold til deres interesser.

iPad'en og iOS lægger op til en æstetisk ren oplevelse uden unødvendigt komplicerede indstillinger og interfacedesigns og det kan være fordelagtigt at følge denne "rene" linje, idet brugerne ser enkelhed og overskuelighed som en værdigivende faktor. Berlinske har muligvis haft dette i baghovedet da de designede Berlinske til iPad, eftersom den med nogle få faste elementer giver en minimalistisk, men samtidig billedmættet, oplevelse af nyhedsoversigten. Brugerne tager imidlertid dårligt imod dette, eftersom det ikke hjælper dem med at prioritere og overskue nyhederne. Frem for overskrifter og billeder i fast

definerede kasser af bestemte størrelser (med deraf følgende problemer når overskriften er for lang), ville de hellere have en tydeligt prioriteret oversigt, hvor der også var plads til, at en underrubrik, og ikke nødvendigvis et billede, kunne hjælpe dem med at udvælge de nyheder, de ville læse.

Nyhedsoversigten opleves derudover ganske forskelligt alt efter hvilken led, iPad'en holdes på. Pga. SmartCoverets hæftning på den brede led af iPad'en vil det ofte være på denne led, brugerne vender iPad'en, og det er deres oplevelse, at Berlingskes oversigt fungerer bedre på den modsatte led. Også inde i de enkelte artikler finder brugerne det besynderligt, at teksten ikke tilpasser sig alt efter hvordan iPad'en vendes, men har en fast bredde.

Layoutet af den enkelte nyhed i Berlingskes app er som app-designet generelt holdt minimalistisk, hvilket tiltaler nogle, men i andres øjne gør artiklen mindre læsevenlig. Sidstnævnte efterlyser det, der i journalisttermer hedder flere indgange til artiklen, eksempelvis i form af faktabokse og citater, som er fraværende i artikel-layoutet, selv når disse elementer indgår i den avisartikel, nyheden stammer fra. Dette får i øvrigt brugerne til at føle sig snydt. Andre er som sagt glade for det rene læselayou, som også ville kunne opnås på mange websider med "Læser"-funktionen i iPad'ens Safari-browser. Artikel-layoutet deler også vandene når det drejer sig om at skabe sammenhæng til relaterede artikler. Nogle nyder at det hele ikke er plastret til i links, mens andre finder det unødvendigt besværligt at skulle trykke på en knap for at få relaterede artikler vist. I artikler med tilknyttede elementer såsom video er der dog enighed om, at det ikke er hensigtsmæssigt at skulle finde dette under en "Relaterede"-menu. I stedet foreslås det at have dem der, hvor der også er billeder i artiklen. Brugerne er i øvrigt glade for at kunne swipec imellem disse billeder i stedet for som i avisen at være låst til ét bestemt billede til en artikel. App'en roses for at benytte sig af konventionen om, at det, at der er flere billeder, illustreres med små prikker under billedet. Dette giver en intuitiv forståelse af, hvad man her kan.

Ligesom i eReader-undersøgelsen fra 2007 (jf. teoriafsnit) ser nogle avisens layout med elementer af forskellig størrelse som forbillede for en prioriteret

oversigt over nyheder, mens andre foretrækker en lang liste som den, man har i Twitter. De, der er vant til at bruge Twitter på iPad, ser klare fordele i at kunne få præsenteret nyheder i koncentreret form på denne måde og ser samtidig interaktionen i Twitter-app'en som et forbillede.

Interaktion

I Twitter-app'en kan de enkelte tweets med et swipe hurtigt foldes ud og give mere information og lige så hurtigt lukkes ned igen. En bruger er inde på, at lethed i at gå ind i og ud af artikler har betydning for, hvor mange nyheder, han får læst. Denne måde hurtigt at kunne gøre noget med en simpel og ikke særligt præcis håndbevægelse er en af iPad-interfacets styrker og er også det, der skaber den øgede glæde ved interaktion med apps som fx Flipboard.

Samme bruger så gerne, at et nyhedsprodukt til iPad tilbød nogle interaktive muligheder såsom grafer der kunne manipuleres af brugeren og kort, hvor brugeren kunne zoome frit ind og ud. Andre brugere vil gerne udnytte iPad'ens interaktionsmuligheder gennem bladring i flere dimensioner, hvilket Berlingskes app også tilbyder. Her er finder nogle brugere det imidlertid ikke tydeligt nok, hvad der bladres imellem. Det udgør også et problem, at den sidelæns swipe-bevægelse, der her udløser et artikel-skift, har forskellige funktioner alt efter hvilken app, den bruges i. Det kan skabe forvirring i første omgang hos brugerne, men ved at prøve sig frem finder de hurtigt ud af, hvad der udløser hvilken handling.

Der er dog visse interaktionsmæssige standarder, man ikke bør ændre på. Brugerne forventer at kunne zoome ved at lave pinch-bevægelsen eller ved at dobbeltklikke på en kolonne med tekst. I Berlingskes app kan man ingen af delene og det frustrerer nogle af brugerne, der er vant til at kunne zoome frit på fx websites. Selvom brugerne finder ud af at forstørre teksten på anden vis, så ødelægger den slags anti-intuitive begrænsninger den lækkerhedsfaktor, applikationer på iPad'en ellers ofte opleves at have og som er med til at få iPad'en til at virke nemmere og hurtigere end pc'en at bruge. Den gode oplevelse

ødelægges ved at bryde med de de facto konventioner der er for, hvordan der interageres på en iPad.

Kontekst

Som nævnt gør iPad'en størrelse den velegnet i mange situationer, hvor den giver nogle af pc'ens muligheder i en kontekst, hvor pc'en ikke ville være velegnet. At iPad'en virker nem og hurtig at bruge indbyder samtidig til, at den bliver brugt i endnu flere sammenhænge og af nogle endda foretrækkes frem for pc'en når de sidder ved skrivebordet med begge dele tændt. Således bruges iPad'en både som second screen på skrivebordet, som underholdning i toget, som opslagsværk i snart sagt enhver situation, som ebogslæser i sengen og som alternativ til at se på fjernsynet i sofaen. Der er både kortvarig, sporadisk brug og der er længerevarende, fordybet brug. Når man laver nyhedsindhold til iPad'en må man have den forskelligartede brug i baghovedet og evt. overveje, om det er foran fjernsynet, på den lange togtur, ved siden af pc'en eller ved de hurtige opslag hvor som helst, at man vil skabe værdi for brugeren med sin tjeneste, for der findes ikke bare én form for iPad-brug, men mange forskellige. Nogle brugere ser iPad'ens styrke som, at de hurtigt kan klappe den op og tjekke om der er sket noget nyt siden sidst, de tjekkede. Andre ser dens styrke som dens evne til uden at give varme lår (som en pc) at kunne tilbyde fordybede, digital læsning i lænestolen. Andre igen ser en styrke i, at flere kan sidde sammen om den og i fællesskab interagere med den. Alle disse styrker kan ses som muligheder for at skabe et produkt, der ikke ville kunne blive lige så godt på en pc.

iPad'en har en anden social gangbarhed end pc'en, og der betyder selvfølgelig også noget for, hvilke produkter, det giver mening at levere på den. De situationer, iPad'en kan bruges i, sammenlignes af en bruger med avisen. Brugen foran fjernsynet mens der er andre til stede er et oplagt eksempel. Her finder brugerne det mere naturligt at sidde med en iPad end en pc. En bruger pointerer, at iPad'en ikke på samme måde som en laptop bygger en mental mur med sin skærm og derved kommer til at virke afstandsskabende. iPad'en lægger tvært imod op til, at man kan sidde flere omkring den, fx for at bladre i billeder.

Medierelationer

iPad'en adskiller sig altså fra pc'en, men ikke desto mindre er det den, brugerne oftest refererer til som sammenligningsgrundlag. Nogle ser den som en form for fritidscomputer og ser den ikke som velegnet til seriøst arbejde, mens den for andre stort set kan erstatte den bærbare computer i alle henseender.

iPad'ens hurtige opstartshastighed gør den som nævnt til et attraktivt tilbud når brugerne fx lige hurtigt vil tjekke, om der er sket noget nyt. Mange har tidligere brugt Tekst-tv til dette hurtige tjek af de nyeste nyheder i koncentreret form, men iPad'en er Tekst-tv overlegen ved at være hurtigere og give mulighed for dybere læsning, hvis en af nyhederne viste sig interessant. Når det drejer sig om at følge en situation, der udspiller sig lige nu og her, foretrækkes tv'et dog stadig ude fra en forestilling om, at det er det mest opdaterede medie.

iPad'en ses ikke bare som en computer, men også som en forvokset iPhone, hvilket underbygges af, at de bruger styresystemer og har mulighed for at køre de samme apps. Apps er også en definerende ting for iPad'en, idet netop disse adskiller den fra computeren. Apps ses af brugernes som en oftest fordelagtig måde at skabe fokus på én specifik opgave eller fritidsfornøjelse. iPad'en er i det hele taget mindre præget af multitasking end pc'en. Nogle foretrækker almindelige websider uden nogen form for iPad-tilpasning når de skal se nyheder, bl.a. fordi skærbilledet så er det samme uanset, om de ser websiden på iPad'en eller på en pc.

iPad'en kan også ses som en digital avis, og brugerne bliver mere og mere fristede til at droppe avisen til fordel for iPad'en jo mere de bruger den. Fx var en bruger, der ved første interview ikke fandt iPad'en velegnet til længere artikler, ved andet interview begyndt at læse netop disse på iPad'en, hvilket han til gengæld nu aldrig ville gøre på en computer, fordi iPad'en tilbyder en mere behagelig læsesituation.

Værdi

Det står sløjt til med betalingsviljen hos de interviewede brugere, idet kun én af dem faktisk har betalt for nyhedsindhold på iPad'en. For ham har det været den journalistiske kvalitet og det fokus på de rigtige emner, app'en tilbyder ham, der har fået ham til at betale. Mens én bruger ikke er villig til at betale for nyhedsindhold overhovedet så længe han kan få et nyhedsoverblik på diverse websider, så er to brugere villige til at betale, hvis nyhedstilbuddet og prisen lever op til deres krav. Kravene er først og fremmest, at det samme indhold ikke kan fås gratis andre steder. De kan godt se en værdi i at få skræddersyet et udbud af artikler, men hvis disse artikler kunne fås gratis på anden vis, vil de ikke betale alene for at få dem gjort nemt tilgængelige. Hvis indholdet er unikt er det dog netop det skræddersyede tilbud og i endnu højere grad overblik, der vil kunne få dem til at betale. Avancerede former for interaktion er ikke noget de vil betale ekstra for, men de forventer derimod, at interaktionen bare fungerer. De forventer også, at indholdet er tilgængeligt på tværs af platforme, når først de har betalt for det.

Brugeren, der har købt nyhedsindhold på iPad'en, omtaler sin egen generation (han er 55 år) som en velaflagt generation, der ikke blinker med øjnene for at bruge 50 kr. Imidlertid har han visse principper for, hvad han vil betale for. Ligesom de andre mener han, at prisen på et virtuelt produkt (fx en digital avis) kun er rimelig, hvis den er nede omkring det halve af, hvad det tilsvarende fysiske produkt koster. Kan han ikke få det til den pris, vil han hellere have det fysiske produkt. En digital avis kunne dog godt presses op i pris, hvis den havde ekstra muligheder såsom interaktive grafer, indbygget ordbog, frit zoombare kort m.m., men den måtte aldrig blive lige så dyr som papiravisen.

En anden bruger er mere til micro payments for enkelte artikler end faste abonnementer og ville give op til 5-6 kroner for en artikel, hvis den var virkelig god (og ikke gratis tilgængelig andetsteds). Skulle han have et fast abonnement på indhold visse han overveje det nøje, hvis han skulle give mere end 20-30 kr. Han ville mene at 100 kr. om måneden ville kræve at han så også havde et fast forbrug af produktet, og det vil han helst ikke være bundet til.

Perspektivering

Dette speciale er ikke ment som en anmeldelse af Berlingske til iPad, men denne app har som specialets primære eksempel fået megen opmærksomhed, og fortjener derfor også perspektivering.

De foregående afsnit tegner et forholdsvis negativt billede af Berlingske til iPad. Er det en rimelig kritik, eller bør jeg mistænkes for at have udeladt de positive kommentarer? Naturligvis har jeg ikke lavet en sådan manipulation af resultatet, men ud fra opgavens formål kan der være en tendens til, at jeg i diskussionen af app'en i højere grad kommer med konstruktiv kritik end med ros. Det kritiske syn på app'en er jeg under alle omstændigheder ikke ene om. App'en blev anmeldt i fagbladet Journalisten, hvor anmelderen, designkonsulent Ole Munk, også efterlyste lækkerhedsfaktoren og bl.a. gav den følgende ord med på vejen:

"Forvirringen forstærkes af den visuelle form, der får app'en til at fremstå som en lang, kun sparsomt prioriteret række af henvisninger, hvor læseren ofte må gætte sig til historiens indhold."¹⁰²

Det skal retfærdigvis siges, at Berlingske selv har kunne se nogle af problemerne. Kort før afleveringen af dette speciale kom der således en ny version (v. 1.2) af Berlingske til iPad, som tilføjer en række nye muligheder, hvoraf hovedparten er nogle, mine interviewdeltagere har efterlyst:¹⁰³

- Man kan nu vælge en anden oversigtsvisning, hvor artiklerne vises på en liste i stedet for i de her udskældte kasser med billeder og overskrifter.
- Artikler, der er offentligt tilgængelige på Berlingskes websites, kan nu deles via app'en via et del-symbol i venstre side af artikelvisningen.
- Artikler kan gemmes til senere læsning ved at trykke på et klipssymbol.
- Man kan nu klikke på en journalists navn for at se andre artikler, denne har skrevet. Dette blev ikke efterlyst i interviewene, men flere efterlyste, at der skete noget, når man klikkede på journalistens navn/mailadresse.

¹⁰² Munk 2012 – Journalisten nr. 2 2012 side 34

¹⁰³ Hovedpunkter fra <http://itunes.apple.com/dk/app/berlingske-til-ipad/id488705752?mt=8>

- I de artikler, hvortil der er skrevet læserkommentarer via Berlingskes websider, kan man læse disse kommentarer. Berlinske skriver, at det i en senere version også bliver muligt at kommentere fra app'en. Ingen af interviewdeltagerne gav imidlertid udtryk for at savne kommentarerne.

Disse nye muligheder fandtes i øvrigt allerede i BT's app, som udkom i slutningen af marts og bygger på samme grund-app som Berlingske til iPad.

Validitet

Inden jeg konkluderer på opgaven vil jeg argumentere for validiteten af mine resultater. Jeg har på intet tidspunkt bildt mig selv eller læseren ind, at det, jeg her kommer frem til, er generelt gældende for alle iPad-brugere. Dette er en kvalitativ undersøgelse med få deltagere og et kvantitative perspektiv er helt fravalgt. Ud fra metode-beskrivelserne bør det imidlertid være muligt at gentage undersøgelsen og teste den i forhold til andre brugere, evt. en større gruppe. Det, resultaterne kan bruges til, er at finde fokuspunkter i et eventuelt videre arbejde med at skabe (eller undersøge mulighederne for at skabe) værdi for brugerne igennem nyhedstjenester til iPad.

Ingen af interviewdeltagerne læser jævnligt Berlingske som papiravis eller har Berlingskes webside som foretrukken nyhedsweb, og ingen af dem havde afprøvet Berlinske til iPad på forhånd. Havde jeg interviewet folk, der læser Berlingskes medier til daglig, kan man forestille sig, at de ville tegne et mere positivt billede af Berlingske til iPad. De ville dels være vant til den type af og tonen i den journalistik, som Berlingske skriver, og de ville være vant til Berlingskes univers, herunder fx sektionsoptegnelser. Jeg ser primært deltagerne ikke-brug af Berlingske som en positiv ting, idet jeg så kan være sikker på, at de ikke bare lovpriser Berlingske til iPad fordi de er vant til Berlingskes produkter og sædvanligvis synes godt om dem. Men når det er sagt, kan personer, der er vant til Berlingskes artikler og univers, måske finde app'en mere tiltalende og være mere positivt indstillede ift. den.

Det at jeg adskiller indholdselementer, overblik, navigation og interaktion i forskellige analysedimensioner kan virke som en mærkelig opdeling når det netop er samspillet mellem disse, der kan gøre iPad-nyhedsoplevelsen unik. Imidlertid er det også vigtigt at forstå dem hver især og kunne skelne klart imellem, hvor det er det ene og hvor det er det andet, der giver en øget værdi.

Mit valg af analysekategorier og -dimensioner er måske det, der i størst grad kan påvirke undersøgelsen. Som jeg har argumenteret for, finder jeg det oplagt at bruge tilgange fra flere forskellige faglige traditioner for at få det bredest mulige blik på, hvad det er, iPad'en tilbyder som platform for nyhedstjenester. Der er således ingen af de kategorier, jeg har brugt, som jeg ville mene kunne undværes, og jeg har omvendt heller ikke under mine interviews bemærket, at der manglede tilgange for at forstå det, deltagerne gerne ville ud med.

Brugerne har i denne undersøgelse endda fået mulighed for at udtale sig to gange og derved rette op på eventuelle misforståelser. Der er naturligvis stadig ingen garanti for, at alle misforståelser er blevet fanget, men chancen for det er blevet væsentligt større.

Konklusion

Gennem kvalitative interviews med fire iPad-brugere har jeg undersøgt deres vaner og præferencer omkring iPad'en i nyhedssammenhæng. Ved at interviewe dem igen efter et halvt år, har jeg desuden fået indblik i, hvordan deres vaner og præferencer har ændret sig fra de var forholdsvis nye iPad-brugere og til de blev mere erfarne. Dette har resulteret i et indblik i deres tanker omkring, hvad der kan skabe værdi i et nyhedsprodukt til iPad. Dette indblik har jeg i analysearbejdet inddelt i fire kategorier med hver tre underpunkter, samt en femte kategori, der giver indblik i, hvorvidt den skabte værdi også kan omsættes til kontant værdi for dem, der evt. skal levere nyhedsprodukter på iPad.

Berlingske til iPad er et eksempel på et nyhedsprodukt til iPad, og brugernes holdning til denne app er undersøgt i anden interviewrunde. Holdningen er desværre for Berlingske ikke positiv. Berlingske har ellers kaldt deres app for den eneste seriøse udfordrer til printavisen, men brugernes kommentarer peger nærmere på, at det er et useriøst bud på en nyhedstjeneste, som kun i ringe grad formår at udnytte iPad-plattformen til at skabe værdi. Den indeholder for mange interaktionsmæssige uhensigtsmæssigheder (idet den ikke overholder normale konventioner for gestures), har for få af de efterspurgte funktioner (idet den ikke giver mulighed for at dele eller gemme artikler), giver for dårligt et overblik (idet visningen i nyhedsoversigten er forvirrende og mangelfuld), indeholder for få gode artikler (eller er for dårlig til at prioritere de gode artikler så brugerne ser dem) og er alt for dyr (idet den koster det dobbelte af den højeste pris, den blev anslået til).

Der var således ingen af brugerne, der havde lyst til at købe Berlingske til iPad. Dette skal dog ses i relation til, at kun én af brugerne før har brugt penge på nyhedsindhold til iPad'en. Yderligere to mente, de ville være villige til at betale, hvis det rigtige produkt til den rigtige pris dukkede op, men de klarer sig indtil videre ligesom den fjerde bruger med gratis tjenester og mener ikke, Berlingske til iPad i den afprøvede version (version 1.0) er værd at betale noget for.

Mht. værdikategorien er konklusionen, at det er en udfordring at få brugerne til at betale for en nyhedstjeneste til iPad, da de stiller krav om unikt indhold som præsenteres for dem på en overskuelig måde igennem et gennemarbejdet interface, som giver de rette muligheder. Selv hvis dette er opfyldt, vil de langt fra betale en pris på niveau med den for Berlingske til iPad. Mens én er villig til at betale omkring det halve af prisen for sin lokalavis, er en anden mere tilbøjelig til at købe artikler enkeltvis til få kroner, hvis det bliver muligt via micro-betaling.

På indholdssiden er det vigtigt for brugerne at de får det rette indhold på en overskuelig måde, hvilket for nogen er i listeform og for andre er i en form, der minder mere om aviser og websiders opsætning. Det er individuelt, hvad det rette indhold er, men sortering og fokusering er vigtige værdier for alle i selve præsentationen af indholdet. Der må ikke være forstyrrende elementer og brugerne skal gerne både have nyheder, som er tilpasset deres personlige interesser, og nyheder, som er prioritet journalistisk og som kan indeholder små overraskelser og almennyttige nyheder. Det er vigtigt at kunne danne sig et hurtigt overblik, og dette overblik skal ligesom artikelvisningen være velfungerende uanset hvordan iPad'en vendes. Ekstra værdi på indholdssiden kan skabes gennem fx interaktive grafer, der kan manipuleres af brugeren.

Mht. interface-oplevelse, så er det vigtigt at de muligheder for fx zoom, som brugerne er vant til at bruge på iPad'en, også virker i nyhedstjenesten. Tjenesten skal være intuitiv, ikke så meget fordi brugerne ikke nok skal finde ud af at bruge den alligevel, men mere fordi det intuitive skaber en lækkerhedsfaktor, hvis mangel kan være frustrerende. iPad'ens muligheder for forskellige gestures kan med fordel anvendes, men det skal være på en meningsfuld måde og ikke bare for at gøre det på en ny måde. Twitter-brugerne i undersøgelsen ser Twitter som en god måde at interagere med en lang liste af artikler på en måde, hvor korte nyheder med en håndbevægelse kan udvides og lige så nemt lukkes ned igen. iPad'en har gennem sine fysiske egenskaber og sine interaktionsmuligheder nogle affordances, som i sig selv opleves som værdifulde og kan udnyttes på mange måder

iPad'en bruges i mange forskellige sammenhænge og der er således ikke et entydigt svar på kontekst-analysespørgsmålet. iPad'en opfattes dog som særligt god til visse kontekster, og et produkt særligt designet til disse kan derfor være værdiskabende. Det drejer sig bl.a. om sofa-konteksten, hvor iPad'en bruges til afslappende underholdning såsom sociale medier og nyhedslæsning, både i kortere og længere tid ad gangen. Her såvel som andre steder bruges den ofte til hurtigt at slå noget op, evt. i forbindelse med, at man hører om en nyhed via en anden platform. Den hurtige, sporadiske brug er således væsentlig at tage højde for. iPad'en tilbyder dog samtidig en god fordybende oplevelse i kraft af den med sine apps lægger op til single-tasking. Den har derudover en anden måde at være social på end en computer, idet den ikke afskærmer brugeren fra omverdenen på samme måde.

Mht. medierelationer er det netop computeren, der minder mest om iPad'en, selvom iPad'ens iOS-styresystem og dertilhørende brug af apps naturligvis giver associationer til iPhonen. iPad'en adskiller sig fra pc'en ved at være hurtig at finde frem og starte op, og virker hurtig i brug pga. den direkte interaktion med indholdet på skærmen og de fokuserede muligheder i apps. For nogle overtager iPad'en helt nyhedssurfingen fra pc'en og for andre er det Tekst-tv, der ikke længere bliver brugt til nyheder pga. iPad'en. iPad'en overtager således lige så stille nyhedsforbruget fra andre platforme, og de brugere, der holder avis, er i løbet af det halve år mellem de to interviews blevet mere tilbøjelige til at droppe avisen til fordel for en iPad-nyhedstjeneste, dog uden at have gjort det endnu.

Litteraturliste

Bøger/udgivelser

Bolter, Jay David & Grusin, Richard, 1999, "Remediation: Understanding new media", udgivet af MIT Press, Cambridge.

Finnemann, Niels Ole, 2006, "Co-evolution of Old and New Media" i "The impact of internet on the mass media in Europe" redigeret af Nikos Leandros, udgivet af Arima publishing, Suffolk.

Gibson, James J., 1977, "The Theory of Affordances" i "Perceiving, acting, and knowing" redigeret af Robert Shaw & John Bransford, udgivet af Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale New Jersey.

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend, 2009, "Interview", 2. udgave, udgivet af Hans Reitzels Forlag, København.

Norman, Donald A., 1990, "The design of everyday things", oprindeligt udgivet i 1988 som "The psychology of everyday things", udgivet af Doubleday, New York.

Norman, Donald A., 1999, "Affordance, Conventions, and Design" i "Interactions", Bind 6, hæfte 3, maj/juni 1999, ACM, New York.

Trost, Jan & Jeremiassen, Lise, 2010, "Interview i praksis", udgivet af Hans Reitzels Forlag, København.

Van den Broeck, Wendy; Lievens, Bram, & Pierson, Jo, 2007, "Reinventing newspapers in a digital era: The mobile e-paper" i "Mobile media 2007" redigeret af Gerard Goggin & Larissa Hjorth, udgivet af University of Sydney.

Webkilder

Det er den 4. maj 2012 tjekket, at alle de nedenstående websider stadig er tilgængelige og stadig indeholder den information, der refereres til.

Abraham, Linda & Block, Berit, Januar 2012, "Connected Europe",
http://cdn.bizcommunity.com/f/1201/Connected_Europe_White_Paper.pdf

Andreassen, Andreas Marckmann, 9. September 2011, "Nu satser udgiverne på betalt indhold på tablets", <http://journalisten.dk/nu-satser-udgiverne-pa-betalt-indhold-pa-tablets>

Apple inc., 2010, præsentation af iPad'en, <http://www.apple.com/apple-events/january-2010/>

Apple inc., 15. februar 2011, "Apple Launches Subscriptions on the App Store",
<http://apple.dk/pr/library/2011/02/15Apple-Launches-Subscriptions-on-the-App-Store.html>

Berger, Matt & Niccolai, James, IDG News Service, 12. november 2001, "Gates Unveils Portable Tablet PC",
http://www.pcworld.com/article/70503/gates_unveils_portable_tablet_pc.html

Berlingske Media, 24. Januar 2012, <http://www.b.dk/tech/her-er-berlingskes-serioese-alternativ-til-printavisen>

Brown, Mark, 10. Juni 2011, Apple drops controversial in-app subscription rules", <http://www.wired.co.uk/news/archive/2011-06/10/apple-removes-silly-rules>

Danmarks Statistik, "Nyt fra Danmarks Statistik" nr. 229 2012: "Elektronik i hjemmet 2012", <http://www.dst.dk/pukora/epub/Nyt/2012/NR229.pdf>

DR Medieforskning, 2012, "Medieudviklingen 2011",
http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/D0F84992-F0E6-4107-A2B2-72B6F35B42D4/3471656/medieudv2011_download.pdf

Diaconescu, Adrian, 30. marts 2012, "Apple's war on Android gets major blow in the form of 1994 'future tablet' video"
<http://www.androidauthority.com/apple-samsung-patent-war-69575/>

Economist Group, The, <http://www.economistgroup.com/leanback/what-is-lean-back/>

Imano, 1. Juni 2011, "UK iPad usage infographic",
http://idea.imano.com/2011/06/uk-ipad-usage-infographic/uk_ipad_usage_infographic/

Jobs, Steve, april 2010, "Thoughts on Flash",
<http://www.apple.com/hotnews/thoughts-on-flash/>

Kamil, Carolina, 23. april 2012, "Aviserne har ingen svar på den digitale udfordring", <https://www.mm.dk/aviserne-har-ingen-svar-p%C3%A5-den-digitale-udfordring>

Kelly, Meghan, 7. Marts 2012, <http://venturebeat.com/2012/03/07/ipad-tablet-market/>

Lavrusik, Vadim, 10. August 2010, "How News Consumption is Shifting to the Personalized Social News Stream",
<http://mashable.com/2010/08/10/personalized-news-stream/>

Madsen, Jens Jørgen, 13. August 2009, "Analyse: De unge læser ikke avis",
<http://journalisten.dk/node/13595>

Nielsen, Jakob, 1995, "Two Basic Hypertext Presentation Models",

<http://www.useit.com/alertbox/hypertextmodels.html>

Nielsen Wire, 5. April 2012, " Double Vision – Global Trends in Tablet and Smartphone Use while Watching TV",

<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/?p=31338>

Rainie, Lee, 23. Januar 2012, " Tablet and E-book reader Ownership Nearly Double Over the Holiday Gift-Giving Period",

<http://libraries.pewinternet.org/2012/01/23/tablet-and-e-book-reader-ownership-nearly-double-over-the-holiday-gift-giving-period/>

Reichenstein , Oliver, 21. oktober 2010, " iPad: Scroll or Card?",

<http://www.informationarchitects.jp/en/ipad-scroll-or-card/>

Russell, Brandon, 14. Februar 2012, "Tim Cook Attributes iPad's Success to iPhone, iTunes Ecosystem",

<http://www.technobuffalo.com/companies/apple/ipad/tim-cook-attributes-ipads-success-to-iphone-itunes-ecosystem/>

Svith, Flemming Tait, 2. November 2006, "Slutningsformer",

<http://www.update.dk/cfje/VidBase.nsf/ID/VB01400201>

Topolsky, Joshua, 3. marts 2011, "Editorial: It's Apple's 'post-PC' world -- we're all just living in it"

<http://engadget.com/2011/03/03/editorial-its-apples-post-pc-world-were-all-just-living/>

Wilcox, Joe, 2011, "5 things Apple borrowed from Android for iOS 5"

<http://betanews.com/2011/06/07/5-things-apple-borrowed-from-android-for-ios-5/>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Eksempler på apps

Bilag 2: Interviewguide til første runde

Bilag 3: Interviewguide til anden runde

Bilag 4: Præsentation af interviewdeltagere

Derudover:

Mappen "Transskriptioner" indeholder transskriptioner af alle interviews.