

GENERATIONER AV MOBILBRUK

GÖRAN BOLIN

Mobiltelefonen är sedan länge det medium som flest personer i Sverige, liksom i många övriga länder, använder i sitt vardagliga liv. Mobiltelefonen kan också sägas vara det medium, som genom sin allstädes närvaro, bidragit till att våra liv kan beskrivas som vad den holländsk-amerikanske medieforskaren Mark Deuze (2011) kallar för ett "medieliv" (media life), dvs. ett liv som inte levs *tillsammans med* medierna, inte heller *genom* medierna, utan snarare *i* medierna. Deuzes tankar om detta medieliv kan förvisso betraktas som ett smart sätt att muta in ett konceptuellt område. Men tankarna är inte nya. De kan till exempel relateras till vad framlidne professor Kjell Nowak (1996) för ett halvtannat decennium sedan reflekterade över i ett kapitel om "Medier som materiell och mental miljö". Här distingerade Nowak mellan socialt *samspel med* mediemiljön (dvs. de sätt på vilket vi interagerar med olika medier, t.ex. genom datorspelande), *samspel genom* mediemiljön (dvs. när vi kommunicerar socialt via medier, och här pekar Nowak särskilt ut telefonen som ett sådant medium), och när vi *samspekar socialt i* mediemiljön. Denna form av *samspel* är också vad som Deuze syftar på, dvs. hur medierna på ett naturligt sätt är integrerade i den miljö inom vilket vi lever våra vardagsliv, och inom vilket vardagligt socialt *samspel* och umgänge sker. Det ska väl bemärkas att Nowak formulerade dessa tankar 1996; i Internets barndom, när e-post var en ny företeelse, när det inte fanns sociala nätverksforum med de sofistikerade gränssnitt som facebook, twitter, MySpace och YouTube erbjuder, och när andelen som hade tillgång till mobiltelefon låg strax under 50 procent.

För den generation som föddes ungefär vid den tidpunkten under 1990-talet framstår den mediemiljö vi lever och *samspekar med*, genom och i, som självklar. Dessa ungdomar sägs utgöra de "digital natives" som tar för givet den digitala miljöns möjligheter (Prensky 2001). Detta till skillnad från oss andra "digitala immigranter" som vuxit upp under andra mediala förhållanden, och för vilka den nya tekniken kan uppfattas med en viss skepticism, eller med en utforskande nyfikenhet. Diskurser kring digitala infödingar (och liknande begrepp som *nätgenerationer*; Tapscott 1998), har en förledande lättillgänglighet över sig, som ibland kan skymma det faktum att det också finns variationer bland personer uppvuxna under liknande mediala eller andra förhållanden. De har också med rätta mötts av en hel del kritik (t.ex. Bennett et al., 2008). Men de bygger alla på ett slags uppfattning om generationstillhörighet. Ty så lär oss den mer kritiskt orienterade teorin om generationer i Karl Mannheims (1928/1954) och andras efterföljd, att de medier som präglar våra uppväxtår – vår "formativa period" för att tala med

Mannheim – är också de medier genom vilkas grammatik vi kommer att läsa alla efterföljande medier (Gumpert & Cathcart 1985). Det betyder dock inte att alla digitala immigranter håller sig borta från den nya tekniken. Däremot betyder det att denna grupp inte har ett naturligt förhållningssätt till den, och att det därför också kommer att utvecklas skilda förhållningssätt inom den. I det följande ska vi – som vanligt – redovisa årets SOM-data kring mobil (telefoni), med ett särskilt fokus på de sätt på vilket skilda generationer förhåller sig vad gäller tillgång och användning. I tidigare analyser har arbetats utifrån tre generationer, konstruerade utifrån deras relation till specifika mediemiljöer under sina formativa år (Bolin 2008; Bolin & Westlund 2009). Dessa är för det första *radiogenerationen*, födda under 1930-talets första hälft och hypotetiskt präglade av radiomediet och de tryckta medierna. För det andra har fokuserats *TV-generationen*, födda under 1950-talet och uppväxta med det nya bildmediet. Den tredje generationen är *Internet-generationen*, födda under 1980-talet och präglade av internetns ankomst under sina formativa år.¹

Tillgång och användning

Svenskarnas tillgång till mobil är stor, och har de senaste åren legat runt 94-95 procent. Så också i 2010 års SOM-undersökning, där det framgår att drygt 93 procent av svenskarna har tillgång till en egen mobil. Man kan således betrakta det som att den svenska mobilmarknaden är mättad, åtminstone vad gäller tillgång till egen mobil. Idag är det dock vanligt att personer har mer än en mobil eller kontantkort (SIM-kort). Hur många detta rör sig om framgår inte av SOM-statistiken, men av en jämförbar regional studie i Stockholm framgår att 19 procent av de svarande hade två eller fler mobiltelefoner eller kontantkort.²

Att man har flera telefoner eller abonnemang/kontantkort har flera orsaker, men vanligast torde vara att man kombinerar ett privat nummer med en tjänstemobil. Om man specialstuderar dem som har tjänstemobil i SOM-undersökningen 2010 kan man konstatera att 38 procent anger att de också har ett abonnemang, och 14 procent kontantkort. Just fördelningen mellan kontantkort, abonnemang och tillgång till tjänstemobil skiljer sig också åt mellan kön och åldrar. Av tabell 1 framgår denna fördelning.

Jämfört med 2009 års SOM-undersökning kan det konstateras att andelen som har kontantkort minskar, främst till förmån till fasta abonnemang. Traditionellt har kontantkort varit mest populärt bland kvinnor, ungdomar och pensionärer, särskilt de allra yngsta som inte har någon egen inkomst samt de äldre pensionärerna. Så är det delvis fortfarande, men skillnaderna är mindre såtillvida att fler av de allra yngsta (16-19 år) och de allra äldsta (60-85 år) skaffat sig abonnemang. Vad gäller tillgång till tjänstemobil är det små skillnader jämfört med 2009. Av naturliga skäl är det främst de i arbetsverksam ålder som har tjänstemobil, varför de allra yngsta och de allra äldsta i högre grad saknar denna förmån.

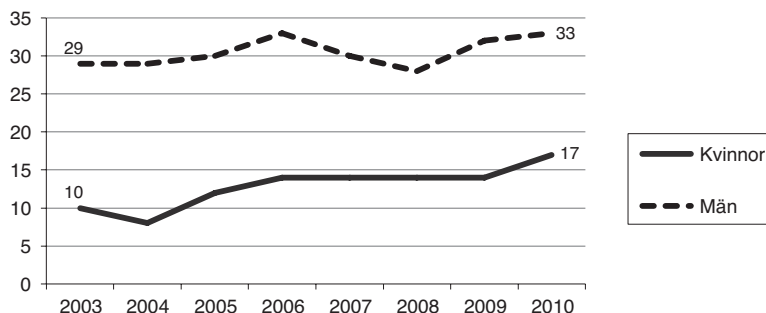
Tabell 1 Fördelning av olika typer av abonnemang bland mobilinnehavare, fördelat på kön och ålder 2010 med 2009 års siffror i parentes (procent)

	Kvinna	Man	Ålder								Alla
			15-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60-75	76-85	
Kontantkort	41	31	47(58)	30(40)	24(27)	19(26)	28(29)	33(39)	47(55)	60(68)	36(42)
Abonnemang	55	54	55(47)	60(61)	71(71)	66(60)	57(56)	(47)49	48(41)	45(36)	54(51)
Tjänste	17	33	(1)1	7(9)	20(21)	38(35)	35(40)	40(37)	17(13)	0(0)	25(24)
Antal svar	845	775	92	89	79	208	266	281	426	103	1544

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2009 och 2010

Även när man ser till de två könen minskar båda sin kontantkortsandel med fyra procentenheter. Vad gäller tillgång till fast abonnemang ökar båda könen även här, kvinnorna dock mest, vilket gör att könen i just detta avseende är i stort sett jämlika. Denna jämlikhet gäller dock endast detta område, ty när vi betraktar statistiken för tillgång till tjänstemobil framträder den stora skillnaden könen emellan – precis som tidigare år. Under de år som SOM-undersökningarna mätt tillgång till mobil på ett mer detaljerat sätt har det funnits en tydlig skillnad mellan män och kvinnor vad gäller innehav av tjänstemobil. Som mest har tre gånger så många män som kvinnor haft tillgång till tjänstemobil. Idag har dock gapet krympt på så sätt att hälften så många kvinnor som män har tillgång till en av arbetsgivaren tillhandahållen mobil, vilket framgår av Figur 1 nedan. Ska man se till den hastighet med vilken denna ”utjämning” av könsskillnaderna sker, kommer det dock att dröja många år innan kvinnor har lika stor tillgång till denna löneförmån som män.

Figur 1 Innehav av tjänstemobil uppdelat på kön 2003-2010 (procent bland mobilinnehavare)



Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2003- 2010

Nytt för 2010 års SOM-undersökning är en fråga om innehav av så kallade smartphones, eller pekskärmsmobiler. iPhone och liknande smart-phones har, som bland annat Gerard Goggin (2009) påpekat, inneburit ett överbryggande mellan mobiltelefonen och datorn/lap-topen. Tillsammans med den snabba utvecklingen av bredband (jfr. Colombo & Fortunati 2011), inte minst trådlösa bredbandsnätverk och 3G-teknik, har smartphonens olika applikationer vunnit terräng, liksom olika läsplattor (tablet computers) av typen iPad. Just kombinationen av 3G och trådlösa nätverk skapar nya beteenden. Flera av dessa beteenden får vi återkomma till i framtida SOM-undersökningar då de inte ingått i 2010 års frågebatteri, men vad gäller smartphones/pekskärmsmobiler kan vi uttala oss redan i år.

Vad gäller tillgång till pekskärmsmobiler kan det konstateras att det – kanske föga förvånande – främst är de unga männen som har tillgång. Av dem som har mobiltelefon är det 20 procent som har en smartphone (17 procent av kvinnorna och 23 procent av männen). Ser man till kön och generation fördelar sig innehavet enligt tabell 2.

Tabell 2 *Innehav av smartphones / pekskärmsmobiler uppdelat på kön och generation (procent)*

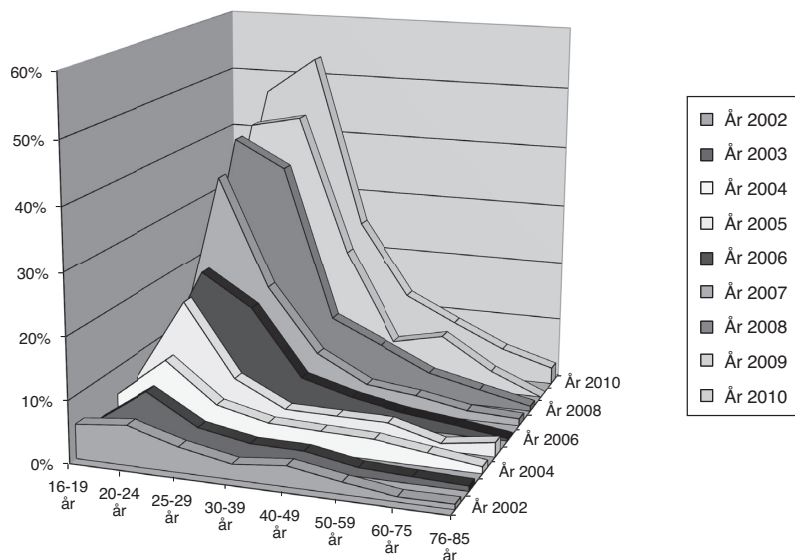
	1980-talister	1950-talister	1930-talister	Total
Kvinna	35	7	4	17
Man	38	24	0	23
Alla	36	16	2	20
Antal svar	111	205	108	1544

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Tillgången till pekskärmsmobiler är alltså större bland männen. Samtidigt kan man konstatera att den skillnaden främst beror på könsmissiga ojämlikheter i tillgång i de två äldre generationerna, framför allt bland 1950-talisterna (den äldsta generationen består av få personer och de fyra procenten motsvaras av fyra personer). Här tycks 1950-talsgenerationen vara uppdelad i två könsmissigt bestämda generationsenheter, vilka intar två skilda förhållningssätt gentemot den nya tekniken.

Fast telefoni under utfasning

Mycket talar för att den fasta telefonin är under avveckling. Ser vi till den trend som varit sedan 2002, finner vi att allt färre ungdomar tycks skaffa fast telefoni när de flyttar hemifrån. Figur 2 redovisar förändringen över tid.

Figur 2 Avsaknad av fast telefoni i olika åldersgrupper 2002-2010 (procent)

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2002-2010.

Som tydligt framgår av figur 2 ökar den andel som saknar tillgång till fast telefoni för vart år. Det är, och har länge varit, en stabil trend att ungdomar som flyttar hemifrån inte skaffar fast telefonabonnemang, ett beteende som man också bär med sig när man blir äldre. Därav det vågformade mönstret i användning som illustrerat i figur 2. I årets SOM-mätning är det också första gången en åldersgrupp domineras av personer som inte har tillgång till fast mobil, då 25-29-åringarna nu har passerat denna gräns. Det är en åldersgrupp som börjar närma sig den ålder då familjebildning och barnafödande tar vid, och i generationstermer betyder detta att det snart kommer att börja utvecklas generationer som aldrig kommer att ha någon erfarenhet av den fast telefonins mer kollektiva karaktär. En fast telefon utgör ju en kommunikationskanal till ett hushåll, medan en mobil är personlig. Redan nu kan man göra anekdotiska iakttagelser av ungdomar som aldrig svarar i familjens fasta telefon trots att den ringer, med hänvisning till att samtalet ändå inte är riktat till dem, eftersom de personer som vill nå just dem skulle ringa deras mobiler.

Mobilens funktioner och applikationer

De allt annat överskuggande användningsområdena för mobilen är att ringa och skicka SMS-meddelanden (se också Oscar Westlunds kapitel i denna volym). Särskilt

för de två äldre generationerna, och särskilt om man tittar på användning på daglig basis, som i tabell 3. För den allra äldsta generationen är mobilen och tydligt en mobil *telefon*. Visserligen är det en mindre grupp 1930-talister som använder SMS-funktionen på daglig basis, men övriga funktioner använder man mer sällan eller aldrig. Den enda generation som upparbetat dagliga rutiner för att söka info, engagera sig i sociala nätverksmedier, lyssna på musik och ta del av nyheter, är 1980-talisterna. Det är också i denna generation som tillgången till pekskärmsmobiler är som störst.

Tabell 3 *Daglig användning av olika mobilfunktioner, efter generation 2010 (procent bland mobilinnehavare)*

	Ringa	SMS	MMS	e-post	Sociala medier	Info	Musik	TV/video	Nyheter	Antal svar
1930-talist	33	9	2	1	0	1	0	1	2	91-104
1950-talist	73	40	3	10	1	3	1	1	4	202-204
1980-talist	85	81	5	12	18	14	11	4	12	110
Alla	68	48	5	10	7	5	4	2	5	1493-1527

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Av tabell 3 framgår att den yngsta generationen är den som är mest aktiv vad gäller att utnyttja funktioner och applikationer utöver att samtala och skicka och ta emot sms. Att skilja ut den generationsanvändning som kan kopplas till pekskärmsmobiler låter sig inte göra på grund av att grupperna blir för små. Dock kan man skilja ut användningsmönstren för dem som använder smartphones från övriga mobilinnehavare rent allmänt.

Tabell 4 *Daglig användning av olika mobilfunktioner, uppdelat på pekskärmsmobilinnehavare och övriga mobilinnehavare 2010 (procent)*

	e-post	Sociala medier	Information	Musik	TV/video	Nyheter	Antal svar
Mobil	8	5	6	4	2	5	1203
Pekskärms-mobil	34	25	20	12	4	19	301

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Av tabell 4 framgår tydligt den skillnad i användningsmönster som innehav av en pekskärmsmobil för med sig. Användning av e-post på daglig basis är fyra gånger vanligare bland innehavare av smartphones, och statusuppdatering med mera på sociala nätverksmedier är fem gånger vanligare. Att söka information, ta del av

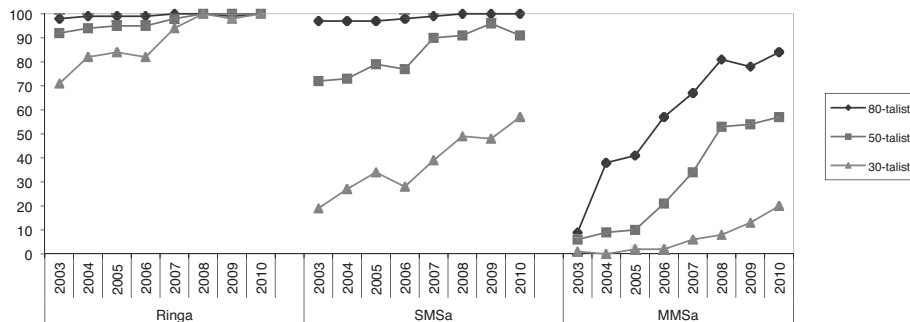
nyheter och lyssna på musik är alla tre till fyra gånger vanligare om man kan utnyttja en pekskärmobil. Att ta del av audiovisuella klipp och rörliga bilder, t.ex. från YouTube (som ingår som standardapplikation på iPhones), är dock inte lika vanligt, och här tycks det vara fråga om en aktivitet som inte görs på daglig basis. Om man i stället betraktar tittande på rörliga bilder på veckobasis finner man 23 procent av smartphoneanvändarna gör detta någon gång i veckan eller oftare, medan motsvarande siffror för innehavare av ”vanliga” mobiler är 6 procent. Att se rörliga bilder på veckobasis är därmed fyra gånger så vanligt om man har en pekskärmobil.

Med tanke på att det är de yngre generationerna – framför allt den allra yngsta – som är de som i störst utsträckning har tillgång till pekskärmobiler kan man dock sluta sig till att det också är de som står för aktiviteterna för mobilens nya användningsområden.

Tre mobilgenerationer

I de senaste årens SOM-rapporter har de tre generationer som stått i fokus i det ovanstående följts vad gäller tre användningsområden: att ringa, att skicka textmeddelanden (SMS) och att skicka bilder (MMS). Tanken har varit att se hur de tre generationerna utvecklar sina förhållningssätt till dessa tre dimensioner av användning. Även i år redovisar vi dessa mönster i figur 3 nedan.

Figur 3 Ringande, SMSande och MMSande 2003-2010 (procent bland mobilinnehavare)



Kommentar: Användning här definierad som användning över huvud taget.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2003-2010.

Som framgår av figur 3 sker det inga dramatiska förändringar i användningen. Även om man fortfarande kan finna anledning att förhålla sig en smula avvaktande till generationstrenden vad gäller dessa tre dimensioner av mobilanvändning är ten-

densen tydlig: de ”digitala infödingarna” i den yngsta generationen anammar de nya funktionerna betydligt snabbare än de två övriga generationerna. Den äldsta generationen utnyttjar också mobilens textningsmöjligheter och funktionen att skicka bilder i betydligt lägre grad. Den enda funktion som anammats av alla är att ringa, vilket också gör att det trots allt fortfarande kan finnas en poäng med att se mobilen som en tingest med ursprung i den fasta telefonin: ett medium för interpersonell, muntlig kommunikation på distans. Visserligen är det i 2010 års mätning en majoritet av den äldsta generationen som utnyttjar textfunktionen (57 procent), men det är knappast troligt att vi kommer att få se några kvalitativa språng i utvecklingen här. De generationsmässiga strukturer som utvecklats inom denna generation skapar en tröghet i användningen, där nya funktioner anammas ytterst försiktigt, och i vissa fall inte alls. Med tanke på resultaten i tabell 3 ovan, förefaller det därför inte troligt att de än nyare funktionerna (e-post, tittande på TV/video eller musikanvändning) kommer att slå igenom på bred front i denna den äldsta generationen. Huruvida man ska betrakta denna generation som digitala immigranter som tampas med de digitala mediernas alltför komplicerade grammatik, eller om de betraktas genom någon annan teoretisk lins är möjligen för tidigt att avgöra. Att det finns generationsmässiga skillnader torde dock stå utom allt tvivel.

Noter

- ¹ Rent tekniskt är generationerna konstruerade av dem födda 1931-1937, 1951-1957 och 1981-1987. Syftet har varit att söka hålla samman en koncentrerad ålderskohort med den baktanken att deras erfarenheter inte ska skilja sig åt alltför mycket (därför har inte hela decennier valts).
- ² Studien ingår i serien Skiftande medielandskap vid Södertörns högskola, och utgörs av en enkät distribuerad till 3.000 personer i södra Stockholms-området. Svarefrekvens år 2010 var 47%, vilket är lägre än för den nationella SOM-undersökningen, men fullt jämförbart med SOM i storstadsområden, där svarefrekvensen generellt sett är lägre (jfr det avslutande metodkapitlet i denna volym).

Referenser

- Bennett, Sue, Karl Maton & Lisa Kervin (2008): “The ‘Digital Natives’ Debate: A Critical Review of the Evidence”, i *British Journal of Educational Technology*, vol. 39(5): 775-786.
- Bolin, Göran (2008): ‘Mobila generationer i skilda världar’, i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red): *Skilda världar*, Göteborg: SOM-institutet, s. 435-444.

- Bolin, Göran & Oscar Westlund (2009): "Mobile Generations. The Role of the Mobile in the Shaping of Swedish Media Generations", i *International Journal of Communication*, vol. 3: 108-124.
- Colombo, Fausto & Leopoldina Fortunati (red) (2011): *Broadband Society and Generational Changes*, Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Deuze, Mark (2011): "Media life", i *Media, Culture & Society*, vol. 33(1): 137-148.
- Goggin, Gerard (2009): "Adapting the Mobile Phone: The iPhone and its Consumption", i *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, vol. 23(2): 231-244.
- Gumpert, Gary & Richard Cathcart (1985): "Media Grammars, Generations and Media Gaps", i *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 2(1): 23-35.
- Nowak, Kjell (1996): "Medier som materiell och mental miljö", i Ulla Carlsson (red): *Medierna i samhället. Igår, idag, imorgon*, Göteborg: Nordicom-Sverige, s. 159-176.
- Prensky, Marc (2001): "Digital Natives, Digital Immigrants", i *On the Horizon*, vol. 9(5): 1-6.
- Tapscott, Don (1998): *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, New York: McGraw-Hill.

