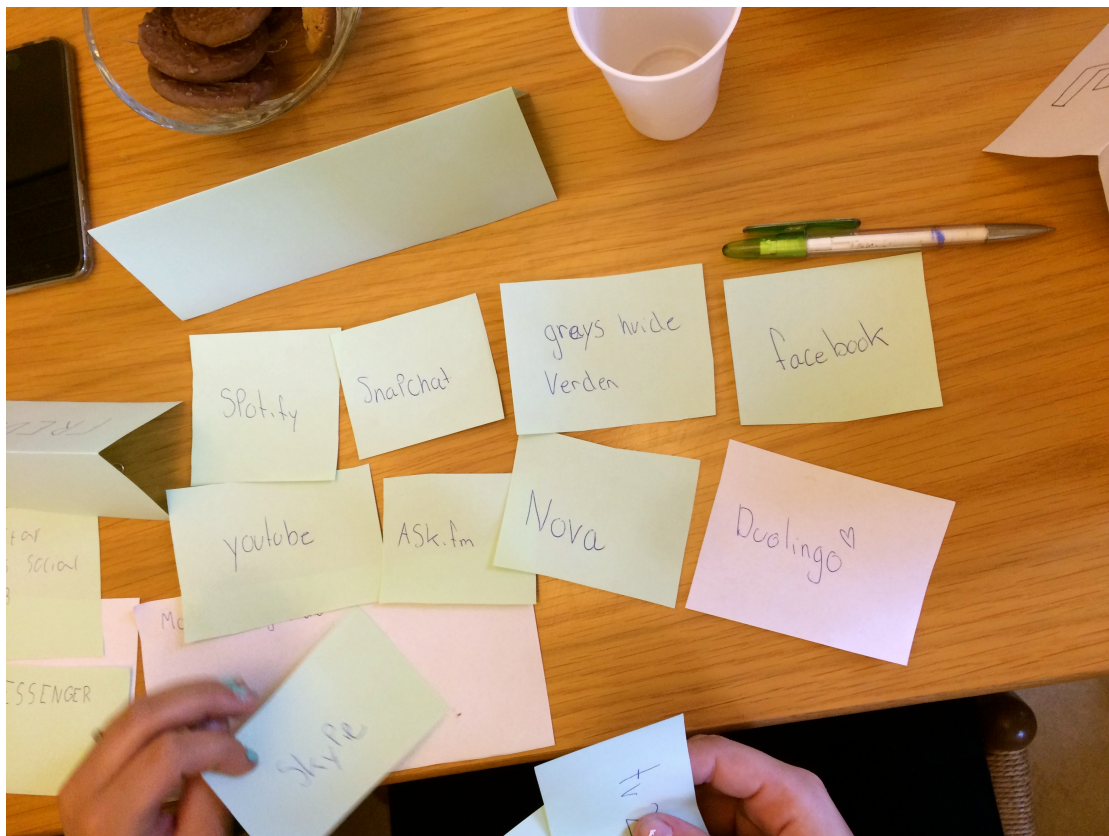


DR – i de unges tjeneste?

en undersøgelse af de 13-15-årige
danskernes mediebrug



Marie Neumann & Marie Emilie Falk Kvistbjerg

Speciale i Kommunikation, 10. semester

Vejleder: Nicolai Jørgensgaard Graakjær

DR – i de unges tjeneste?

en undersøgelse af de 13-15-årige danskeres
mediebrug

speciale

udarbejdet af

Marie Neumann
Marie Emilie Falk Kvistbjerg

Vejleder: Nicolai Jørgensgaard Graakjær

Specialets omfang

Antal anslag: 323.193

Sider: 134,7

Aalborg Universitet København
Kommunikation

10. semester

april 2016

”[...] det er svært lige præcis at ramme vores aldersgruppe fordi vi er snowflake generation altså vi vil alle sammen gerne være rigtig sådan forskellige,,

Amalie 15 år

Abstract

This thesis investigates the media use of Danish adolescents aged 13-15 years in relation to the Danish Broadcasting Corporation (DR). DR is a national public-service organisation that is, according to Danish legislation, obliged to provide public-service broadcasting to the entire Danish population. A noticeable lacuna, however, exists in the age-defined target audiences of DR's youth orientated TV channels – that of the 13-14 year old bracket. Due to investigating media use within a broader age range, 15-year-olds have been added to the bracket concerned. Thus, this study aims to answer the following research question: is it possible, in relation to DR, to generate public-service content directed at 13-15 year old Danes?

This study utilises an exploratory approach, with the examined empirical data being obtained through mixed methods involving quantitative and qualitative research. To begin with, statistical data relating to the media use, habits, and evolution of Danes, including adolescents, was processed using a secondary analysis on existing datasets from the media research departments of DR (DR Medieforskning), The Danish Agency for Culture (Kulturstyrelsen), and Danish Research Centre on Education and Advanced Media Materials (DREAM). Based on the results of this secondary analysis, three focus groups comprising of 18 participants within the 13-15 year old age bracket were generated. The aim of these focus groups was to produce qualitative data relating to the media use of 13-15 year olds and, by extension, obtain an understanding of the presence of DR in their media experience. Thus, these focus groups are the primary source of empirical data in this thesis.

The analysis of the quantitative and qualitative empirical data indicates two distinct patterns relating to the media use of 13-15 year olds: 1) A use of media content that is deeply rooted in individual interests; 2) The importance of a social feature. Furthermore, the aforementioned data was also studied using a theoretical framework comprised of a number of different sources, including "The Network Society" by Manuel Castells, Henry Jenkins' "Convergence Culture," Maffesoli's "Neotribes," as well as various other studies on youth and media. This resulted in a clarification of the two leading principles above, demonstrating that media convergence and the network society are the main reasons for the distinctive use of media within the investigated age group. The 13-15 year old bracket seeks out virtual communities and participates in online Neotribes in accordance with their individual preferences, the latter of which is potentially influenced by the construction of an identity based on the concept of "youth" and "being young." Ultimately, the analysis showed that DR needs to rethink its approach to the target group, with informants stating that they do not want content that is marketed towards "youth".

The empirical data derived from the focus groups shows that the investigated age group has minor knowledge of DR. Their use of DR's content and services is modest, with data indicating that the age group does not want to be connected with the image they associate with DR.

Finally, the above-mentioned empirical data and results were discussed and analysed further using different theories and perspectives relating to public-service broadcasting. It is seen that DR do not meet their public-service broadcasting obligations, due both to DR's non-inclusion of 13-14 year olds in their target groups and the target group's modest use of DR's content and services. DR is in danger of "losing a generation" if they do not include the investigated age group in their target groupings and cater to the patterns of media consumption typical of the 13-15 year old group - or, indeed, adolescents in general. This leads to the appraisal that the *raison d'être* of DR as a public-service organisation is under pressure.

This thesis concludes that it is possible for a public service broadcasting institution such as DR to create content for the 13-15 year old age bracket. Such content creation, however, should be designed according to the leading patterns of media consumption of the age bracket as discussed in this thesis in order to achieve maximum audience attraction and engagement.

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1: Indledning	3
1.1 Problemformulering	7
1.2 Specialets afgrænsning	7
1.3 Begrebspræsentation	8
1.3.1 Mediebegrebet	8
1.4 Specialets struktur	10
Kapitel 2: Forståelsesramme	12
2.1 Forskningsreview	12
2.1.1 Public service	12
2.1.2 Medier og samfund	13
2.1.3 Ungdom og unges mediebrug	17
2.2 Teori	20
2.2.1 Public service	20
2.2.2 Medier og samfund	26
2.2.3 Ungdom og unges mediebrug	30
Kapitel 3: Metode	35
3.1 Forskningsdesign	35
3.1.1 Kvantitativ tilgang	36
3.1.2 Kvalitativ tilgang	37
3.1.3 Kombination af kvantitativ og kvalitativ tilgang	38
3.2 Sekundær analyse som metode	40
3.2.1 Rapporternes afsæt	40
3.2.2 Videnskabsteoretisk refleksion	44
3.3 Fokusgruppeinterview	45
3.3.1 Udvælgelsesproces	45
3.3.2 Rekruttering	47
3.3.3 Fokusgruppens form	48
3.3.4 Strukturering	48
3.3.5 Gennemførelse	50
3.3.6 Ethiske overvejelser	51
3.3.7 Videnskabsteoretisk refleksion	51
3.4 Analysestrategi	52
Kapitel 4: Analyse	55
4.1 Opsummering fra sekundær analyse: Danske unges mediebrug	56
4.2 Analysedel 1: De 13-15-åriges mediebrug	56
4.2.1 Medier	57
4.2.2 Medieindhold	58
4.2.3 De 13-15-åriges mediebrug belyst med den sekundære analyse	62
4.2.4 Delkonklusion	64
4.3 Analysedel 2: Fremtrædende mediebrugsmønstre	65
4.3.1 Det differentierede mediebrug	66
4.3.2 Det sociale element	74
4.3.3 Interessebaserede fællesskaber	84
4.3.4 Delkonklusion	87
4.4 Analysedel 3: De 13-15-åriges forhold til DR	89
4.4.1 Delkonklusion	92
4.5 Analysedel 4: DR som public service-virksomhed over for de 13-15-åriges mediebrug	93

4.5.1 Status for DR hos de 13-15-årige.....	94
4.5.2 DRs forpligtelser som public service-virksomhed	96
4.5.3 Omstændigheder for ungdommen som livsperiode.....	99
4.5.4 DR under pres	100
4.5.5 Delkonklusion	101
Kapitel 5: Afrunding	103
5.1 Metodisk refleksion.....	103
5.1.1 Undersøgelsens kvalitet	105
5.2 Konklusion	109
5.3 Strategiske anvisninger til DR	111
5.4 Perspektivering	115
Litteraturliste	117
Bilagsoversigt	123

Kapitel 1: Indledning

Nærværende speciales interesse tager afsæt i en tilsyneladende inkonsistens. DR gennemførte i 2013 sin seneste kanalomlægning, der resulterede i et samlet udbud på seks tv-kanaler: DR1, DR2, DR3, DRK, DR Ramasjang (nu "DR Ultra") og Lille Ramasjang (nu "DR Ramasjang") (Vadstrup Thomsen, 2012). Fra DRs generaldirektør, Maria Rørbye Rønn, lød det, at seerne med kanalomlægningen ville få mere klart definerede og relevante public service-tilbud og opleve et DR, som følger med tiden og har betydning for danskerne (Vadstrup Thomsen, 2012). Ifølge medieforsker Frands Mortensens udtalelse til Politiken viste lanceringen også et mere målrettet DR: "DR tænker tydeligere, end stationen har gjort før, i målgrupper" (Boesen, 2012). I officielle formuleringer blev de enkelte kanalers målgrupper fastsat, herunder fik DR Ultra og DR Ramasjang klare profiler hvad angår alder (Boesen, 2012). Om DR3 udtalte DRs mediedirektør Gitte Rabøl til Mediefonen:

De yngre seere mellem 15 og 39 år får med DR3 en kanal, der skal være risikovillig, nytænkende og give plads til nye talenter. Vi skal respektere, at mange yngre seere orienterer sig mod underholdende og stærke programmer, men DR er ikke kun for sjov. Ambitionen er at sende public service, der udfordrer, skaber debat og giver indsigt og udsyn. (Mikkelsen, 2012, ¶ DR 3 - Danmarks nye ungdomskanal)

Ved specialets begyndelse havde både DR Ultra og DR3 aldersbestemte målgruppedefinitioner: DR Ultra er for de 7-12-årige og DR3 er for de 15-39-årige (DR, 2015a). I slutningen af specialets udarbejdelse er den aldersbestemte målgruppedefinition for DR3 slettet fra DRs hjemmeside og defineres nu ikke ved en specifik aldersbestemt målgruppe men som: "Den udfordrende og underholdende kanal til yngre seere" (DR, 2015a). For at vende tilbage til den inkonsistens vi ser i anledning af DRs kanalomlægning; vi undrer os over, at der er et aldersinterval, der ikke repræsenteres: nemlig de 13-14-årige. De unge i dette aldersinterval er ikke inkluderet i hverken DR Ultra eller DR3s målgruppedefinition. Frands Mortensens udtalelse om at kanalomlægningen viser et DR, der tænker tydeligere i målgrupper, er med til at forstærke vores interesse for, hvorfor netop de 13-14-årige er udeladt af målgruppedefinitionerne. Når vi kalder det en inkonsistens, at de 13-14-årige er udeladt af målgruppedefinitionerne, skyldes det, at DR har en public service-forpligtelse over for hele befolkningen i henhold til radio- og fjernsynslovens § 12 (Retsinformation, 2014a). Et modargument kunne være, at DR råder over andre kanaler og tjenester, som unge inden for dette aldersinterval kan benytte sig; eksempelvis DR1, DRK eller DRs radio- og app-tjenester. En udtalelse fra Rønn i artiklen "Unge klar til at droppe DR" (2014) i Berlingske indikerer, at unge er en vanskelig gruppe for DR:

[...] så har vi selvfølgelig en udfordring, hvad angår de unge, og det har vi haft i mange år. Vi har ikke været gode nok til at lave et tilstrækkelig stærkt public servicetilbud til de unge på TV. Men det spejler en tendens, der går igen over hele Europa. Og det er selvfølgelig også derfor, at vi har lavet DR3, der tager udgangspunkt i de unges virkelighed med emner, som de kommercielle kanaler ikke dækker. (Lindberg & Jensen, 2014, ¶ DR3 tager udgangspunkt i unges liv)

Denne udtalelse kan være med til at forklare de 13-14-åriges manglende inklusion i DRs målgruppedefinitioner. Om DR formår at fange de unge med public service-indhold, der ikke er tv, nævner Rønn ikke (Lindberg & Jensen, 2014). Citatet kan indikere, at tv ses som det mediemæssige udgangspunkt for at producere public service-indhold. Samtidig refereres der til, at tendensen ses flere steder i Europa. Det kan betyde at flere public service-virksomheder potentielt ikke laver tv, der fanger de unge. En anden mulighed er, at det er tv-mediet, der generelt ikke interesserer unge. I 2011 forsøgte DR sig med kanalen DR Mama, der var tænkt som "et vitamintilskud til de unge tv-seere" (Jürgensen, 2013). Kanalen havde til formål at ramme seere mellem 15-25 år, men lukkede ned efter kun ni måneder. Med DR Mama som en mislykket satsning på at ramme unge i nyere tid, kan det indikere, at unge som målgruppe er vanskelig at levere PS-tv-indhold til.

Eftersom Rønns citat (Lindberg & Jensen, 2014) er fra 2014 og DR Mama satsningen mislykkedes i 2012, er det relevant at se på, hvordan problematikken forholder sig i dag. I artiklen "De unge er den store udfordring for DR" (Ove Jensen, 2016) refereres der til Rønns besøg hos Nordvestnyt i Holbæk, hvor netop DRs manglende tag på de unge var et centralt emne. Rønn erkender, at problemet fortsat eksisterer og stiller store krav til DR (Ove Jensen, 2016). I en spørgerunde blev hun spurgt ind til, om det ikke er bekymrende, at unge bruger mange nye medier, hvortil hun svarede:

Jo, og derfor har vi meget fokus på det. Og til foråret lancerer vi en ultra-app¹ for de 7-12-årige. For hvis vi mister de store børn og de unge, kan vi regne os frem til, hvornår vi dør. (Ove Jensen, 2016)

Den dag i dag forekommer unge altså stadig som en udfordring for DR, og ud fra Rønns udtalelse (Ove Jensen, 2016), fremstår det, at DR selv er opmærksomme på problemet. Dog undrer vi os over, hvorfor opmærksomheden her rettes mod de 7-12-årige med Ultra app'en, og ikke involverer de ældre unge som de 13-14-årige. Det er oplagt at spørge om, hvorfor netop børn og

¹ Ultra app'en blev lanceret den 23. Marts 2016 (DR, 2016).

unge er så svære at tiltrække for DR? Det spørgsmål vil vi vende tilbage til, mens vi nu vil tegne et billede af, hvordan DR og public service (herefter: "PS") figurerer i det danske medielandskab.

Mediedirektør på DR, Gitte Rabøl, siger til Politiken: "Jeg husker ikke, at presset har været større fra konkurrenter, politikere og meningsdannere i de snart fem år, jeg har været mediedirektør." (Thorsen, 2015). DR er en omdiskuteret medievirksomhed, der udsættes for gentagen kritik i sin position som PS-virksomhed; Finansminister Claus Hjort Frederiksen vil ikke lytte til umusikalske amatører i X Factor, kommercielle kanaler råder DR til at eksperimentere med nye tv-formater frem for at producere danske versioner af udenlandske underholdningsprogrammer, og formanden for Danske Medier, Stig Ørskov, taler for at begrænse DRs udfoldelse på internettet, fordi det lægger et økonomisk pres på de private virksomheder (Thorsen, 2015). Rabøl fortæller (Thorsen, 2015), at presset kun er blevet større siden regeringsskiftet fra rød til blå blok i 2015, men at det også er et udfald af en presset mediebranche. Billedet viser sig ikke kun i Danmark, men ses også i Norge og i Storbritannien, hvor mediebranchen også føler sig presset og retter skylden mod PS-medierne. Rønn påpeger, at der er udfordringer, hvilket gælder både de kommercielle medier og PS-medierne:

Vi er alle udfordret af en digital omstilling, som går utrolig stærkt, og hvor "gamle" distributionsplatforme som trykte aviser, FM-radio og flow-tv erstattes af nye netbaserede medieplatforme: Vi deler, opdaterer, streamer og podcaster på livet løs. [...] Og hvis de danske mediehuse (DR inklusive) ikke kan følge med den digitale udvikling, er jeg sikker på, at der er reserveret plads til historiebøgerne til os alle. (Rønn, 2015)

Nævnte udfordringer er blot få eksempler på, hvilke kritikpunkter, DR møder som Danmarks eneste fuldt licensfinansierede PS-virksomhed (DR, 2015b). En debat der højst sandsynligt også intensiveres af, at licensafgiften er svær at komme udenom; alle over 18 år med et licenspligtigt apparat, herunder tv eller computer, smartphone eller tablet med internetadgang, skal være dækket af medielicens (DR, 2013a). Medielicensen er ikke alene en opkrævning fra DR for at finansiere sin medievirksomhed, men er lovsmæssigt fastlagt i § 1 "Bekendtgørelse om medielicens" (Retsinformation, 2014b). Medielicens fordeles til flere forskellige aktører, herunder TV2-regionerne og Radio 24Syv, mens DR er den aktør, der får størstedelen af licensmidlerne med 67 % (DR, 2013b). Betaling af medielicens vedrører dermed et stort antal af borgere i Danmark. DRs forholdsvis store andel af medielicensen kan være medforklarende til, at interessen for PS på DR optager mange og har en samfundsmæssig relevans. Eksempelvis når DR kritiseres for ikke at være tilstrækkeligt transparente i budgetter (Pedersen, 2015), og når formand for Dansk Journalistforbund, Lars Werge, argumenterer for, at DR bør bedømmes på indhold og forpligtelse og ikke på seer- og lyttertal (Werge, 2016). Et eksempel på, at PS er et begreb, der vedrører

offentlighedens interesse, ses med Kulturministerens nedsættelse af et sagkyndigt udvalg, hvis rolle er at:

[...] udarbejde et grundlag for overvejelser om public service-mediernes rolle i medievirkeligheden for de kommende år. Udvalgets arbejde strækker sig over to år og skal være afsluttet den 1. januar 2017. [...] Udvalget skal i den forbindelse opstille scenarier for, hvad dansk public service kan/bør være i fremtidens samfund og individualiserede og fragmenterede medieverden. (Kulturministeriet, u.å.a)

At drive PS fremstår ikke som en enkel opgave. Som det fremgår af citatet, må begrebets indhold muligvis gentænkes for at kunne møde de udfordringer, fremtiden måtte bringe.

For at vende tilbage til specialets mere konkrete interesse, vil vi følge op på førnævnte spørgsmål; hvorfor er netop børn og unge så svære at tiltrække for DR? Det er ikke specialets hensigt at fokusere på børn og unge i bred forstand, men den type lakune, vi ser mellem de aldersbestemte målgrupper på DR Ultra og DR3 er hermed vores afsæt for at undersøge det spændingsfelt, der eksisterer mellem angivne aldersinterval og DR som PS-virksomhed. For at skabe et bredere felt, vil vi undersøge en konstrueret aldersgruppe; de 13-15-årige. Med fokus på denne aldersgruppe² indtager specialet et modtagerperspektiv, hvor vi primært forholder os til aldersgruppens perspektiv og ikke analyserer på DR og deres udbud af indhold og tjenester. Aldersgruppekonstruktionen samt specialets modtagerperspektiv uddybes umiddelbart efter problemformuleringen.

Som angivet er DRs målgruppedefinitioner for kanalerne DR Ramasjang, DR Ultra og - indtil for nylig - DR3 baseret på alder, hvorfor nærværende speciale også baserer på en undersøgelse af et aldersinterval. Medie- og kommunikationsprofessor Jeanette Steemers (2013) har skrevet et essay om børns tv-kultur, hvori hun fremhæver, at tv-indhold ofte er relateret til alder og stadie frem for "[...] a classification focused on genres such as drama, information and entertainment." (Steemers, 2013, s. 103). Disse aspekter giver desuden anledning til at sætte spørgsmålstejn ved, om alder er en hensigtsmæssig målgruppeafgrænsning, hvad angår de unges mediebrug?

Med afsæt i ovenstående undrer vi os over, hvordan - og om overhovedet - de 13-15-åriges mediebrug involverer DRs tjenester? Hvad karakteriserer i grunden aldersgruppens mediebrug? DR ligger under et PS-krav om at levere indhold til hele befolkningen, men er det muligt for DR at inkludere de 13-15-årige inden for deres nuværende PS-rammer?

² Når vi fremadrettet i specialet anvender betegnelsen "aldersgruppen", refereres der til specialets konstruerede aldersgruppe: de 13-15-årige danskere.

1.1 Problemformulering

Med udgangspunkt i ovenstående indledning og problemfelt vil vi med dette speciale undersøge følgende problemstilling:

Med inddragelse af DR ønsker vi at undersøge, hvorvidt der kan specificeres et public service-indhold rettet mod de 13-15-årige?

1.2 Specialets afgrænsning

Ovenstående problemformulering besvares i specialets konklusion, men ydermere opererer specialets undersøgelse inden for et større felt. Heriblandt bidrager vi til en forståelse af, hvad PS er, herunder begrebets oprindelse, historie og nuværende lov- og kontraktmæssige rammer, og hvordan DR placeres heri. Derudover anskues det, hvorvidt det er hensigtsmæssigt at operere med alder, hvad angår medieindhold til unge. Samtidig demonstrerer vi, hvordan en undersøgelse af unges mediebrug metodemæssigt kan gribes an. I denne forbindelse bidrager specialets undersøgelse også generelt til at forstå de 13-15-åriges mediebrug.

Specialet anlægger et modtagerperspektiv. Dette skal forstås ud fra en kommunikationsmodel af Bruhn Jensen (2013), der er inspireret af Harold D. Lasswells' transmissionsperspektiv og Roman Jakobsons kommunikationsmodel. Modellen indeholder en 1) afsender, 2) en meddelelse og en 3) modtager, der kommunikerer gennem 4) en kanal. Ud fra denne model fokuserer vi på modtagerne, og i specialets kontekst omfatter modtagerne de 13-15-årige; deres generelle mediebrug og deres mediebrug relateret til DR. Samtidig interesserer vi os teoretisk for miljøet omkring afsenderen, hvilket udmøntes i specialets inddragelse af DRs formelle PS-rammer; hvad DR må leve op til som PS-virksomhed. Det er altså ikke selve indholdet, herunder meddelelsen, vi undersøger, hvilket blandt andet skyldes, at DR ikke har tv-indhold målrettet de 13-14-årige. Samtidig er det ikke vores hensigt at udforske kanalperspektivet.

Der er knyttet flere overvejelser til specialets konstruktion af aldersgruppen de 13-15-årige. Først og fremmest er det vores intention at inkludere det aldersinterval, der eksisterer i lakunen mellem DR Ultra og DR3s aldersspecifikke målgruppedefinitioner. De 15-årige er tilføjet ud fra ræsonnementet om, at vi ønsker at undersøge et bredere aldersmæssigt felt af unge. At det netop er de 15-årige der er tilføjet undersøgelsens interval skyldes, at de 13-15-årige som oftest repræsenterer de sidste klassetrin i folkeskolen, hvorfor der på papiret ikke syner stor forskel mellem dem. Yderligere skyldes det, at teenageårene starter, når man fylder 13 år. Havde vi valgt

at inddrage de 12-årige ville vi derfor bryde denne aldersafgrænsning, samt gå i karambolage med DR Ultras tween-inspirerede målgruppe på 7-12 år.

1.3 Begrebspræsentation

For at besvare specialets problemformulering finder vi det nødvendigt at redegøre for specialets betragtning af mediebegrebet og herunder forklare relevante begreber tilknyttet "medier". Præsentationen har således til formål at afklare hvilke betydninger disse begreber har, når de løbende anvendes.

1.3.1 Mediebegrebet

En definition af mediebegrebet er kompleks. Finnemann (2005) interesserer sig for denne kompleksitet, og argumenterer for, at mediebegrebet, med fremkomsten af digitale medier, må redefineres. Finnemann (2005) taler om, at medier må betragtes ud fra mediernes placering i kulturen, herunder mediernes brug. Således anskuer Finnemann (2005) ikke medier som apparater i fysisk form, eksempelvis som et tv eller en mobiltelefon, men mediet må betragtes ud fra den kontekst, hvori det anvendes. Vi vil ikke gå dybere ind i kompleksiteten, men ønsker at definere specialets forståelse af "medier" med udgangspunkt i "Medier og Samfund" (2013) af Bruhn Jensen. Han henviser til, at det tidligere var relevant at tale om massemedier og massekommunikation, men at man i dag oftere taler om "medier". Det skyldes, at flere medietyper er kommet til og at de i et vist omfang smelter sammen via konvergens mellem medierne (jf. afsnittet "Konvergens"). Ligesom Finnemann (2005) fremhæver Bruhn Jensen (2013) kompleksiteten i at udvikle et passende bredt og tværfagligt mediebegreb, men gør et forsøg i sin skelnen mellem medier af tre grader: "Når denne bog taler om medier af tre 'grader', snarere end om adskilte 'typer', er det, fordi disse forskellige medier på afgørende vis er overlejret og indlejret i hinanden." (Bruhn Jensen, 2013, s. 18).

Medier af første grad er mennesker, der fungerer som socialt formede ressourcer, og som er i stand til at udtrykke en bestemt forståelse af virkeligheden og kommunikere med andre om den. Hertil forstås at alle medier har et fælles udgangspunkt i den menneskelige bevidsthed.

Medier af anden grad betegnes som det, man tidligere har opfattet som massemedier: teknisk reproducerede og understøttede kommunikationsressourcer, der gælder uanset om publikum er fysisk tilstede eller ej, og om brugerne er mange eller få (Bruhn Jensen, 2013). Eksempler på disse medier er film, radio, aviser og bøger. Disse medier reproducerer og distribuerer udtryks- og forståelsesmuligheder, også betegnet modaliteter, på nye måder; eksempelvis når tale i radioen adskiller sig fra at stå og tale foran en forsamling, hvilket kendetegner medier af første grad.

Medier af tredje grad er de digitale medier. Grundlaget for digitale medier er den programmerbare computer, der kan karakteriseres som et meta-medie: "De generelle principper i den digitale computer gør det muligt *både* at simulere god gammeldags samtale og massekommunikation, *og* at udvikle nye former for mange-til-mange kommunikation som f.eks. Facebook." (Bruhn Jensen, 2013, s. 20). I dag er centrale digitale medier forskellige typer af eksempelvis bærbare computere og mobiltelefoner, der er forbundet med hinanden via internettet og andre netværk (Bruhn Jensen, 2013).

Tilsammen udgør de tre grader af medier kulturens store hjul, hvorigennem de forskellige grader af medier cirkulerer indhold, former og mening i samfundet (Bruhn Jensen, 2013).

Med afsæt i Bruhn Jensens mediedefinition (2013) vil vi nu redegøre for, hvordan vi i specialet forstår og bruger termer, der knytter sig til "medier".

Ved termen **medier** forstår vi både medier af anden og tredje grad; radio, tv, telefon, musikafspiller, computer og PlayStation etc. Det skal påpeges, at aviser og bøger ikke er medier, vi fokuserer på, på trods af disse er omfattet af medier af anden grad, idet vi kun er interesserede i de tekniske kommunikationsressourcer. Af samme årsag inkluderer vores mediebegreb ikke "mennesker", herunder medier af første grad. Vi betragter medier som værende fysiske og elektroniske apparater, og dermed indgår et digitalt medie som Skype, ud fra Bruhn Jensen (2013), ikke som et "medie" i vores betragtning men som et medieindhold, hvilket uddybes nedenfor.

Når vi enkelte steder omtaler **digitale medier**, er det med udgangspunkt i medier af tredje grad; her forstås eksempelvis mobile medier som mobiltelefon eller tablet, der er digitalt forankrede ved at være forbundet med hinanden via internettet og andre netværk.

Vi betragter den form for indhold, der tilgås på det givne medie som et **medieindhold**, eksempelvis som Skype, Youtube, Snapchat, Netflix, GTA, diverse tv-programmer etc. I denne definition indgår derfor flere niveauer af medieindhold. Som eksempel kan nævnes, at både kanalen DR3 men også programmet "Spørg mig om alt", som sendes på DR3, betragtes som medieindhold i specialets optik.

Når vi fremadrettet i specialet benævner et givent **mediebrug**, forstår vi, at et mediebrug er karakteriseret ved et menneskeligt brug af medier og dertilhørende medieindhold. Hermed et hypotetisk eksempel: Siljas mediebrug baserer sig blandt andet på at spille World of Warcraft (medieindhold) på sin computer (medie). Denne skelnen af mediebegrebet er valgt med

udgangspunkt i, at det er relevant at vide hvilke medier samt medieindhold, 13-15-årige bruger for at vurdere, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til denne aldersgruppe.

Sociale medier er ikke et fokusområde for Bruhn Jensen (2013) og derfor heller ikke et begreb, vi kan definere med udgangspunkt heri. Vi har af den grund fundet inspiration til denne begrebsafklaring hos Boyd og Ellison (2008), der definerer sociale netværkssider således:

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site. (s. 211)

Når vi i specialet omtaler sociale medier, er der tale om medieindhold i form af hjemmesider og/eller apps, der kan karakteriseres ud fra ovenstående definition af Boyd og Ellison (2008). Derudover tager nærværende begrebsafklaring af sociale medier udgangspunkt i, at der på sociale medier findes interaktionsmuligheder, således at brugerne kan interagere med hinanden på sitet. Eksempler på sociale medier er Facebook, Instagram og Snapchat.

Begrebet **traditionelt flow-tv** anvender vi ved tv, hvor sendefloden er programmæssigt planlagt af en kanaludbyder, eksempelvis DR og TV2, og som tilgås via tv-mediet. Det er en term, der blandt andet anvendes af DR Medieforskning (2015). Denne form for tv betegnes også "lineært tv" af Kulturstyrelsen (2015).

Streaming er en teknologi, der kendetegner indholdsleverandører og -distributører som eksempelvis Netflix og HBO, der udbyder programmer, serier, film etc., hvor seeren har kontrollen over, hvad og hvornår noget ses. Streaming betegnes også "on demand" af DR Medieforskning (2015) og Kulturstyrelsen (2015).

1.4 Specialets struktur

I det følgende beskrives specialets dele. Indeværende kapitel har haft til formål at indlede specialets interessefelt, afklare centrale begreber og sætte scenen for de efterfølgende kapitler. Følgende struktur udgør specialets dele med hensigt på besvarelse af specialets problemformulering.

Kapitel 2 - forståelsesramme

I dette kapitel præsenterer vi indledningsvist specialets forskningsfelt. Heri præsenteres til- og fravalg af teori og forskning. Således har afsnittet en afgrænsende funktion i forhold til de perspektiver, vi anvender fremadrettet. Efterfølgende præsenteres specialets teori, og dermed den teoretiske forståelsesramme, vi anvender i specialet.

Kapitel 3 - metode

Dette kapitel omhandler de metoder, vi i specialet anvender for at skabe empirisk materiale om aldersgruppens mediebrug. I afsnittet kommer vi med mixed methods ind på, hvorledes vi kombinerer kvantitativ og kvalitativ metode, og vi præsenterer specialets empiriske materiale; sekundær analyse af andre forskeres datasæt samt fokusgruppeinterviews. I relation hertil kommer vi ind på de videnskabsteoretiske implikationer forbundet med metoderne.

Kapitel 4 - analyse

Kapitlet indeholder specialets analyse af fokusgruppeinterviewene, henholdsvis i samspil med resultaterne fra den sekundære analyse (Bilag 7) og specialets teori. Denne analyse er delt i fire dele, hvori aldersgruppens mediebrug kortlægges, nuanceres med empiriske og teoretiske bidrag og slutteligt diskuteres analytisk.

Kapitel 5 - afrunding

Vi introducerer kapitlet med en metodisk refleksion over specialets proces, undersøgelse og resultaterne heraf. Efterfølgende runder vi specialets problemformulering af med en konklusion. Derefter præsenterer vi vores strategiske anvisninger til DR som PS-virksomhed, skabt på baggrund af specialets frembragte viden. Til sidst kommer vi ind på, hvorledes der fremadrettet kan forskes i andre vinkler relateret til specialets interessefelt i et perspektiverende afsnit.

Kapitel 2: Forståelsesramme

Nærværende kapitel skal give en forståelse for specialets teoretiske referenceramme. I afsnittet gennemgås teori og forskning, der har relevans for belysningen af specialets problemstilling.

2.1 Forskningsreview

Forskningsreviewet har til hensigt at give et indblik i litteratursøgningen samt at give et overblik over den forskning og litteratur, som enten inddrages eller frasorteres i specialet. Litteraturen er præsenteret i tre forskellige temaer: "Public service", "Medier og samfund" og "Ungdom og unges mediebrug".

Litteratursøgningen har stået på både før og efter vores empiriproduktion, hvilket skyldes specialets eksplorative tilgang, som uddybes i metodeafsnittet. Først var det vores hensigt at søge bredt ud fra specialets interesse samt målrette vores søgning efter forskning, der vedrørte aldersgruppens mediebrug. Efter vores empiriproduktion søgte vi mere specifikt på litteratur, der teoretisk kunne belyse og nuancere specialets empiriske materiale.

I vores litteratursøgning har vi søgt efter rapporter, undersøgelser, artikler og bøger på Google Scholar, Infomedia, Aalborg Universitetsbibliotek og Københavns Kommunes biblioteker. Vi har anvendt følgende søgeord med afsæt i problemstillingens keywords: *13-15- years, 13-15-årige, Danmarks Radio, DR, media, medier, medieudvikling, public service, public service broadcasting, ungdom, unge, young people, youth*. Disse keywords har vi desuden kombineret for at opnå en mere specifik søgning.

Foruden den systematiske databasesøgning har vi foretaget kædesøgninger ved at orientere os i relevante forskningsudgivers referencer. Vi har desuden udforsket relevante forskeres egne hjemmesider for publiceringer.

2.1.1 Public service

Det var i vores søgning tydeligt, at PS er et fænomen, der dækker et omfattende forskningsområde – både nationalt og internationalt. Vores problemstilling tager udgangspunkt i den nationale medievirksomhed DR, hvorfor vi primært fokuserer på dansk forskning inden for området. Specialets kortlægning af PS-begrebets oprindelse tager udgangspunkt i "Nye udfordringer for gamle medier" af Lund, Nord og Roppen (2009), og for at folde fortællingen ud om DR som kulturhistorisk medievirksomhed, inddrages "Dansk Tv's historie" redigeret af Hjarvard (2006) og "DR og TV – i folkets tjeneste" (2007) redigeret af Carstensen, Svith og Mouritsen.

"Public service i netværkssamfundet" (2008) redigeret af Mortensen bidrager med en grundlæggende introduktion til begrebets komponenter. Yderligere omtaler Mortensen (2008) EUs

indflydelse på PS, hvilket har ledt os til at inddrage dele af Europarådets erklæringer (Council of Europe [COE], 2012). I forbindelse med det nedsatte PS-udvalg (jf. Indledning), inddrager vi et element fra DRs høringssvar til første temamøde (DR, 2014). Endvidere inddrages "Mediepolitisk aftale 2015-2018" (Kulturministeriet, u.å.b) til at forklare DRs økonomiske rammer. For at illustrere begrebets bevågenhed inddrager vi kort artiklen "Keep the Essence, Change (Almost) Everything Else: Redefining PSB for the 21st Century" af Karol Jakubowicz (2006). Til samme formål omtaler vi et "igangsætningsseminar" afholdt af Radio- og tv-nævnet i 2006 (Kulturministeriet, 2012) og inddrager Buchs samt Søndergaards bidrag fra bogen "Public Service – i praksis og i fremtiden" (2010).

For at betragte PS i et nutidigt perspektiv, finder vi det nødvendigt at anskue de gældende rammer for DR som PS-virksomhed. Flere rammer gør sig gældende, heriblandt radio- og fjernsynslovens § 10 og § 12 der omfatter DR. Derudover ser vi på den gældende PS-kontrakt indgået mellem Kulturministeriet og DR (Kulturministeriet, 2014).

Ovennævnte kilder er valgt for at belyse PS-begrebets forskellige vinkler; heriblandt oprindelse, kulturhistorie samt de lov- og kontraktmæssige aspekter tilknyttet PS. I vores søgning på begrebet fremgik det med omfanget af kilder, at PS er et fænomen, der kan undersøges isoleret set som en aktuel kulturpolitisk problemstilling. Dette perspektiv behandles i bogen "Public Service Broadcasting" (2013) af David Hendy, der argumenterer for PS-begrebets vigtighed i nutidens og fremtidens samfund, samt udgivelsen "The Value of Public Service Media" (Lowe & Martin, 2013), der bidrager med forskellige opfattelser af værdien af PS-medievirksomheder i en international kontekst. Netop grundet de internationale ophav fravælger vi udgivelserne, da vi fokuserer på PS i dansk kontekst.

2.1.2 Medier og samfund

Med specialet behandler vi en problemstilling, hvor en kontekstuel betragtning af medier er nødvendig. Som tidligere introduceret, anvender vi en definition af mediebegrebet (jf. Begrebspræsentation) med udgangspunkt i "Medier og samfund" af Bruhn Jensen (2013). Her fremføres den nyeste danske og internationale forskning om blandt andet internet og mobile medier samt forholdet mellem "nye" og "gamle" medier. Vi inddrager Bruhn Jensen (2013) til en mediedefinition og ikke som yderligere teoretisk referencepunkt. For at demonstrere mediebegrebets kompleksitet inddrages kort "Internettet i et mediehistorisk perspektiv" (2005) af Finnemann.

Til specialets analyse anvender vi tre undersøgelser inden for dansk medieforskning. Disse behandles selvstændigt i en sekundær analyse. Her skal det bemærkes, at denne sekundære analyse er vedlagt som bilag (Bilag 7). Årsagen hertil er, at analysen har en forholdsvis deskriptiv

karakter, og at pointerne løbende integreres, når de anvendes i samspil med empiri fra speciallets fokusgruppeinterviews.

Eftersom vi behandler en medieorienteret problemstilling med afsæt i DR, er det oplagt at se på medieinstitutionens årlige rapport om udviklingen af danskernes brug af de elektroniske medier: "Medieudviklingen 2014" (DR Medieforskning, 2015). DRs interne medieforskningsafdeling står bag udarbejdelsen af rapporten. Rapporten undersøger danskernes brug af elektroniske medier blandt andet ud fra forskellige aldersintervaller.

I vores videre søgning på forskning inden for danskeres mediebrug stødte vi på Kulturstyrelsens rapport "Mediernes udvikling i Danmark 2015" (2015). Rapporten indeholder blandt andet et særskilt afsnit om PS, hvilket skærper rapportens relevans i speciallets optik.

En relevant undersøgelse af unge danskeres mediebrug findes i rapporten "Danske unges museums- og mediebrug" (2015) af Kobbernagel, Schrøder og Drotner. Undersøgelsen er en komparativ analyse af de ti mest anvendte medieaktiviteter fra 2010 sammenlignet med 2014.

Castells bidrager med en forståelse af samfundet som værende konstitueret af netværk, hvilket præsenteres i trilogien "The Information Age: Economy, Society and Culture" (Castells, 2003a), hvor første værk "Netværkssamfundet og dets opståen" (Castells, 2003a) er centralt for Castells' netværkstanke. Castells argumenterer for, at den moderne informationsalder er karakteriseret ved øjeblikkelige informationsstrømme og -udvekslinger grundet teknologiens udvikling. Ifølge Castells handler globaliseringen om, at samfundets netværk er i konstant udvikling og bryder med fysiske rum. Castells' netværkstanke fremstillet i "Netværkssamfundet og dets opståen" (2003a) er baseret på udsagn, analyser og fremstillinger af forskellige kilder. Den samlede trilogi er et resultat af 12 års studier (Castells, 2003a) og anvender analyser af statistiske kilder, empiriske undersøgelser og data fra socialforskere som OECD, FN, Verdensbanken, regeringens officielle statistikker m.fl. Harste (2007) beskriver Castells' analyser som værende enormt omfattende i deres deskriptive mangfoldighed, og han kritiserer dem for at være flagrende og fremstå som grundig journalistik fremfor at være teoretisk gennemtænkte tekster. Harste (2007) giver Castells ret i mange af de analytiske beskrivelser, men med forbehold for, at særligt tendensfremskrivningerne er usikre. Vi ser dog, at Castells selv pointerer dette forbehold, da han ikke har til hensigt at bevise noget; formålet er at fremlægge hypoteser frem for endelige svar (Castells, 2003a; 2010). Yderligere inddrager vi Castells udgivelse "Internet Galaksen" (2003b), hvori han betragter internettets betydning for netværkssamfundet.

Giddens har, ligesom Castells, fremført en form for samtidsdiagnose, hvor han anskuer det særegne ved det moderne samfund og det moderne menneske (Kaspersen, 2007). Globaliseringen er ligeledes et aspekt, som Giddens anskuer, og han betragter det som centralt for moderniteten, da globaliseringen radikalt ændrer karakteren af det daglige sociale liv for mennesket;

moderne institutioner fletter sammen med individets tilværelse og dermed selvet (Giddens, 1996). Vi anser en større relevans i at anvende netværkstanken som samfundsforståelse fremfor Giddens, da teknologien, herunder internettet og medier, har en betydelig vægtning i Castells' betragtninger af samfundets struktur.

I vores litteratursøgning noterede vi os, at Hjarvard var fremtrædende inden for dansk medieforskning. Hans bog "En verden af medier" (2008) beskæftiger sig med, hvordan medier, institutioner og kultur gensidigt påvirker hinanden. Hjarvard anvender begrebet *medialisering*, der betegnes som den proces, hvor samfundet i stigende grad underlægges og/eller bliver afhængig af medierne (Hjarvard, 2008). Eftersom vi behandler en problemstilling, der søger indsigt i de 13-15-åriges mediebrug, beskæftiger vi os ikke med relationen mellem institutioner og medier og fravælger derfor dette perspektiv.

Begrebet *konvergens* fremgik flere gange i vores litteratursøgning. Walther præsenterer en gennemgang af begrebet i "Konvergens og nye medier" (2005). I bogen behandler Walther (2005) indhold som film, tv og computerspil fra forskellige analytiske vinkler, herunder med en konvergensanalyse, der anskuer medier ud fra den erkendelse, der er knyttet til mediet, og hvad det betyder for brugen af det (Walther, 2005). Med tanke på, at vi i specialet ikke har en intention om at forholde os analytisk til afgrænsede former for medieindhold, går vi ikke nærmere ind i at anvende Walthers teori (2005). Vi anvender i højere grad Jenkins' betragtninger af konvergens fra bogen "Convergence Culture: Where Old and New Media Collide" (2006). Her præsenteres en flerdimensionel betragtning af konvergensbegrebet, og dette perspektiv finder vi relevant til at belyse aldersgruppens mediebrug. Jenkins (2006) baserer sin forskning på studier af eksempelvis American Idol, Harry Potter og Star Wars. Han gør læseren opmærksom på, at han ikke forsøger at forudsige fremtiden, men at han via kulturelle trends peger på en ny mediekultur, hvor det deltagende aspekt er i fokus (Jenkins, 2006).

"På tværs af medierne" redigeret af Bechmann Petersen og Rasmussen (2007) omhandler, hvorledes indhold og indsatser kan organiseres og spredes ud over flere medier via fler- og tværmedialitet (Bechmann Petersen & Rasmussen, 2007). Eftersom bogen fokuserer på, hvorledes indsatser får en tværgående karakter på flere typer af medier, er bogens fokus på afsenderorienterede strategier og ikke på målgruppers faktiske mediebrug. Derfor ser vi ikke bogens bidrag relevant til vores belysning af specialets problemstilling.

I den indledende fase af specialets proces satte vi spørgsmålstegn ved, om alder er en hensigtsmæssig målgruppeafgrænsning hvad angår de unges mediebrug. Dette ledte os via vores

litteratursøgning til at inddrage sociologen Maffesoli, som præsenterer interessante betragtninger om, hvorledes man kan forstå moderne fællesskaber. I "The time of the tribes" (1996) fremfører Maffesoli sine teorier omkring neostammer, hvor grundtanken er, at mennesker grupperer sig ud fra interesser i individuelt betingede smagsfællesskaber. Grundlæggende baserer han sin teori på analyser, der rummer betragtninger af ritualer, hverdagsliv, kollektiv fornuft og det sociale liv (Maffesoli, 1996). Han erkender, at denne form for tilgang til sociologisk teorifrembringelse fører kritik med sig men siger, at historien har vist, at intellektuelle fremstillinger³ med tiden udvikler sig til legitime ideer (Maffesoli, 1996). Maffesoli (1996) understreger, at hans teorier skal anskues gennemgående relativistisk og fremhæver, at teoriens ambition ikke er at sætte en agenda men åbne op for videre research.

Petersen og Hviid Jacobsen (2012), forskere i sociologi ved Aalborg Universitet, fremdrager, at Maffesolis forskning er blevet kraftigt kritiseret for at være for subjektivistisk, usammenhængende og impressionistisk. En kritik går på, at Maffesolis spekulative forskning står i kontrast til mere systematiske teorier, der dyrker formelle videnskabsidealer, videnskabelig objektivitet og gennemskuelse i argumentationen (Petersen og Hviid Jacobsen, 2012). Dog pointerer Petersen og Hviid Jacobsen (2012), at Maffesoli er en væsentlig bidragyder inden for sociologien.

I en kædesøgning stødte vi på bogen "Consumer Tribes" (2007) af Cova, Kozinets og Shankar. I bogen anskues Maffesolis interessefællesskaber i et forbrugermæssigt perspektiv ved at betragte fællesskaber som forbrugskulturer. På trods af at DR ikke kan karakteriseres som en klassisk kommerciel virksomhed, så konkurrerer de også i et samlet mediemarked med kommercielle aktører. Forbrugerperspektivet kunne tilføre specialet flere nuancer, men vi har fravalgt dette aspekt, da det er relateret til marketingsforskning, som ikke er specialets interesse.

I relation til specialets refleksion over målgruppekonstruktioner ser vi det nødvendigt at redegøre for et fravalg inden for det, man kan betegne som klassisk målgruppeorienteret litteratur. Her fremtræder Sepstrups "Tilrettelæggelse af information" (2006), der guider læseren i at tilrettelægge kommunikation og kampagner for at opnå bestemte mål hos grupper af personer. I bogen er målgrupper et centralt fokus, der påpeges som en afgørende forudsætning for at kommunikation lykkes (Sepstrup, 2006). Vi har fravalgt denne udgivelse, da den henvender sig til planlægning af strategisk kommunikation og dermed har et afsenderperspektiv.

³ her refereres til egen teori (Maffesoli, 1996)

2.1.3 Ungdom og unges mediebrug

Vi betragter forskning om ungdom samt unges mediebrug til at forstå de 13-15-åriges mediebrug i henhold til den aldersmæssige kontekst, de befinder sig i. Det viste sig at være en udfordring at finde litteratur om ungdom og unges mediebrug, der er direkte anvendelig på vores problemstilling. Det skyldes, at vi i specialet arbejder med en afgrænset aldersgruppe inden for en specifik mediekontekst. Derfor må vi tage forbehold for følgende kriterier:

- Bredere, yngre eller ældre aldersintervaller end specialets aldersgruppe. Flere forskere beskæftiger sig med "børn" eller "unge" uden nødvendigvis at afgrænse til et specifikt aldersinterval.
- Andre fokusområder end specialets. Eksempelvis er læring et ofte anvendt fokusområde inden for forskning omkring børn, unge og medier.
- Praksisorienteret teori. En del af den tilgængelige litteratur er orienteret mod praktisk arbejde med børn og unge.
- Validitet med henblik på metodisk tilgang til viden. Langt fra alle de relevante kilder på området er gennemsigtige omkring deres metode til at fremskaffe deres fremførte viden, hvilket især gælder den praksisorienterede teori.
- Kulturelle forskelle i udenlandsk forskning. Da specialets fokus er de danske unge, er vi opmærksomme på, at noget forskning bygger på undersøgelser, der er lavet i andre lande.
- Marketingorienterede målgruppe- og generationskonstruktioner. Der hersker flere betragtninger omkring, at børn og unge ofte omtales i et generationsperspektiv og konstrueres som forbrugere.

"Det normale ungdomsliv" er en undersøgelse lavet af Kofod og Nielsen for CEFU⁴ i 2005, og har til formål at sætte fokus på det normale ungdomsliv, efter som de mener, at meget forskning baserer på en bekymret tilgang med fokus på problemer relateret unge. Kofod og Nielsen (2005) tegner et billede af ungdommen, som den ser ud for de fleste 12-18-årige, ved at tage afsæt i de unges egne oplevelser og vurderinger af deres liv. Den metodiske tilgang syner dermed fænomenologisk, hvor forskerne tager udgangspunkt i de unges egne livsverdener. Flere dele af rapporten har vi dog valgt at udelade, blandt andet grundet udgivelsesåret, da der særligt på det digitale område er sket en stor udvikling fra dengang til i dag. Desuden har undersøgelsens fokus været på 12-18-årige der går i ungdoms- og fritidsklubber, derfor kan rapportens repræsentativitet problematiseres i specialets sammenhæng, både hvad angår alder og nødvendigheden af at være indmeldt i

⁴ Center For Ungdomsforskning

klub. På baggrund af disse overvejelser vurderer vi, at rapporten kan bidrage med forskning om ungdom på et mere generelt plan.

Illeris er en læringsforsker, der ofte optrådte i vores litteratursøgning grundet hans ungdomsforskning og herunder udgivelsen "Ungdomsliv – mellem individualisering og standardisering" (2009). På trods af ungdomslivet som omdrejningspunkt har vi fravalgt at anvende udgivelsen, da den primært er skrevet til praktikere, der har med unge at gøre, og da fokus primært er på de unges læring og risikoadfærd. Herudover stødte vi i vores søgning på udgivelsen "Unge livsvilkår" (2014) redigeret af Johannsen og Petersen, der henvender sig til praktikere og studerende på professionsuddannelser. Bidragyderne retter et alment blik mod unges livsvilkår og betoner fællestræk ved de unges eksistentielle vilkår i et foranderligt landskab. Derfor finder vi den anvendelig til at betragte hvilke aldersmæssige omstændigheder de 13-15-årige har som mediebrugere. Johannsen og Petersen (2014) forklarer, at bogen skaber et refleksionsfelt snarere end løsninger, og de baserer deres viden på en viderebygning af andre teoretikers forskning.

"Generation netværk version 1.5" (2008) af Morten Bay og Julie Schytte Ralund undersøger unges opvækst i netværkssamfundet og DRs kommunikation til denne generation. Umiddelbart fremstår den oplagt at inddrage, dels grundet specialets udgangspunkt i DR og dels grundet netværkssamfundet som samfundsmæssig kontekst. Imidlertid fravælger vi denne, da den giver et øjebliksbillede fra 2008 – et øjebliksbillede, der ikke længere er gældende, hvilket forfatterne selv påpeger vil være tilfældet efter nogle år. Dette skyldes eksempelvis, at forfatterne anvendte cases i bogen er medieindhold, som ikke længere sendes eller er tilgængeligt via DR.

I vores litteratursøgning blev vi opmærksomme på tre artikelsamlinger på børne-, ungdoms- og medieområdet: "The routledge international handbook of children, adolescents and media" (2013) redigeret af Lemish, "In the service of young people? Studies and reflections on media in the digital age" (2006) redigeret af Carlsson og Von Feilitzen og "The international handbook of children, media and culture" (2008) redigeret af Drotner og Livingstone. Alle tre udgivelser har tilfælles, at de dækker over flere forskeres perspektiver på nicheområder inden for et felt af børn og/eller unge og medier. "In the service of young people? Studies and reflections on media in the digital age" (2006) inddrager forskning fra flere forskellige dele af verdenen, både industrialiserede- og udviklingslande. Inden for børne-, unge- og mediekonteksten har artiklerne generelt set fokus på en specifik national kultur, beskyttelsesproblematikker og/eller læring og uddannelse. Af denne årsag finder vi ikke forskningen anvendelig i specialets kontekst.

Ligeledes har vi fravalgt "The international handbook of children, media and culture" (2008). Grunden hertil er, at størstedelen af bogens artikler har et kulturelt fokus med afsæt i forskning

der er specifik for enkelte lande, hvilket ikke har relevans i specialets henseende. Desuden problematiserer vi med udgangspunkt i specialets problemstilling, at Livingstone og Drotner (2008) ikke berører alder som en faktor. Det er derfor ikke muligt for os at vurdere hvorvidt de 13-15-årige indgår i den forskning, der inkluderes i bogen, hvor fokus er på børn.

"The routledge international handbook of children, adolescents and media" (2013) er en artikelsamling, der bidrager til specialet med et fokus på mediernes rolle i børns og unges liv. Bogen består af essays, hvori forskere præsenterer og analyserer andres, og egne, forskningspubliceringer, herunder større nationale og internationale kvalitative og kvantitative undersøgelser. Ligesom Livingstone og Drotner (2008) fremlægger Lemish ikke nogen betragtning omkring alder. Hun forklarer i bogens introduktion: "[...] media studies as a whole can learn from our field the importance of understanding that characterizations of populations, such as childhood, are socially constructed and culturally and historically situated." (Lemish, 2013, s. 1). Ud fra dette forstår vi, at grupperinger såsom barndom og ungdom kan variere alt efter kulturel og historisk kontekst, hvorfor det kan være problematisk at aldersdefinere disse grupper i en internationalt orienteret håndbog. Den fraværende opmærksomhed på alder gør det til tider vanskeligt for os at vurdere, hvorvidt de teoretiske bidrag gør sig gældende for specialets aldersgruppe, men understøtter samtidig vores indledende refleksion over, om alder er en hensigtsmæssig målgruppeafgrænsning for unges mediebrug.

Mesch og Talmuds udgivelse "Wired Youth" (2010) handler om de unges - dem, de kalder netgenerationens - digitale vaner i en social kontekst og herunder særligt de digitale mediers betydning for unges adfærd og sociale liv. Deres forskning tager udgangspunkt i netværkssamfundet baseret på Castells' teori herom. Den fungerer som en teoretisk analyse, hvor de vejer videnskabelig forskningsbidrag inden for feltet op mod hinanden og kommer med deres egne vurderinger af og bidrag hertil. Forskerne mener, at det er vigtigt at være opmærksom på, at sociale grupper varierer i adgang, færdigheder og meninger til teknologien. Samtidig mener vi at det er vigtigt at tage højde for de kulturelle forskelle, der er mellem danske unge, som vores forskning baserer på, i forhold til den internationale kontekst, Mesch og Talmuds (2010) forskning baserer på.

2.2 Teori

2.2.1 Public service

2.2.1.1 Public service-begrebet

For at betragte hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige, vil vi i nærværende afsnit kort betragte PS-begrebets oprindelse. Ifølge Lund et al. (2009) stammer begrebet tilbage fra det victorianske England og betegner offentlige tjenester. Da radiofonien skød frem blev kommunikationsmidler som telegraf og telefon betragtet som offentlige goder, som borgerne fik stillet til rådighed på non-profit betingelser. Disse offentlige tjenester leveres med eneretsbevilgning og fungerer uafhængigt af kommercielle markeds kræfter under statsligt eller kommunalt hensyn. Det vi i Danmark kender som PS stammer fra den engelske betegnelse *public service broadcasting*, og begrebet tilskrives BBCs generaldirektør John Reith, der i 1920'erne gik ind for "the brute force of monopoly" (Lund et al., 2009, s. 9). Tankegangen var, at staten kunne bevare sin kontrol ved at delegere "independent authority" (Lund et al., 2009, s. 9) og samtidig sikre, at vitale dele af kulturformidling og oplysningsvirksomhed blev holdt fri fra private særinteresser samt reklamefinansiering.

Begrebets komponenter kan opsummeres således: "Public service bygger i en helt basal forstand på eksistensen af en (national) "almenhed" ("public"), som kan betjenes ("service"), så at medierne kan siges at tjene den offentlige interesse" (Lund et al., 2009, s. 9). Med specialets problemstilling betragter vi DR som PS-virksomhed, og ser derfor nærmere på DRs historie i en PS-kontekst i følgende afsnit.

2.2.1.2 DRs historie i korte træk

I Danmark indledtes PS-begrebet ligeledes med radioen som omdrejningspunkt. DR fik sin begyndelse i 1925 med oprettelsen af Statsradiofonien, hvis virke var en forsøgsordning udgjort af ét radioprogram, der sendte tre timer dagligt de første år (DR, 2013c). Lund et al. (2009) påpeger, at BBC var en vigtig inspirationskilde for etableringen af Statsradiofonien i de skandinaviske modeller af PS. Ifølge Carstensen et al. (2007) opstod PS som kulturpolitisk begreb ved en efterrationalisering, idet staten gradvist investerede flere penge i sendeudstyr, lokaler og lønninger til medarbejderne i Statsradiofonien. Med tv'ets udbredelse til Danmark i begyndelsen af 1950'erne blev tv-mediets potentiale taget i betragtning og behovet for en politisk regulering af programpolitikken opstod (Carstensen et al., 2007; Hjarvard, 2006). Ifølge Carstensen et al. (2007) havde DR status som nationalt monopol, og med den politiske regulering fulgte der et ansvar for, at indholdet i æterens udsendelser ikke var ligegyldigt eller skadeligt. Dette ansvar bundet i, at PS-institutionen manifesterede et offentligt rum for opdragelse og forbedring på linje med skolen, museer og offentligt støttede kulturinstitutioner. En væsentlig pointe hos Carstensen

et al. (2007) er DRs forudsætning om politisk neutralitet, hvilket betød, at politiske holdninger skulle repræsenteres ligeligt, hvilket i programpolitikken blev defineret som *alsidighed*.

Ifølge Hjarvard (2006) fungerede DR i monopoltiden som en kulturinstitution, der havde en offentlig forpligtelse i at skildre kultur og samfund, hvor andre kulturinstitutioners virke inden for eksempelvis teater, film og historie blev videreformidlet. Han argumenterer for, at tv-mediet i Danmark, ligesom det gjaldt for radioen, fra sin begyndelse var organiseret som nationalt monopol, og havde en rolle som både skaber og formidler af en fælles national erfaring og bevidsthed. Det er endvidere en væsentlig pointe hos Hjarvard (2006), at tv'et ikke kun var en neutral formidler af eksisterende kultur, men spillede - og gør det fortsat - en vigtig skabende rolle i fordanskningen af Danmark.

DRs PS-virksomhed finansieres gennem DRs andel af licensprovenu, hvilket for 2016 er anslået til at udgøre 3,691 milliarder kroner, hvoraf det samlede licensprovenu er 4.403 milliarder (Kulturministeriet, 2014; Kulturministeriet, u.å.b). Herudover opnår DR yderligere finansiering ved salg af programmer og andre ydelser, tilskud, udbytte og overskudsandele (Kulturministeriet, 2014).

2.2.1.3 DRs monopolbrud

Medielandskabet ændrer sig i Danmark, da DRs monopol bliver brudt i 1988, hvor den nyoprettede kanal TV2 begynder at sende (Søndergaard, 2006). Organiseringen af TV2 havde ligheder med DR, herunder at være en selvstændig offentlig institution, men forskellen bestod i finansieringen, da TV2 finansieres med en kombination af reklameindtægter og licens (Søndergaard, 2006). I 1986 blev der skabt politisk flertal for oprettelsen af programvirksomheden TV2, og i lovgivningen blev det begrundet:

Regeringen finder det nødvendigt, at der skabes et alternativ, der giver seerne en reel valgmulighed mellem to konkurrerende danske tv-tilbud med alsidighedsforpligtelse. Der vil herved efter regeringens opfattelse skabes det bedste grundlag for at fremme alsidighed, kvalitet og fri debat. (Asmussen, 2007, s. 58)

Hvor DR i højere grad havde til formål at levere radio- og fjernsynsprogrammer inden for nyhedsformidling, oplysning, underholdning og kunst, så havde TV2 et større fokus på regionerne med etableringen af otte selvstændige regionalstationer (Lund et al., 2009; Asmussen, 2007).

Reguleringen af PS-institutionerne tager med tiden til fra politisk hold og i 1996 kom der ved lovgivning et krav om, at både DR og TV2 skal aflægge regnskab for deres opfyldelse af PS-forpligtelserne (Asmussen, 2007). Ifølge Asmussen (2007) er det første gang, at PS-begrebet nævnes eksplicit i lovgivningen, idet begrebet før kun har været nævnt i offentligheden i relation til programforpligtelserne og i bemærkninger til loven i 1987. Asmussen (2007) fremhæver, at

PS-begrebet med årene får mere præcise definitioner og i lovgivningen fra 2000 blev PS forankret med et selvstændigt kapitel. Der blev heri tilføjet krav om at lægge særlig vægt på dansk sprog og kultur, afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur samt give programtilbud, der reflekterer over mangfoldigheden af kulturinteresser i det danske samfund.

I 2002 blev det ved lov vedtaget, at alle PS-institutioner, herunder DR, TV2 og de regionale TV2-virksomheder, skal indgå særlige PS-kontrakter med regeringen (Asmussen, 2007). Ud fra Carstensen et al. (2007) skal indførslen af PS-kontrakter ses som en kontrolfunktion, hvor det politiske system, nærmere specifikt kulturministeren, fastsætter skræddersyede krav til PS-institutionerne, som det eksempelvis ses i DRs PS-kontrakt for 2015-2018 (Kulturministeriet, 2014).

Efter monopolbruddet udvikler tv'et sig til en selvstændig medieinstitution, der med sin egen virkelighed, teknik, udtryksformer og publikumspræferencer formår at sætte dagsordenen for formidlingsformen (Hjarvard, 2006). I denne forbindelse stiller udviklingen nye krav til DRs levering af indhold, da seertal nu spiller en rolle i modsætning til førhen, hvor aktører som Kulturministeriet og Rådets vurderede om mediets levede op til sine forpligtelser. Seertallene er en måde at måle succesen for tv'ets betjening af publikum, og er dermed et succesparameter for DR som tv-virksomhed (Hjarvard, 2006). Nielsen og Halling (2006) beskriver, at DR i monopoltiden oplevede flere problemer med at levere indhold, der tilfredsstillede seerne. En rapportering fra 1961 viste, at 60% var utilfredse med DRs programmer. Dette stod i kontrast til rapporteringen fra 1957, hvor kun 12% var utilfredse. Ifølge Nielsen og Halling (2006) ligger forklaringen i, at flere mellem- og lavindkomstfamilier fik tv i 60'erne og det var netop denne gruppe af lavtuddannede, der udtrykte utilfredshed, mens de højtuddannede var mere tilfredse. Med andre ord var der en uoverensstemmelse mellem DRs kulturpolitiske ambitioner og de ønsker, en stor del af seerne i befolkningen havde. Nielsen og Halling (2006) angiver, at det fra DRs side varet ideologisk mål at henvende sig til et dannet publikum, hvorfor et popularitetsbarometer i den brede befolkning ikke var et krav. Yderligere viser en rapport fra DRs medieforskning fra 1981: "TV's typiske konsumenter er ældre mennesker, som ser både fakta og fiktion (mindre sport), mens yngre seere er mere selektive og som helhed bruger fjernsynet til underholdning og fiktionsoplevelser, men ikke ret meget som fakta eller nyhedsmedie" (Nielsen & Halling, 2006, s. 348). Med dette resultat fremgår det, at DR havde mere greb om den ældre del af befolkningen end den yngre.

2.2.1.4 Begrebets komponenter

PS er et fænomen, der gør sig gældende i en lang række lande og et fænomen der fortsat diskuteres. Mortensen (2008a) opstiller en række definitioner, der omkranser de betingelser, PS er beslægtet med. Først og fremmest fremhæver Mortensen (2008a), at begrebet ikke har en

almen accepteret definition, men der blot synes at være enighed om en række minimumsbestemmelser, dette blandt andet med EUs indflydelse.

Grundlæggende hviler PS på en kontrakt mellem en aktør, eksempelvis DR, der pålægges at levere et medieindhold, samt staten, der til gengæld leverer de økonomiske midler. For at kontrakten overholdes, skal der implementeres en uafhængig kontrolinstans med mulighed for sanktioner, hvis parterne ikke lever op til deres forpligtelser (Mortensen, 2008a). Samtidig er PS-opgaven defineret ved en række forhold, heriblandt at PS skal levere nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Indholdet af PS-opgaven diskuteres løbende, og eksempelvis har kommercielle aktører presset på for at fratage sport og underholdning fra PS-repertoiret, idet de har interesse i at afholde statsfinansierede PS-institutioner fra at konkurrere på disse områder. Et grundlæggende karaktertræk ved PS er, at PS-institutioner ikke har et mål om at nå høje lytter- og seertal, eftersom kvaliteten i det producerede PS-indhold i højere grad er målet frem for kvantitative succeskriterier. Ifølge Mortensen (2008a) er tankegangen fra EUs Ministerråd, at de høje seertal kan opnås ved at levere en række populærprogrammer, hvilket vil tiltrække et generelt bredt publikum. Dermed er ræsonnementet, at PS-institutionen vil have opnået en status, der gør, at publikum ser nyttige, dog mindre populære, programmer, de "ikke vidste, de havde interesse for" (Mortensen, 2008a, s. 21).

Når vi ser på Europarådets erklæring fra 2012, beskrives en del af PS-opgaven således:

In a democratic society, people should be able to understand, contribute to and participate in the decision-making processes which concern them. Public service media play a fundamental part in sustaining this right through their mandate to ensure, via the relevant modes of delivery, universal access to impartial news and a diverse range of high-quality content which meets the needs of the wide variety of audiences. (COE, 2012, ¶ 1.2)

Som det fremgår af specialets indledning er det i radio- og fjernsynsloven fremført, at DR skal levere PS-tilbud til hele befolkningen og i forbindelse med ovenstående citat ses det ydermere, at PS-virksomheder spiller en fundamental rolle i at sikre, at udbuddet af indhold matcher det, der betegnes publikums behov. I afsnittet fra Europarådets erklæring: "II. As regards public service media in a new media environment" (COE, 2012) argumenteres der for, at medier på tværs af Europa gennemgår en radikal forandring, hvor særligt digitale medier fordrer nye måder at inkorporere multimedier, interaktion og koordinerede services til traditionelle medier (COE, 2012). Ydermere er der i Europarådets erklæring fokus på, at det nye medielandskab skaber et større behov for videndeling med publikum: "It also allows public service media to enter into a meaningful dialogue with their audiences, engaging them as stakeholders, participants and co-

creators, rather than as simply passive recipients" (COE, 2012, ¶ II.9). Det understreges, at denne dialog er særligt nødvendig for ungdommen, eftersom deres brug af nye medier er mere signifikant. Denne pointe hæfter vi os ved, da det vidner om, at PS-virksomheder rådes til at involvere unge, hvilket også må omfatte specialets nærværende aldersgruppe.

2.2.1.5 Et omdiskuteret begreb

Der er mange eksempler på, at PS-begrebet genovervejes, diskuteres og sættes under lup både nationalt og internationalt. Jakubowicz (2006) stiller skarpt på eksisterende udfordringer forbundet med PS. Han fremhæver, at PS bliver truet af globaliseringen, digitaliseringen og et politisk pres fra kommercielle aktører. Men "når alt kommer til alt" anerkendes PS-institutionerne som en uvurderlig socio-politisk opfindelse i de vestlige demokratier, idet institutionerne varetager en historisk kulturpolitisk opgave for staten (Jakubowicz, 2006, s. 252). Jakubowicz (2006) pointerer, at begrebet rummer en sårbarhed over for ændrede omstændigheder, hvilket nødvendiggør konstante justeringer og redefinitioner. Ligesom PS-udvalget (jf. indledningen) i skrivende stund undersøger muligheder for PS i fremtiden, er det set før i dansk historie, at PS-begrebet er blevet undersøgt. Et eksempel er fra 30. marts 2006, hvor Radio- og tv-nævnet afholdt et "igangsætningsseminar" om PS-forskning (Kulturministeriet, 2012). Radio- og tv-nævnet donerede i alt 5 millioner kr. til forskning i PS-stationernes programvirksomhed, hvoraf Carstensen et al.'s "DR og TV2 – i folkets tjeneste" (2007) fik forskningsbevilling (Kulturstyrelsen, 2012). Denne bog behandler både PS-begrebet som overordnet ideal, undersøger den redaktionelle praksis, herunder programindhold, og debatterer PS-institutionens fremtidige udvikling (Carstensen et al., 2007). Et eksempel på at gøre status over PS-begrebet findes i en undersøgelse, hvor 1.003 danskere over 18 år blev adspurgt om deres viden, holdninger til og vurderinger af PS (Buch, 2010). Undersøgelsen viste, at kun en tredjedel af alle danskere havde en nogenlunde forståelse af, hvad PS er (Buch, 2010).

De forskellige initiativer vedrørende PS vidner om, at det er et foranderligt begreb, der har stor bevågenhed i forskningsøjemed. Lektor og ph.d. i medievidenskab, Henrik Søndergaard skriver: "Betydningen af public service er ikke givet én gang for alle, men ændrer sig i takt med samfundsudviklingen og især som følge af mediernes egen udvikling" (Søndergaard, 2010, s. 218) og Carstensen et al. tilføjer "Public service er i en helt grundlæggende forstand et bevægeligt, upræcist og politisk mål, der vanskeligt lader sig konkretisere i konkrete programtyper eller nyheds- og aktualitets-journalistik" (2007, s. 10).

2.2.1.6 Rammer for DR som public service-virksomhed

Foruden EUs indflydelse på PS fremfører Mortensen (2008b), at de enkelte medlemslande, her forstås staten, kortlægger PS-opgaven i samarbejde med de pågældende PS-virksomheder. I

denne forbindelse er det først og fremmest interessant at se på, hvordan DR forstår sin egen rolle som PS-virksomhed:

DR er landets eneste fuldt licensfinansierede og dermed brugerbetalte radio- og tv-station. Licensen fastsættes af Folketinget og forpligter DR til det, der ofte kaldes public service. På dansk betyder det: At DR skal arbejde "i folkets tjeneste", og at DR skal påtage sig en række samfundsmæssige og kulturelle opgaver. DR skal også sikre, at danskerne får et stort og alsidigt udbud af kvalitetsudsendelser i radio og tv. (DR, 2015b, ¶ Hvad er public service?)

Udover ovenstående forklaring af DRs PS-forpligtelser, kigger vi nærmere på DRs PS-kontrakt, hvor DR og kulturministeren skriftligt formidler hvilke PS-opgaver, DR skal løse inden for den aftalte periode (Kulturministeriet, 2014). DRs forpligtelser som PS-virksomhed defineres først og fremmest af radio- og fjernsynslovens § 10, som forpligter DR i at udøve PS-virksomhed over for hele befolkningen efter nogle principper, der er fastlagt i radio- og fjernsynslovens § 10. De i § 10 nævnte principper går igen i kontrakten, hvor DRs mere konkrete PS-opgave fastsættes:

[...] DR skal sikre et bredt udbud af programmer og tjenester til hele befolkningen via tv, radio, internet og andre relevante platforme. DRs udbud skal omfatte nyhedsformidling, oplysning, debat, undervisning i form af uddannelse og læring, kunst og underholdning. DR skal i sine public service-udbud tilstræbe kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed. (Kulturministeriet, 2014, s. 3)

I kontrakten understreges det desuden, at DR skal følge medieudviklingen og "[...] afspejle danskernes mediebrug ved at levere programmer og tjenester af høj kvalitet på relevante kanaler og platforme, der svarer til forskellige målgruppers behov." (Kulturministeriet, 2014, s. 2). Herudover beskrives det, at DR skal udnytte nye teknologiske og digitale muligheder til at producere indhold, som gør brugere bekendte med teknologien samt inspirerer til brug (Kulturministeriet, 2014).

I kontrakten fremgår et afsnit, der beskriver DRs forpligtelser i forhold til unge. Her bemærker vi, at DR ikke specificerer et aldersinterval tilknyttet beskrivelsen "unge" i kontrakten. På den måde antydes det, at DR har en relativt fri fortolkning omkring, hvilke aldre de betragter som unge; DR behøver ikke specificere, hvorvidt de leverer PS-indhold til eksakte aldersgrupper relateret til

unge. Med forpligtelserne beskrives rammer og genrer for det indhold, DR skal styrke, men eftersom specialet har et modtagerperspektiv, vil vi ikke omtale disse forpligtelser nærmere.

2.2.2 Medier og samfund

2.2.2.1 Netværkssamfundet

Castells (2003a) angiver, at der er sket et teknologisk paradigmeskift som konsekvens af informationsteknologien: viden er grundlaget for udvikling, hvor teknologien udvikler og forbedrer vidensfrembringelsen og informationsbearbejdelsen (Castells, 2003a).

Et netværk karakteriserer Castells (2003a) grundlæggende som "en række gensidige forbundne knudepunkter" (s. 432), og omhandler alt fra ministerrådet og kommissionen i det politiske netværk, stater og gadebänder til underholdningsstudier, nyhedsgrupper og mobile enheder. Han konkluderer, at disse netværk udgør en ny social morfologi i samfundet. Disse netværk er betinget af den informationsteknologiske revolution, som nye kommunikationssystemer bidrager til. Castells (2003a) pointerer, at samfundet og teknologien ikke kan forstås adskilt, da begge eksisterer og agerer i et komplekst interaktionsmønster. Castells (2003a) argumenterer ligeledes for, at når ny teknologi introduceres, anvendes og redefineres det af brugerne, hvorfor nye informationsteknologier ikke kun er redskaber der forbruges men også bliver udviklet. Mennesker indtræder dermed i nye roller som en hybrid af brugere og skabere på samme tid. Informationsalderens organisering af netværk er således dannende for den sociale struktur i samfundet (Castells, 2003a).

I specialets sammenhæng betragter vi netværkslogikken som et teoretisk afsæt til at betragte de 13-15-åriges mediebrug, da vi ser, at deres mediebrug er udtryk for kulturelle produktioner og funktioner, der har rødder i den teknologiske udvikling. I forbindelse med netværkslogikken lægger Castells (2003a) vægt på, at internettet er rygraden i det globale computerbaserede kommunikationssystem. I "Internet Galaksen" (2003b) beskrives internettets rolle i netværkssamfundet således:

Netværket er det stof vores tilværelse er gjort af. [...] internettet [kan, red.] i vores tid sidestilles både med lysnettet og med den elektriske motor på grund af sin evne til at lede informationsstrømmen ud til hvilken som helst menneskelig aktivitet. (Castells, 2003b, s. 9)

Ifølge Castells (2003b) er netværkstanken ikke ny, men har altid været en naturlig historisk praksis mellem mennesker. Forskellen til i dag er, at netværk er centreret omkring informationsnetværk, forankret i internettet. Ifølge Castells (2003b) er menneskets liv baseret på kommunika-

tion, og internettet ændrer måden hvorpå vi kommunikerer, hvorfor vores liv påvirkes af den kommunikationsteknologi, internettet har ført med sig.

På baggrund af Castells (2003a; 2003b) betragter vi netværk som værende forbindelser mellem mennesker og alle former for medier samt medieindhold, der distribuerer information gennem teknologiens og internettets veje, herunder traditionelt tv, iPad, computer, mobiltelefoner etc. Hertil er det væsentligt at bemærke, at Castells (2003a; 2003b; 2010) ikke arbejder ud fra en specifik mediedefinition, men at han kommenterer på sin forståelse af medier ved specifikke eksempler. Et eksempel herpå er, at Castells (2010) påpeger, at YouTube og andre brugergenere-rede websider er forskellig fra traditionelle massemedier⁵. Forskellen består i, at alle kan udgive en video på YouTube med kun få restriktioner (xxviii), hvor traditionelle massemedier styres af redaktionen på det givne medie. Castells (2010) overser dog, at YouTube formelt har en aldersgrænse på 13 år for oprettelse af en YouTube-konto, men hvorvidt denne overholdes er usikkert (Google, 2016, ¶ Hvor gammel skal mit barn være for at bruge YouTube?).

Castells bemærker sin egen forskningsmæssige forsigtighed med sin kortlægning af internettet i "Internet Galaksen" (2003b), der forsøger at omkranse et fænomen, der er i konstant forandring. Det skyldes, at selve forskningsobjektet, altså internettet, udvikler sig hurtigere end forskningen kan nå at dokumentere det. Her vil vi drage en parallel til specialets problemstilling, hvor vi søger at kortlægge en given aldersgruppes mediebrug, der via internettets og teknologiens udvikling er i konstant forandring. Specialets resultater kan derfor betragtes som et øjebliksbillede på nærværende aldersgruppes mediebrug.

2.2.2.2 Virtuelle fællesskaber

For at forstå Castells teori om virtuelle fællesskaber, er hans betragtning af fællesskab nødvendig: "en persons sociale netværk af uformelle, interpersonelle bånd, fra de 5-6 tætte relationer til de hundreder af svagere tilknytningsforhold" (Castells, 2003a, s. 331). Fællesskaber defineres altså bredt og Castells (2003a) forklarer, at fællesskabsbegrebet både manifesterer sig online som offline. Castells (2003a) sonderer ikke mellem "virtuel" realitet og realiteten selv, da kommunikation altid er en forskudt repræsentation, hvorfor fællesskabsbegrebet også er gældende i sammenhæng med "virtuelle" grupperinger på internettet. Mennesker slutter sig til netværk eller online grupperinger ud fra fælles interesser og værdier og indgår i flere gruppetilknytningsforhold, da mennesket har mere end én interesse (Castells, 2003a).

Til trods for, at Castells formulerer et fællesskabsbegreb, der dækker både online og offline fællesskaber, så behandler han en række træk ved virtuelle fællesskaber særskilt i "Internet

⁵ Castells betragter massemedier som et medie, der har evnen til potentielt at nå et globalt publikum gennem mennesker-til-mennesker netværk og internettet (Castells, 2010, ¶ xxx).

Galaksen" (2003b). Ifølge Castells (2003b) giver brugen af internettet anledning til nye socialiseringsmønstre. Rollespil og identitetsopbygning er fremtrædende i internetbaseret socialisering, og netop denne sociale praksis er koncentreret blandt teenagere (Castells, 2003b). Det skal ses som en naturlig forlængelse af, at de er på et stadie i deres liv, hvor de er ved at opdage deres egen identitet, eksperimentere med denne og finde ud af, hvem de virkelig er – eller gerne vil være. Denne opfattelse giver anledning til at anskue personligheder som dobbelte, men Castells (2003b) argumenterer for, at denne identitetsopbygning blot er en forlængelse af livet i alle sine afskygninger; internettet tilbyder en social legeplads for rollespil, men dette socialiseringsmønster er dog ikke en afgørende del af den sociale interaktion på internettet.

Castells (2003b) påpeger, at internettets fleksibilitet og kommunikationsstyrke spiller en rolle for anvendelsen af online interaktion, og dette forhold påvirker social organisation som helhed: "Når online netværk stabiliseres i deres forehavende, kan de måske opbygge fællesskaber, der skiller sig ud fra fysiske fællesskaber, men som ikke nødvendigvis er mindre intense eller mindre effektive med hensyn til forpligtelse eller mobilisering (af deltagere)" (Castells, 2003b, s. 126). Dog fremhæver han, at en mulig bagside for virtuelle fællesskab kan være en lav grad af forpligtelse, der medfører en social skrøbelighed (Castells, 2003b).

Internettet leverer således teknologiske fora, der muliggør både virtuelle fællesskaber og fungerer som virtuelle hjælpemidler til de eksisterende fysisk baserede fællesskaber. Castells (2003b) forklarer endvidere, at sociale relationer er opbygget ud fra en netværksbaseret individualisme, hvor socialiseringsformen er karakteriseret ved, at mennesket bygger et netværk op på baggrund af egne interesser, værdier, sympatier og projekter. Et eksempel på denne netværksindividualisme er, når online netværk bliver anvendt til forskellige former for "specialiserede fællesskaber", hvor socialiseringen er forankret i den enkeltes specifikke interesser. Disse fællesskaber tilbyder en fleksibilitet i socialisering, idet den enkelte opbygger og kun deltager i de sociale interaktioner, er interessant for vedkommende (Castells, 2003b).

2.2.2.3 Neostammer

I forlængelse af Castells' anskuelse af fællesskaber, finder vi det relevant at udbygge dette perspektiv med sociologen Michel Maffesoli (1996) betragtning af neostammer.

Ifølge Maffesoli (1996) er et karaktertræk ved det postmoderne samfund, at individer indgår i selektive smagsfællesskaber, og han understreger disse neostammers rolle i samfundet: "They are the central feature and key social fact of our own experience of everyday living" (Maffesoli, 1996, Foreword). Maffesoli (1996) definerer neostammer som flygtige temporale grupperinger, hvor individer forbindes med hinanden i varierende socialiseringsrammer og interessefællesskaber. En stamme opstår ved at aktørerne oplever, hvad der interrelationelt kan anskues som en fælles forståelse af en menings- og identitetsskabende hverdag og hermed katalyseres et fællesskabsbånd. Maffesoli anskuer aktørerne som sociale performere, der agerer situationistisk og flere gange

i løbet af en dag navigerer ind og ud af specifikke interesse- og æstetikfællesskaber, der udgør neostammerne (Maffesoli, 1996). I forhold til den teknologiske udvikling påpeger Maffesoli (1996), at grupper, der dannes ud fra en teknologisk forbindelse, er karakteriseret ved at være efemeriske og ved at organisering sker løbende (Maffesoli, 1996). Neostammer ændrer den måde, vi indgår i relationer og netværk på og tankegangen beskriver et samfund, der består af mange små og skiftende fællesskaber, hvor sammenhængskraften for dem alle er organiseret omkring fælles smag (Maffesoli, 1996). I forbindelse med specialets problemstilling, så advokerer denne opfattelse for, at mennesker samles i grupper omkring individuelle smagspræferencer, og vi ser hermed teorien udfordre den generelle aldersbetingede målgruppedefinition.

2.2.2.4 Konvergens

Ifølge Castells (2003a) er konvergens et led af den teknologiske revolution, og han forklarer begrebet med at teknologiske ruter krydses og teknologiske systemer integreres med hinanden. Internettets udvikling vender op og ned på kommunikationsteknologierne, hvilket medfører, at datatransmission bliver den fremherskende universelle kommunikationsform (Castells, 2003a).

Jenkins (2006) behandler blandt andet konvergensbegrebet ud fra koncepterne: mediekonvergens og deltagerkultur. I denne forbindelse vil vi kort bemærke Jenkins' definition af medier relateret til specialet mediebegreb. Hvor specialet ekspliciterer medier som værende fysiske og teknologiske apparater, ser vi, at Jenkins opererer med en bredere og mindre specifik mediedefinition: socialt og kulturelt forankrede strukturer for kommunikation, herunder også de teknologiske former (Jenkins, 2006, s. 289).

Første koncept, mediekonvergens, influerer måden hvorpå, forbrugere konsumerer medier: "A teenager doing homework may juggle four or five windows, scan the Web, listen to and download MP3 files, chat with friends, word-process a paper, and respond to e-mail, shifting rapidly among tasks" (Jenkins, 2006, s. 16). Citatet illustrerer mediernes naturlige integration i menneskers liv med afsæt i internettet. Andet koncept omhandler deltagerkultur, der betegner cirkulationen af medieindhold som værende stærkt betinget af forbrugers aktive deltagelse. Her bemærker Jenkins (2006), at han ikke kun betragter konvergens som en teknologisk proces. Konvergens repræsenterer et kulturelt skift, hvor forbrugere indbydes og aktiveres til at søge ny information og skabe forbindelser inden for et spredt medieindhold⁶. Jenkins (2006) præsenterer hermed en

⁶ Jenkins' (2006) brug af betegnelsen "media content" defineres ikke præcist, men ud fra hans teori vurderer vi, at det ikke er i strid med den betydnings, specialets definition af "medieindhold" har.

ny måde at anskue forbrugere på: man er ikke længere en passiv tilskuer men del af en deltagende kultur⁷.

Brugere konstruerer i dag deres egen personlige fortælling fra fragmenter af information, der uddrages fra medie flowet og omdannes til ressourcer, der giver mening i deres hverdagsliv (Jenkins, 2006). Konvergens foregår på tværs af medier, tid og platforme og forandrer både måden hvorpå medier produceres og medier konsumeres. Jenkins (2006) beskriver det som værende både en top-down virksomhedsdrevet proces og en bottom-up forbrugerdrevet proces, der koeksisterer med hinanden. Samtidig er forbrugere ved at lære at anvende de forskellige medieteknologier og får dermed kontrol over deres medieindhold og interaktionen med andre heri. Det er Jenkins' (2006) overbevisning, at udviklingen af en konvergenskultur stiller høje krav til virksomhedernes evne til at gentænke mediebrug, herunder både en gentænkning af programmering og marketingstrategier ud fra disse perspektiver:

If old consumers were assumed to be passive, the new consumers are active. If old consumers were predictable and stayed where you told them to stay, then new consumers are migratory, showing a declining loyalty to networks or media. If old consumers were isolated individuals, the new consumers are more socially connected. If the work of media consumers was once silent and invisible, the new consumers are now noisy and public. (Jenkins, 2006, s. 18)

Jenkins (2006) argumenterer hermed for en konvergenskultur, der ændrer mediebildet markant.

2.2.3 Ungdom og unges mediebrug

2.2.3.1 Ungdom som en overgangsfase

Kofod og Nielsen (2005) samt Johannsen og Petersen (2014) betragter ungdom som en overgangsfase, der strækker sig fra barn til voksen. Disse to før- og efterliggende livsformer anser Johannsen (2014a) som værende mere stabile end ungdommen selv. Hvor Kofod og Nielsens (2005) forskning i det såkaldte normale ungdomsliv omfatter aldersintervallet 12-18 år, angiver Johannsen (2014a; 2014b) ikke ungdommen som en aldersspecifik periode. Schleicher (2014), forklarer, at det ikke giver mening at gøre ungdommen aldersbegrænset, og bør snarere anskues som "[...] en livsperiode, hvor individet befinder sig i en væsentlig udviklingsproces, hvor det udforsker sig selv uden for familierelationer og søger at skabe en selvstændig identitet." (s. 32).

⁷ Vi ønsker ikke fremadrettet at beskæftige os med Jenkins' (2006) brug af termen passiv, da ordets betydning peger i retningen af en bestemmelse af niveauet for kognitiv aktivitet, hvilket vi ikke beskæftiger os med i nærværende speciale.

Johannsen (2014) skriver, at termen *overgang* ikke kan indkredse de transformationer, der gør sig gældende i ungdomsårene, da hun betragter det som et common sense-udtryk. Derfor anvender hun begrebet *passage* med teoretisk afsæt hos etnologen Arnold van Gennep og kulturanthropologen Victor Turner. Passage skal forstås antropologisk med viden om, at mennesket er en del af et socialt fællesskab. Ifølge Johannsen (2014a) er en passage kendetegnet ved, at mennesket er på vej fra kendt til ukendt land, hvor tidligere erfaringer ikke gør sig brugbare. Derfor er passagen en tilstand af midlertidighed og identitetsmæssig usikkerhed. Desuden bemærker Schleicher (2014), at enhver generation er et produkt af sin tid, hvilket vi i nærværende speciale tager højde for med Castells' udlægning af netværkssamfundet (2003a; 2003b; 2010).

Ifølge Johannsen (2014b) er mange unge udsat for en gennemgribende identitetsforvandling, hvor de tillærer sig sociale og kulturelle normer, som guider hen mod et voksenliv. Også ud fra Kofod og Nielsens betragtning (2005) er ungdomslivet en foranderlig periode, og de nævner hertil, at mennesket udvikler sig og tilegner sig en masse kompetencer. Relation til andre mennesker er vigtigt, når de unge skaber deres identitet, og de bruger fællesskaber til at afsøge og afprøve identitet sammen med andre unge (Kofod & Nielsen, 2005).

2.2.3.2 De digitale indfødte

Studiet af nutidens unge involverer ofte digitale medier, der indgår som en stor del af de unges hverdag og rutiner. Faktisk er medierne så integreret i de unges liv, at de af flere omtales som en til tider usynlig og ubevidst dimension (Christensen & Søndergaard, 2014; Mesch & Talmud, 2010). Ifølge Christensen og Søndergaard (2014) er de unge altid digitalt aktive og ofte flere steder på én gang. Mesch og Talmud (2010) beskriver multitasking som en større aktualitet ved unges mediebrug end tidligere. Her er det især social multitasking der er populært, hvor de unge fører flere samtaler og gerne på forskellige kanaler.

I en tid hvor medier konvergerer og nye teknologier udvikles, og hvor unges medieaktivitet eskalerer, taler Christensen og Søndergaard (2014) om en generation af *digitale indfødte*, mens Mesch og Talmud (2010) omtaler teenagere som *the netgeneration*. Fremadrettet når vi henviser til nærværende teoretiske afsnit, vil vi benytte os af betegnelsen *digitale indfødte*, da det er en betegnelse, vi ser anvendt i dansk sammenhæng.

Christensen og Søndergaard (2014) ekspliciterer, at de unge er født ind i en medialiseret kultur. Både Christensen og Søndergaard (2014) samt Mesch og Talmud (2010) beskriver, at med internettet, og heriblandt sociale medier, som en fast del af hverdagen for unge, er der opstået en kultur for at skabe og dele indhold frem for blot at forbruge det. Hertil forklarer Christensen og Søndergaard (2014), at denne kultur også er blevet en katalysator for identitetsskabelse og socialisering. Mesch og Talmud (2010) beskriver, at teknologiens udvikling må inkludere sociale kontaktflader, hvor de unge er en del af sociale fællesskaber og deler interesser med hinanden

uden fysisk kontakt. Det giver mulighed for at opretholde de allerede eksisterende bånd og samtidig udvides de unges sociale cirkel.

Kritik af digitale indfødte-fænomenet

Selvom ovenstående afsnit indikerer, at flere forskere bekræfter fænomenet *de digitale indfødte*, har forskerne også en mere kritisk vinkel på teorien.

Christensen og Søndergaard (2014) forklarer, at selvom de unge i dag er en generation af digitale indfødte, er de ikke nødvendigvis bedre til at navigere på nettet end andre generationer, herunder sortere informationer og forholde sig kildekritisk. Christensen og Søndergaard (2014) stiller sig desuden kritiske over for de unges kompetencer og mener, at ikke alle nødvendigvis vil kunne følge med den hurtige udvikling. De vurderer herudover, at skellet mellem digitale indfødte og såkaldte digitale immigranter, der ikke er født ind i den digitale tidsalder, bliver mindre og mindre relevant.

Mesch og Talmud (2010) vurderer, at der er tale om flere synspunkter omkring de nye teknologier: et transformativt syn, hvor nye bånd kan opstå, og et syn om, at nye medier ikke medfører forandringer men blot bevarer bånd med folk man kender. I foregående afsnit har vi primært fokuseret på unges forhold til medier som transformerende, hvor især internettet etablerer onlinesfærer, som især de unge anvender til interaktion, produktion og socialisering. Mesch og Talmud (2010) argumenterer hertil for, at flere undersøgelser viser, at internettet har skabt en ny generation af unge. Der skabes en kultur af læring og erfaring i det digitale rum og de unge besidder specifikke præferencer og teknologiske talenter. Som kontrast til dette perspektiv forklarer Mesch og Talmud (2010), at andre studier viser, at de nye teknologier ikke har haft betydning for sociale mønstre eller skabt en ny ungdomskultur.

2.2.3.3 Mediernes rolle blandt børn og unge

Dette afsnit tager udgangspunkt i uddrag fra artikelsamlingen "The routledge international handbook of children, adolescents and media" (2013), redigeret af Dafna Lemish. Da forskerne bag de udvalgte artikler ikke tydeliggør, hvordan de skelner mellem børn og unge, vil vi løbende referere til "børn" eller "unge" i henhold til forskernes egne benævnelser i den konkrete kontekst.

Skærmkulturens nye virkelighed

Ifølge Lemish (2013) er skærme en del af børns hverdagsliv. Hun beskriver tv som værende dominerende i familier og for mange individer, men samtidig finder hun det interessant at se tv-mediets løbende forandring i den hurtigt udviklende medieverden, hvor blandt andet tv-indholdet integreres i konvergerende og mobile skærme. Lemish (2013) har fundet seks temaer, der karakteriserer skærmkulturens nye virkelighed i studiet af børn, unge og medier, hvoraf vi vil fokusere på de tre, vi finder relevante for specialet.

Et væsentligt tema er **teknologisk konvergens** af kommunikationsfunktioner til én skærm. I denne sammenhæng ser Lemish (2013) at der også udviskes andre grænser i medieverdenen, eksempelvis mellem kategorier som information, underholdning og reklame samt leg og læring. Hun påpeger, at børn bevæger sig mellem skærme alt efter adgang, erfaring og egne interesser.

Forbrugerkultur handler om, at økonomiske interesser driver konstruktionen af nye understadier i barndommen, eksempelvis tumlinger, der er overgangen fra baby til barn, og tweens, der er overgangen fra barn til teenager. Lemish (2013) forklarer, at nogle studier stiller spørgsmålstejn ved det, hun kalder en "[...] promotion of a hedonistic culture among the young" (s. 3), hvor børn opmuntres til at dyrke et selv billede på markedets præmisser frem for egne kvaliteter og mål.

Med temaet **globalisering** fremhæver Lemish (2013), at børn globalt set har mange lignende vaner inden for medieindhold såsom tv-programmer, film, computerspil, hjemmesider og musik. Meget af det indhold, der bruges verden over kommer fra USA, men eksempler som japansk anime og koreanske computerspil viser, at det også kommer andre steder fra (Lemish, 2013). Dette resulterer i en kulturel homogenisering, men samtidig anser Lemish (2013) ikke umiddelbart spændingen mellem det globale og det lokale plan som problematisk. Det skyldes, at det globaliserede medieindhold optages gennem processer af meningskonstruktion og fortolkning i en lokal kulturel kontekst.

Digitale spil

Aarsund har bidraget til Lemishs (2013) essaysamling med forskning om børns digitale spilkulturer. Aarsund (2013) anser børns spilkulturer som en form for subkulturer i den forstand, at de er grupper af mennesker, der har interesser og praksisser til fælles og kan udvikle kompetencer samt dele erfaringer med hinanden. Aarsund (2013) har blandt andet taget udgangspunkt i Jenkins' (2006) diskussion af mediebrug som en partecipatorisk kultur. Ud fra Jenkins' (2006) teori vurderer Aarsund (2013), at spilkultur involverer mere end kun at spille spil, og at spil kan bruges på mange måder og med flere forskellige formål. Nogle børn bruger eksempelvis digitale spil med det sociale element som hovedmotiv, da det giver anledning til at være sammen om noget. Andre har et intenst engagement i selve spillet, mens andre ligger et sted imellem med en intention om at kende spillet, men hvor gruppeselskabeligheden får dem til at hænge ved (Aarsund, 2013).

Internet

Livingstone, der har bidraget til Lemishs essaysamling (2013) med et essay om børns internetkultur, fremlægger en række forskellige brugspotentialer ved internettet, som alle er med til at mediere børns oplevelser. Hun påpeger, at "[...] the possibility is not merely that children's lives

are increasingly filled by online activities, but that the main aspects of their lives (identity, pleasure, pain, relationships) are altered by the fact of their digital, networked, online mediation." (Livingstone, 2013, s. 115). Ligesom Lemish (2013) ser Livingstone (2013), at selvom globale brands skaber en homogenitet blandt børn, så afhænger børns online muligheder af en familiær, økonomisk og lokal kontekst, hvilket skaber en overvejende heterogenitet i børns internetkultur.

Jævnalderkultur

Lim (2013) fremhæver et kvalitativt studie af unge foretaget i tre europæiske lande, og fremhæver her fra et resultat om, at medieindhold, som eksempelvis populære tv-programmer og computerspil, medvirker som katalysatorer for samtaler hos jævnaldrende ældre børn. De teenagere, der indgik i undersøgelsen, følte sig tvunget til at se alle episoder af et populært tv-program for at kunne deltage i samtaler om programmet, som sandsynligvis kunne finde sted næste dag i skolen (Lim, 2013). I denne sammenhæng skriver Lim (2013): "Indeed, alongside parental mediation of young people's media consumption, peer interaction about media content also generates norms about what constitutes acceptable content for the group and determines which media they should consume." (s. 323).

Kapitel 3: Metode

I dette afsnit vil vi præsentere specialets metodiske afsæt og vores overvejelser herom. Vi har valgt sekundær analyse af forholdsvist kvantitative datasæt; en metodeform, som vi vil definere og uddybe i "Sekundær analyse som metode". Herudover har vi valgt kvalitative fokusgruppeinterviews som vores primære metode til erkendelse. Vi finder kombinationen af de to metoder relevant til besvarelse af problemformuleringen. Det skyldes, at metodekombinationen muliggør en mere generel men også mere dybdegående indsigt i de 13-15-åriges mediebrug, hvilket vi vil uddybe i nærværende metodeafsnit.

3.1 Forskningsdesign

Vores tilgang til at opnå erkendelse omkring, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige danskere baseres på en interesse for at udforske fænomenet ud fra et eksplorativt sigte. Med dette menes, at vi ikke har haft en hensigt om at teste en teori og ikke på forhånd har haft et særligt kendskab til de 13-15-åriges mediebrug. Tværtimod har vi forholdt os nysgerrige og åbne til forskningsfeltet, som vi så at sige har afsøgt som et ukendt terræn. Med en eksplorativ tilgang har vi gjort brug af en begrænset teoretisk og erfaringsmæssig indsigt til at strukturere vores empiriproduktion (Harboe, 2006). Samtidig har vi også ladet det empiriske materiale være inspirationskilde til specialets struktur og teorivalg, da vi ikke på forhånd var klar over, hvilke forhold der gjorde sig gældende i empirien. Vores metodevalg har derfor været nødsaget til at bygge på en fleksibilitet over for nuancer samt teoretiske og empiriske forhold, der opstod undervejs i forskningsprocessen. I den henseende gør kvalitative metoder sig særligt velegnede (Harboe, 2006). Ud fra dette ræsonnement har vi valgt at lade kvalitativ tilgang fungere som vores primære empiriske grundlag. Kvale og Brinkmann (2009) beskriver desuden, at fokusgruppeinterviews er velegnede til eksplorative undersøgelser på et nyt område: "[...] eftersom den livlige, kollektive ordveksling kan bringe flere spontane ekspressive og emotionelle synspunkter frem, end når man bruger individuelle, ofte mere kognitive interview." (s. 170).

Det er fokusgruppeinterviewene, der har fungeret som vores primære metode, da vi med disse kan få et kvalitativt og uddybende indblik i mediebrug hos informanter fra specialets aldersgruppe. Den sekundære analyse af datasæt fra andre rapporter har haft til formål at give et overblik over danskernes, herunder aldersgruppens, generelle mediebrug, samt udviklingen af dette over tid, hvilket har givet et afsæt at konstruere en spørgeguide til fokusgruppeinterviewene ud fra. Vi har valgt at analysere på andre forskers datasæt, da vi så en fordel i, at allerede eksisterende forskning har beskæftiget sig med relevante aspekter af unge mediebrug. Den sekundære analyse

har således fungeret som en indledende research af aldersgruppens mediebrug men også nuanceret vores analyse og forståelse af fokusgruppeempirien som en form for teoretisk bidrag.

3.1.1 Kvantitativ tilgang

Kvantitativt orienterede tilgange har som oftest tilknyttet en positivistisk epistemologi, hvor formålet med dataen er kvantificere og generalisere (Bryman, 2008). Vi vil hertil påpege, at nærværende speciale ikke er udarbejdet ud fra en sandhedssøgende, positivistisk erkendelsesinteresse eller objektiviserende ontologi, hvilket uddybes senere. Vi havde til hensigt at benytte sekundær analyse af forholdsvist kvantitative datasæt til at etablere et deskriptivt overblik over undersøgelsesfeltets omfang. Yderligere har intentionen været at skabe en mere konkret indsigt i hvilket mediebrug, der gør sig gældende i specialets undersøgelsesfelt (Harboe, 2006).

I "Forskningsreview" præsenterede vi de tre rapporter, som vi har udvalgt datasæt fra og foretaget sekundær analyse af (Kulturstyrelsen, 2015a; Kobbernagel et al., 2015; DR Medieforskning, 2015). Vi har udvalgt netop disse tre rapporter, dels fordi de hver især helt eller delvist omfatter specialets interesse omkring de unges brug af medier samt interessen for PS generelt, og dels på baggrund af at de er nylige udgivelser. Sidstnævnte faktor betragtes ofte som en mindre værdifuld omstændighed i akademisk forskning, der ofte kredser om langsigtede ændringer i samfundsstrukturer (Dale, Arber & Procter, 1988). Vi argumenterer dog for rapporternes tidsmæssige relevans, da dette speciales problemstilling betragtes i relation til den løbende teknologiske udvikling. Ydermere ønsker vi, at specialets samlede empiriske materiale kan sidestilles inden for en nyere tidsmæssig ramme, eftersom den sekundære analyse er et afsæt for spørgeguiden i fokusgrupperne. Rapporternes data består primært af kvantitative målinger. Afsnittets overskrift kan dog syne en smule misvisende, da vores sekundære data også omfatter DR Medieforsknings (2015) 16 dybdegående interviews med 15-25-årige. Dette kvalitative materiale fremlægges ikke separat i DR Medieforsknings rapport (2015), da det udgør fundamentet for en spørgeskemaundersøgelse. Samtidig er vi udfordrede i at vurdere den kvalitative undersøgelses kvalitet grundet en begrænset metodisk gennemsigtighed i rapporten.

De tre rapporters hovedformål er afvigende fra dette speciales og samtidig har de målt på bredere, og for DR Medieforsknings (2015) og Kulturstyrelsens (2015) vedkommende også flere, aldersgrupperinger end specialets aldersgruppe. Det har dog ikke været muligt for os at finde lignende medieundersøgelser med målinger på de 13-15-årige danskere.

Alle tre rapporter sorterer data ud fra forskellige demografiske variabler, hvor alder forekommer som den mest hyppige. På trods af at rapporterne ikke har samme specifikke forskningsområde som dette speciale, og på trods af andre og bredere aldersgrupperinger, fandt vi det relevant at inddrage data fra rapporterne i en sekundær analyse. Det skyldes, at vi heri fandt interessante

aspekter om unges mediebrug, og samtidig så en kvalitetsmæssig fordel i ikke selv at skabe et kvantitativt datasæt; med specialets begrænsede tidskapacitet vurderer vi, at en sekundær analyse af andres forskning øger kvaliteten af specialets undersøgelse, hvilket også Bryman (2008) fremhæver. En af udfordringerne ved kvantitative datasæt er, at de er svære at tolke på, hvilket netop taler for at inddrage en kvalitativt orienteret metode, som vi i det følgende vil præsentere.

3.1.2 Kvalitativ tilgang

Foruden ovennævnte rapporter valgte vi at samle empiri om aldersgruppen med en kvalitativt orienteret tilgang: fokusgruppeinterviews. Brinkmann og Tanggaard (2015) karakteriserer den kvalitative forskning med at forskeren, der anvender denne tilgang, er interesseret i: “[...] *hvordan* noget gøres, siges, opleves, fremtræder eller udvikles” (s.13). Denne tilgang er derfor forskellig fra den kvantitative ved at fokusere på, hvordan de 13-15-årige gør, siger og oplever frem for hvor meget de gør, siger og oplever. Det kvalitative er kendetegnet ved forskerens fokus på at forstå og beskrive menneskelige oplevelser og erfaringer, der sidenhen fortolkes eller dekonstrueres (Brinkmann & Tanggaard, 2015). Med den kvalitative tilgang som specialets primære forsknings-tilgang, har vi fokus på fortolkning og forståelse frem for tal, gennemsnit og generalisering. Vores fokus var at tilegne os et nuanceret billede på nærværende aldersgruppes oplevelser og erfaringer i relation til medier og medieindhold. Yderligere gav fokusgrupperne os mulighed for at rekruttere unge inden for den specifikke aldersgruppe, specialets problemstilling omhandler. Vi har i specialet valgt at benytte os af fokusgruppeinterviewet, hvor vi fokuserer på det kvalitative ud fra et kollektivt niveau (Brinkmann & Tanggaard, 2015).

Halkier (2008) beskriver, at ethvert metodisk valg for et forskningsdesign bør hvile på de vidensinteresser, man har i sin forskning. Nærværende speciales problemstilling tager afsæt i den aldersmæssige lakune, der eksisterer imellem målgruppedefinitionen på henholdsvis DR Ultra og DR3. Vores vidensinteresse kan sidestilles med specialets problemstilling, hvor vi ønsker at undersøge, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige. For at besvare problemstillingen er vi først og fremmest interesserede i, hvordan specialets aldersgruppe bruger medier og medieindhold med tanke på at vurdere, hvorvidt deres mediebrug matcher den PS kontekst, DR er underlagt.

Ifølge Morgan (1997) er et fokusgruppeinterview en forskningsmetode, hvor empiri produceres via gruppeinteraktion omkring temaer, forskeren udvælger og faciliterer. Med andre ord er det forskerens fokus, der styrer dagsordenen, mens gruppeinteraktionen leverer det empiriske materiale (Morgan, 1997). Vores valg af dagsorden er inspireret af empirisk materiale, der har

været med til at fokusere spørgeguiden ud fra en sekundær analyse af primært kvantitative datasæt. Vi forventer, at interaktionen mellem deltagerne i fokusgrupperne giver os et nuanceret billede af, hvilke medier samt hvilket medieindhold, der interesserer de 13-15-årige unge. Halkier (2008) argumenterer for, at netop fokusgruppemetoden ofte anvendes inden for kommunikations- og medieforskning til at undersøge mediebrugernes forskellige former for fortolkninger og brug.

3.1.3 Kombination af kvantitativ og kvalitativ tilgang

Med udgangspunkt i de netop præsenterede metodevalg har vi tilgået problemstillingen med brug af både kvantitativt og kvalitativt orienterede tilgange, og vi har derfor arbejdet med metodeformen *mixed methods* (Bryman, 2008). Bryman (2008) påpeger, at forskellen på kvalitative og kvantitative tilgange ikke er så enkel, som den ofte fremføres, og at linjerne imellem dem ofte tegnes skarpere op, end de egentlig er. Kontrasteringerne mellem de to bør snarere ansues som tendenser. Nærværende speciale betragter derfor kvantitativt og kvalitativt orienterede tilgange som forskellige forskningsstrategier, der hver især involverer forskellige epistemologier og ontologier men samtidig influerer hinanden og trækker på hinandens karakteristikker. Eksempelvis er det muligt at optælle sin kvalitative empiri for at skabe en analytisk generaliserbarhed; en analysestrategi, vi benytter, der uddybes senere.

På trods af overlap mellem kvalitativt og kvantitativt orienterede tilgange har *mixed methods* ry for at være en problematisk, og for nogen helt utænkelig, kombination, da nogle forskere argumenterer for, at de kvalitativt og kvantitativt orienterede tilgange ikke kan blandes grundet deres forskellige epistemologiske og ontologiske afsæt (Bryman, 2008). Hvor kvantitativ forskning forbindes med en positivistisk epistemologi og objektiverende ontologi, bevæger kvalitativ forskning sig inden for mere fortolkende og postmoderne epistemologier og eksempelvis konstruktionistisk ontologi (Bryman, 2008; Brinkmann & Tanggaard, 2015). Nærværende speciale er ikke udarbejdet med et specifikt epistemologisk eller ontologisk udgangspunkt. Det skyldes, at et tilvalgt videnskabsteoretisk afsæt ville begrænse vores valg af metoder og teorier, og således også begrænse os i vores eksplorative tilgang. Derfor fandt vi det mere hensigtsmæssigt at lade vores valg af metoder bestemme hvilken erkendelse, vi opnår.

Trods kritikken af at fusionere forskellige epistemologiske tilhørsforhold i videnskabelig forskning findes der også argumenter for, at de to tilgange godt kan kombineres (Bryman, 2008). Dette anses som værende muligt med en teknisk tilgang, som vi har benyttet ved at gå mere pragmatisk til værks og betragte de to metoder som tekniske arbejdsredskaber. Vi anser de valgte metoder som værktøjer til at skabe erkendelse, hvor erkendelsen er bestemt af disse metoder, hvilket uddybes i vores videnskabsteoretiske refleksioner.

3.1.3.1 Iterations- og indlejret design

Frederiksen (2015) præsenterer en række forskningsdesign inden for mixed methods. Blandt disse er specialets forskningsdesign inspireret af kategorierne *iterationsdesign* og *indlejrede design*. Med iterationsdesign skal forstås, at vi har arbejdet med forholdsvist planlagte sekvenser, hvor resultaterne og vores opnåede viden fra den ene sekvens, den sekundære analyse, har været med til at danne grundlag for samt formet den næste sekvens, fokusgruppeinterviewene (Frederiksen, 2015).

Selvom vi arbejder med to forskellige metodiske sekvenser, er disse sekvenser ikke af lige høj prioritet i specialet. Det er her inspirationen fra indlejrede design gør sig aktuel: specialets kvalitativt orienterede tilgang, fokusgruppeinterviewene, er som nævnt vores primære og overordnede forskningstilgang, hvor den forholdsvist kvantitativt orienterede tilgang, den sekundære analyse "[...] udgør et mindre, supplerende delstudie [...]" (Frederiksen, 2015, s. 204).

3.1.3.2 Argumentation for metodekombination

Bryman (2008) opstiller forskellige tilgange til, og fordele ved, at kombinere kvalitativt og kvantitativt orienterede tilgange i mixed methods-forskning. Med begrebet *offset* skal forstås, at svagheder ved kvantitativt og kvalitativt orienterede tilgange kan mindskes i en kombination af de to tilgange (Bryman, 2008). Ved at anvende både kvantitativt og kvalitativt orienterede tilgange har vi forsøgt at reducere de bias, der er associeret med hver tilgang. Eksempelvis kan kvalitative tilgange beskyldes for ikke at være repræsentative, mens der ligger en udfordring i tolkningsarbejdet af kvantitative data, da vi ikke kender baggrunden for besvarelsene og målingerne (Harboe, 2006). I "Undersøgelsens kvalitet" summerer vi op på nærværende undersøgelses kvalitet, vurderet ud fra de forskellige metoders styrker og svagheder. Her vil vi komme ind på begreber som *validitet*, *reliabilitet* og *generaliserbarhed* for at kvalificere den viden, vi med specialet producerer.

Specialets metodekombination kan også begrundes med Brymans (2008) begreber *process* og *explanation*, da vores kvalitativt orienterede tilgang bidrager med en mere processuel tilgang til at anskue specialets problemstilling, hvorimod de kvantitative data giver et mere statisk billede. Vores kvantitative data fra forskningsrapporterne har givet os en indsigt i sammenhænge mellem alder og mediebrug, hvortil vores kvalitative empiri fra fokusgruppeinterviewene har udforsket og uddybet de processer og begrundelser, der ligger bag sammenhænge (Bryman, 2008). Med afsæt i Dale et al.'s tilgang til sekundær analyse (1988) anskuer vi dog ikke de kvantitative datasæt som værende faktuelle og uberørte, som Frederiksen (2015) påpeger det, men tværtimod som værende påvirkelige, hvilket vi uddyber nærmere i afsnittet "Videnskabsteoretisk refleksion".

Komplementaritet er en forskningstilgang præsenteret af Frederiksen (2015). Med brug af kvantitativt og kvalitativt orienterede tilgange har vi forsøgt at mindske bias, men vi har med de anvendte metoder, og i henhold til vores eksplorative sigte, først og fremmest haft til formål at

tilstræbe en bredere viden. Ved at kombinere sekundær analyse med fokusgruppeinterviews har vi brugt flere metoder til at undersøge specialets problemstilling. Resultaterne fra de to metoder har fungeret som "[...] analytisk supplement til hinanden [...]" (Frederiksen, 2015, s. 201), og vi har tilegnet os et større empirisk grundlag for at besvare, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige.

3.2 Sekundær analyse som metode

Sekundær analyse defineres af Hakim (1982) som: "[...] any further analysis of an existing dataset which presents interpretations, conclusions or knowledge additional to, or different from, those presented in the first report on the inquiry as a whole and its main results" (s. 28). Sekundær analyse differentierer sig fra primær analyse ved, at primær analyse involverer dataindsamling og efterfølgende analyse af disse data, hvor sekundær analyse går på at analysere datasæt, som andre har samlet ind (Kiecolt & Nathan, 1985). Ifølge Bryman (2008) og Dale et al. (1988) er det svært at sætte grænserne for, hvornår primær og sekundær analyse starter og slutter. Hvad dette speciale angår, har vi ikke haft adgang til samtlige af undersøgelsernes oprindelige dataudtræk og (kryds)tabeller, som analyserne i rapporterne bygger på. Derfor hviler vores sekundære analyse til dels på de dataudtræk, der har været interessante for de primære forskere at arbejde videre med i de forskningsprojekter, dataene først og fremmest var tiltænkt, samt analyser og tolkninger af disse data. Denne form for sekundær analyse kan derfor siges at være beslægtet med det Kiecolt og Nathan (1985) kalder meta-analyse: "Meta-analysis involves using published research results to compute an overall level of significance for an array of comparable test statistics, such as correlations [...]" (s. 22).

Hakim (1982) understreger, at selvom ordet *sekundær* bruges om denne metodeform, så betyder det ikke, at den sekundære analyse er af lavere status end primær analyse, men blot at den er lavet på et senere tidspunkt af forskere, der ikke selv har indsamlet dataene. Med denne metode er der nogle metodiske trin, spørgsmål og problematikker som vi har undgået, men til gengæld opstod der her nogle andre og lige så vigtige metodiske overvejelser og problematikker, som vi har skullet forholde os til (Dale et al., 1988). I det følgende vil vi fremhæve nogle metodiske overvejelser for sekundær analyse af vores udvalgte data.

3.2.1 Rapporternes afsæt

Bryman (2008) skelner mellem to typer af sekundær analyse af data. Den første er data, der er samlet af andre forskere, mens den anden er data, der er samlet af statsstyrede institutioner og lavet i virksomheders tjeneste. De rapporter, vi anvender i nærværende speciale, fordeler sig i begge kategorier. "Danske unges museums- og mediebrug: temaer og tendenser" (Kobbernagel et al., 2015) befinder sig inden for første type og er et forskningsprojekt skrevet af tre forskere på

vegne af DREAM, der har haft til hensigt at dokumentere "[...] centrale udviklingstræk i udviklingen af unges museumsbrug set i lyset af unges hverdagskultur, hvor medier spiller en hovedrolle." (Kobbernagel et al., 2015, s. 5). "Mediernes udvikling i Danmark 2015" (Kulturstyrelsen, 2015a) er herimod et sammendrag af officielle målinger, der er foretaget af blandt andre Danmarks Statistik og udgivet af Kulturstyrelsen, og befinder sig altså inden for sidstnævnte type. "Medieudviklingen 2014" (DR Medieforskning, 2015) placerer sig i et krydsfelt herimellem. Det vurderer vi ud fra, at DR dels er en offentlig institution, der gør brug af officielle statistikker fra blandt andre Gallup, og dels at forskere fra DR Medieforskning har foretaget yderligere empirindsamling. Rapporten har til formål at "[...] bidrage til læserens viden om de udviklingstendenser, som præger mediemarkedet i disse år." (DR Medieforskning, 2015, s. 5). Når vi i det følgende reflekterer over vores valg af rapporter inden for de to forskellige kategorier, vil "Medieudviklingen 2014" (2015) indgå i begge.

3.2.1.1 Kvalitet af andre forskeres datasæt

Hvad angår brugen af DREAMs og DR Medieforsknings forskningsprojekter ser vi en fordel i, at data fra sådanne forskningsudgivelser sandsynligvis er samlet ind af erfarne forskere, der er rutinerede i datakvalitet, (Bryman, 2008). Kobbernagel et al. (2015) angiver, at deres undersøgelse er nationalt repræsentativ med tilfældig udvælgelse inden for aldersgruppen på baggrund af CPR-registret (Kobbernagel et al., 2015, Bilag 219). Vi sætter dog spørgsmålstegn ved den nationale repræsentativitet i DR Medieforsknings (2015) egne dataindsamlinger, da der ikke er angivet informationer herom. Trods en bred repræsentativitet er mangel på respons under dataindsamlingen et problem, vi må tage højde for, ligesom vi må være opmærksomme på, at dataen er produceret i andre undersøgelseskontekster end specialets.

3.2.1.2 Kvalitet af statsstyrede datasæt

Ifølge Bryman (2008) og Dale et al. (1988) kan vi ud fra de statsstyrede statistikker med fordel tegne et overordnet billede af vores felt, da målingerne formentlig ikke blot baserer på befolkningsudsnit men nationalt repræsentative tal. Det er ikke ensbetydende med, at nationale statistikker er fejlfrie, om end de gør deres bedste for at minimere fejl. Eksempelvis er vi opmærksomme på, at nogle af statistikkerne kan være misledende, fordi de kun måler på individer eller husstande, der er i besiddelse af og bruger det medie, der måles på (Bryman, 2008). Herudover kan grupper fra befolkningen være enten under- eller overrepræsenterede (Dale et al., 1988). Hvad disse faktorer angår skriver Kulturstyrelsen (2015b), at der er en vis skævhed i deres webtrafik-måling, eftersom panelet kun består af brugere med adgang til internettet og som tilgår mindst én af de målte hjemmesider inden for et afgrænset tidsinterval. For at kompensere for skævheden, vejer og opregner de data. Desuden forklarer de, at ældre mennesker, personer med korte uddannelser og unge fra storbyen generelt set er sværere at samle data fra, og derfor

muligvis er underrepræsenterede (Kulturstyrelsen, 2015b). Heller ikke denne problematik tilvejebringes synligt af DR Medieforskning. En sidste nævneværdig bias ved statsstyrede statistikker er økonomiske, kommercielle og politiske omstændigheder, der også kan have haft indflydelse på undersøgelserne (Dale et al., 1998).

3.2.1.3 Kvalitet på tværs af datasæt

Der opstår en mulighed for, at informanterne har misforstået et eller flere spørgsmål, hvilket også har indflydelse på reliabilitet og validitet (Bryman, 2008; Dale et al., 1988). Eksempelvis kan der i de kvalitative interviews foretaget af DR Medieforskning være opstået misforståelser mellem interviewerne og de interviewede, hvis de har forskellige meningssystemer (Dale et al., 1988). I forlængelse af dette er det muligt for os at drage fejlslutninger ud fra eventuelle fejlslutninger i de primære analyser. Det kan for eksempel være slutninger som bygger på én demografisk variabel og ikke tilvejebringer flere forskellige faktorer (Bryman, 2008).

3.2.1.4 Kulturstyrelsens metodiske afsæt

Dataindsamlingen betegnes som en stikprøveundersøgelse og er foregået via telefoninterviews, spørgeskemaer på internettet eller sendt med posten, webtrafikmålinger, popup-surveys og paneldeltagelse (Kulturstyrelsen, 2015b). Selvom de forklarer noget af dataindsamlingen som værende repræsentativ for befolkningen, sætter de samtidig spørgsmålstegn ved hele undersøgelsens repræsentativitet. Dels fordi de vurderede, at det er afgørende at deres sammensætning af respondenter svarer til befolkningens sammensætning (jf. "Kvalitet af statsstyrede datasæt"). Dels fordi de af ressourcemæssige årsager måtte nøjes med en enkelt stikprøveundersøgelse, hvorfor undersøgelsen statistisk må betragtes som det bedst mulige gæt, men stadig blot et gæt (Kulturstyrelsen, 2015b). Også undersøgelsens reliabilitet og validitet stiller Kulturstyrelsen (2015b) selv spørgsmålstegn ved: selvom Kulturstyrelsens (2015b) måleinstrumenter siger noget om potentiel eksponering blandt respondenterne, ved vi ikke i hvilket omfang respondenterne har koncentreret sig om, forstået og indoptaget medieindholdet.

Med Kulturstyrelsens (2015b) kvantitative tilgang til dataindsamling har det været muligt for dem at kortlægge respondenternes adfærd i forhold til medier og betragte, hvordan deres mediebrug fordeler sig på eksempelvis demografiske forhold. Således har de belyst eventuelle sammenhænge mellem mediebrug og målgrupper. Kulturstyrelsen har ikke fokuseret på at få et indblik i respondenternes udbytte fra, fortolkning af og påvirkning fra medieindholdet (2015b).

Med specialets aldersgruppe in mente har vi observeret, at de forskellige analyseinstitutter, der bidrager til undersøgelsen, opererer med forskellige aldersgrupperinger i deres dataindsamling, og ikke alle inkluderer de 13-15-årige. Kulturstyrelsen (2015b) angiver ikke hvorfor, de har valgt at opdele målgrupper ud fra alder eller hvorfor de har målt ud fra de i rapporten angivne aldersintervaller. Begrundelsen kan være analyseinstitutternes egne aldersinddelinger, som

Kulturstyrelsen (2015b) opererer med. Aldersinddelingerne bliver dog hverken kommenteret eller problematiseret i rapporten.

3.2.1.5 Kobbernagel, Schrøder og Drottners metodiske afsæt

Analyseinstituttet Epinion har indsamlet de inkluderede data, der er målt ud fra en nøje beregnet "repræsentativ stikprøve" på 7000 13-23-årige danskere via online spørgeskema, hvoraf der er indsamlet 2450 "brugbare svar" (Kobbernagel et al., 2015, s. 7). Med den forholdsvis lave responsrate syner repræsentativiteten dog væsentligt mindre end planlagt. Hvor mange svar, der er frasorteret som ikke-brugbare og hvad forskernes forstår som brugbart angives ikke, hvilket udfordrer undersøgelsens reliabilitet. De forskellige målinger går primært ud på at vise forskelle i unges mediebrug fra 2010 til 2014, og foruden alder skelner de undervejs mellem køn, uddannelsesbaggrund, etnicitet og andre demografiske faktorer. De har desuden vedlagt bilag, der viser alle deres målinger i form af krydstabeller, der er tænkt som en ressource til fagfolk, der "[...] søger opgørelser om områder og har brug for at se det i forhold til en målgruppe." (Kobbernagel et al., 2015, s. 70). Derfor har vi kunnet udlede relevante resultater af deres data, som forskerne ikke selv har lagt vægt på.

Forskerne beskriver i rapporten, at det er gjort klart for forældrene til de 13-15-årige respondenter, at barnets egen holdning skal fremgå, og at det ikke er optimalt at lade barnet besvare spørgeskemaet med en jævnaldrende grundet eventuel påvirkning. Om det reelt set er sket kan vi ikke vide, men forskerne har med denne forespørgsel forsøgt at mindske bias og styrke undersøgelsens troværdighed.

Hvor Kulturstyrelsen (2015a) skelner mellem forskellige platforme såsom computer, mobiler og tablets, har forskerne i denne rapport valgt at lade den medierelaterede handling være uafhængig af platform og betragter mediebrugen i forhold til brugssituationen (Kobbernagel et al., 2015). Det gør de mere detaljeret end Kulturstyrelsen (2015a), og bidrager derfor med en ny viden til specialet.

3.2.1.6 DR Medieforsknings metodiske afsæt

Rapporten baseres på DR Medieforsknings (2015) egne målinger på danskere fra 3 år og opefter og heriblandt mere specifikke, aldersgrupperede målinger. DR Medieforskning har inddraget målinger fra forskellige analyseinstitutter i deres indsamling af data til rapporten.

Det fremgår ikke af rapporten, hvordan samtlige oplysninger er samlet ind. Kun i enkelte afsnit er der kort redegjort for metoden for det pågældende afsnit. I de for specialet relevante afsnit, hvor nogle metodiske omstændigheder er fremlagt, fremgår det, at målingerne er udført på mellem 564 og 1500 danskere. Også for DR Medieforskning (2015) er alder en populær målgruppeinddeling. Uden yderligere begrundelse starter de målingerne fra 3, 12 eller 15 år og slutter dem på forskellige alderstrin. Et enkelt afsnit i rapporten med relevans for specialet, "Hvad

kan almindeligt tv og on demand" (DR Medieforskning, 2015, s. 46) har dog inkluderet en kommentar til aldersgrænsen på 15-50 år. Kommentaren lyder på, at de bevidst har valgt denne aldersgruppe fordi det primært er dem, der benytter sig af nye muligheder for at se tv-indhold. Hvad de baserer denne påstand på angives dog ikke.

Vi har tidligere nævnt, at et enkelt af de afsnit, vi behandler, delvist tager afsæt i en kvalitativ empiriindsamling. Her er tale om det sidste kapitel i rapporten, "Når unge elsker mediebrands" (DR Medieforskning, 2015, s. 68), som fokuserer på, hvad de unge, her de 15-25-årige, foretrækker af mediebrands og hvorfor. I rapporten fremgår det, at DR Medieforskning har foretaget 16 dybdeinterviews, hvor de har undersøgt de 15-25-åriges forhold til 42 forskellige mediebrands (DR Medieforskning, 2015, s. 71). Den kvalitativt orienterede tilgang skabte fundamentet for den kvantitative del af undersøgelsen og for en yderligere kvantitativ undersøgelse foretaget på en kontrolgruppe af 35-45-årige. Mere ved vi ikke om denne analyses metodiske forudsætninger; eksempelvis om nogle alderstrin er overrepræsenterede, på hvilken baggrund DR Medieforskning har udvalgt mediebrands og om de fremanalyserede brugsmotiver et tolket af forskerne eller direkte italesat af respondenterne. Af samme årsag har vi ikke fundet det hensigtsmæssigt at tillægge denne specifikke undersøgelse en høj grad af validitet, hvorfor vi primært har brugt resultaterne som inspiration til fokusgruppeinterviewene.

3.2.2 Videnskabsteoretisk refleksion

Som tidligere nævnt har vi anvendt en pragmatisk tilgang til den sekundære analysemetode som isoleret analyseredskab. På trods af dette finder vi det nødvendigt at klargøre, hvilken form for erkendelse, metoden implicerer. Det skyldes, at vi har anvendt viden fra den sekundære analyse til at konstruere vores spørgeguide til fokusgruppeinterviewene samt til at analysere dele af fokusgruppeempirien.

Hovedparten af den data, vi har anvendt fra rapporterne, baseres på forholdsvist kvantitativ data, der som udgangspunkt betragtes som værende mere objektiviserende end empiri fra kvalitativ forskning (Dale et al., 1988). Dale et al. (1988) bekræfter, at strukturerede spørgeskemaer og øvede interviewere gerne skulle producere mere troværdige svar, men mener, at ordet *findings* er misvisende, da det indikerer, at der eksisterer objektive facts, som bare venter på at blive indsamlet. Hertil påpeger de, at alle stadier i forskningsprocessen er påvirket af forskernes bag, om end det fremgår mere implicit i kvantitativ forskning end i kvalitativ. På baggrund heraf argumenterer vi for, at den sekundære analyse af forholdsvist kvantitative datasæt er produceret i specialets specifikke kontekst og altså ikke data, der er indsamlet med et objektivt sigte. Derfor anser vi ikke resultaterne herfra som objektive fund, der repræsenterer sandheder om de unges mediebrug.

3.3 Fokusgruppeinterview

Halkier (2015) lister tre styrker ved anvendelsen af fokusgrupper. Først og fremmest er fokusgrupper egnede til at producere empiri om sociale gruppers fortolkninger, interaktioner og normer (Halkier, 2015). En anden styrke knytter sig til den sociale interaktion, som er kilden til viden i fokusgruppeinterviewet. Her forstås, at deltagernes forskellige erfaringer og forståelser sammenlignes i gruppeprocessen og skaber viden om kompleksiteterne, der forekommer i betydningsdannelser og i sociale praksisser; en viden, der er vanskelig at få frem eksempelvis ved individuelle interviews. Styrken består således i, at gruppens dynamik producerer kompleks empiri, da deltagerne spørger ind til og kommenterer hinandens erfaringer. En tredje styrke gælder fokusgruppens evne til at producere koncentreret empiri omkring et bestemt emne på en forholdsvis tilgængelig måde sammenstillet med feltarbejde og deltagerobservation (Halkier, 2015).

En generel svaghed ved anvendelsen af fokusgrupper er faren for polarisering eller konformitet, der kan hæmme variationen i deltagerens udtryk for forståelser og erfaringer. Her understreger Halkier (2008), at denne potentielle svaghed fungerer som et grundvilkår for al social interaktion og må tænkes ind i gennemførelsen af fokusgruppeinterviewet samt fortolkningen af dette (Halkier, 2008).

3.3.1 Udvælgelsesproces

Hvad angår vores udvælgelse af deltagere til fokusgrupperne, har vi anvendt en såkaldt teoristyrket strategi, da deltagerne er udvalgt med problemstillingens aldersgruppe for øje (Halkier, 2008). Med andre ord er deltagerne udvalgt på baggrund af karakteristika, der er vigtige for problemstillingen, hvor vores fokus fortrinsvist var at rekruttere deltagere ud fra alder. Vi har desuden valgt en ligelig fordeling af køn, da vi ikke er interesseret i at undersøge kønnenes rolle for mediebrug. Derimod er vi interesseret i det kollektive output; summen af individernes oplevelse og erfaringer tilknyttet mediebrug. Dermed er den ligelige repræsentation dels bestemt for at undgå, at køn spiller en rolle, og dels for at skabe et balanceret kollektiv bestående af både piger og drenge.

I udvælgelsesprocessen så vi en styrke i at rekruttere deltagere ud fra egne kontakter med lærere på forskellige folkeskoler. Denne tilgang betegner Halkier (2008) som "snowball-sampling", hvor man trækker på ydre dele af sit netværk. Da nærværende speciale fokuserer på unge mellem 13 og 15 år, besluttede vi at udvælge elever fra både syvende, ottende og niende klasse, der oftest bevæger sig inden for dette aldersinterval. I vores udvælgelse af deltagere var vi opmærksomme på, at de alle var præcis 13, 14 eller 15 år i den pågældende fokusgruppe, da vi ønskede at repræsentere et lige antal elever fra hver alder. Hver fokusgruppe bestod således henholdsvis af 13-, 14- eller 15-årige deltagere med tre piger og tre drenge. Denne aldersindde-

ling skyldes, at det ikke er vores intention at foretage en komparativ undersøgelse af fokusgrupperne med fokus på alder. Vi skabte kontakt til tre forskellige skoler fra København og omegn, hvor vi udførte fire fokusgruppeinterviews med henholdsvis to niende klasser, en ottende klasse og en syvende klasse. Første fokusgruppeinterview (en niende klasse) fungerede som pilotinterview, der bidrog med erfaring til gavn for de efterfølgende interviews. Halkier (2008) anbefaler, at man altid udfører et pilotinterview, hvis det er muligt, da det bidrager med øvelse i praksis og giver mulighed for at afprøve sin spørgeguide samt eventuelle øvelser (Halkier, 2008).

Halkier (2008) fremstiller en pointe om, at deltagerne i fokusgruppen skal føle sig trygge i at dele deres meninger og erfaringer med formålet om at sikre en vis social interaktion i fokusgruppen. En produktiv måde at opnå dette scenarie er ved at sammensætte mennesker, der indgår i sociale eller venskabelige netværk og kender hinanden i forvejen, herunder klassekammerater og venner, da deltagerne ofte vil opleve at have noget at tale om (Halkier, 2008). Ud fra dette ræsonnement har vi udvalgt deltagere fra samme klasse til at indgå i samme fokusgruppeinterview, da deltagerne kender hinanden og formentlig føler sig trygge i at udveksle meninger, oplevelser og erfaringer med hinanden. Derudover er endnu en pointe, at deltagere fra samme sociale netværk ofte er i stand til at uddybe hinandens perspektiver på baggrund af delte erfaringer og oplevelser (Halkier, 2008). Sammensætningen af deltagere fra et socialt netværk tilfører også en form for social kontrol, der kan træde i kraft, når individuelle udtalelser ikke stemmer overens med det vedkommende normalt siger og gør i dagligdagen (Halkier, 2008). Denne styrke oplevede vi i interviewene, da deltagerne bidrog med viden, kommenterede og tilføjede til andres udsagn, dette muligvis grundet deres kendskab til hinanden. Samtidig oplevede vi, at der blandt flere fokusgrupper blev italesat medieindhold, som alle, eller næsten alle, i gruppen anvendte, eksempelvis i skolesammenhæng, hvilket i flere tilfælde bidrog med en fælles referenceramme at tale ud fra.

At sammensætte fokusgrupper ud fra venskabelige netværk kan dog også rumme en række svagheder, heriblandt indforståethed i gruppen og reproduktion af de roller, deltagerne allerede har overfor hinanden. Idet deltagerne går i klasse sammen, kender de hinanden og har en forventning til, hvem, hvad og hvordan, de hver især er. Med disse ulemper in mente var vi i interviewsituationen opmærksomme på at få deltagerne til at uddybe og forklare det medieindhold, de nævnte, når vi fornemmede, at der optrådte en indbyrdes indforståethed. På samme måde var vi opmærksomme på at spørge ind, når en deltager nævnte et mediebrug, der overraskede klassekammeraterne. Hermed forsøgte vi at overkomme en række svagheder forbundet med anvendelse af venskabelige netværk.

3.3.2 Rekruttering

Som nævnt i forrige afsnit er deltagerne rekrutteret ved hjælp af vores eget sociale netværk, hvor vores kontakter har fungeret som mellemlid til de klasselærere, der har udvalgt de enkelte deltagere til interviewene. En fordel ved at anvende egne netværk er, at de involverede føler sig tryggere på forhånd samt føler en større forpligtelse (Halkier, 2008). For ikke at risikere, at deltagerne gjorde sig for mange forudindtagede forestillinger om fokusgruppeinterviewets formål, opridsede vi kun kort emnet før fokusgruppeinterviewet både til vores kontaktperson samt i en uddybende e-mail til de pågældende klasselærere. I mailen fremlagde vi, at interviewet ville omhandle unges mediebrug og vare omkring to timer - yderligere informationer om problemstillingens indhold blev ikke præsenteret. I forbindelse hertil har vi været særligt opmærksomme på ikke at nævne DR indledningsvis, da vores intention var at få deltagerens erfaringer ud fra et bredt mediebrug og ikke ønskede, at de skulle fokusere unaturligt på DR i deres udtalelser.

Vi fremlagde til klasselærerne en række udvælgelseskriterier for de deltagere, vi ønskede: deltagere der var diskussionslystne samt åbensindede i at bidrage til samtale i et fokusgruppeinterview. Denne tilgang beror på en tillid til, at klasselærerne havde en fornemmelse for hvilke piger og drenge, der ville fungere godt sammen i et fokusgruppeinterview. Vi så lærernes fornemmelse som konstruktiv i udvælgelsen, da de har et kendskab til eleverne, vi hverken havde eller kunne opnå på samme vis. Vi anerkender, at vi herved har sat vores lid til klasselærerne, dog ser vi, at de med deres indsigt og erfaringer var mere kvalificerede til at sammensætte en produktiv gruppe end ved tilfældig udvælgelse foretaget af os. Denne udvælgelsesform har dog også en bagside, da vi ikke kan vide os sikre på, om klasselærerne har udvalgt deltagere ud fra vores kriterier eller ud fra egne præferencer. Eksempelvis var der en af de udvalgte deltagere til pilotinterviewet, der på dagen var syg, og klasselæreren valgte i stedet en anden med argumentation om, at deltageren bruger medier meget. Det giver også en indikation om, at klasselæreren muligvis udvalgte deltagere på baggrund af et hyppigt mediebrug frem for vores kriterium om deltagerengagement. Yderligere oplevede vi i et fokusgruppeinterview, at deltagerne ikke var fra samme klasse, men rekrutteret af læreren fra forskellige klasser på tværs af årgangen. Dog oplevede vi, at deltagerne alligevel fortalte uddybende omkring deres mediebrug. Dette muligvis på baggrund af, at der ikke var nogle forudindtagede forestillinger om, hvilke medier samt hvilket medieindhold, de hver især brugte, hvorfor mere forklaring var nødvendig for at andre forstod den enkeltes mediebrug. Vi oplevede også i dette fokusgruppeinterview, at deltagerne i starten virkede generte og uengagerede, hvorfor moderator måtte spørge lidt ekstra for at sætte skub i samtalen og gruppedynamikken. Det kan muligvis være en bias, der er opstået, eftersom deltagerne ikke var fra samme klasse og måske ikke følte sig helt trygge i forummet.

3.3.3 Fokusgruppens form

Antallet af deltagere har betydning for den viden, fokusgruppen producerer. Halkier (2008) fremhæver, at succesfulde fokusgrupper både kan omfatte 3-4 eller 10-12 deltagere. Førstnævnte antal deltagere er produktive ved emner, der er personlige og sensitive, mens sidstnævnte antal med fordel bruges, hvis man er ude efter så mange forskellige perspektiver på emnet som muligt. I denne forbindelse vurderede vi, at specialets emne i fokusgrupperne vedrørende medier ikke kan karakteriseres som et sensitivt emne, hvilket afholdt os fra at sammensætte en mindre fokusgruppe. Halkier (2008) argumenterer for, at større grupper er konstruktive, hvis man fokuserer på indholdet i det, der bliver sagt og diskuteret frem for interaktionsprocessen. Med specialets problemstilling ønsker vi at finde frem til aldersgruppes mediebrug, og i fokusgrupperne fokuserede vi derfor fortrinsvist på det sagte indhold, da vi i højere grad var interesserede i deltageres umiddelbare erfaringer og oplevelser (Halkier, 2008). Dette afsæt pegede os i retningen af at sammensætte en lidt større gruppe af deltagere, dog ikke i omegnen af 10-12 deltagere. Vi så et behov for en mellemstor gruppe, da Morgan (1997) påpeger, at mindre grupper er produktive, når forskeren ønsker mere detaljeret viden om emnet, da hver enkelt deltager får mere tæltid. Ud fra disse betragtninger konstruerede vi en fokusgruppe med seks deltagere pr. gruppe.

I alt har vi arbejdet med tre fokusgrupper, hvilket er gjort ud fra argumentationen om, at man typisk laver 3-5 fokusgrupper pr. undersøgelse, idet flere ikke giver væsentligt nye indsigter (Morgan, 1997). Desuden er vores antal af fokusgrupper bestemt ud fra en vurdering om, at antallet ressourcemæssigt matcher vores forskningsmæssige kapacitet i forhold til at kode og analysere materialet på dybdegående vis. Vi finder opbakning i denne betragtning hos Halkier (2008), der understreger, at kvalitative data er tidskrævende og omfattende at bearbejde analytisk på et tilfredsstillende niveau, hvorfor materialet skal begrænses til sin kapacitet. Vi foretog samtlige interviews i skoletiden på de respektive skoler efter aftale med lærerne. Dels så vi logistiske fordele i elevernes naturlige placering i skolen på tidspunktet, og dels udgjorde skolen et socialt genkendeligt rum, der, ifølge Halkier (2008), kan fremme en afslappet stemning blandt deltagerne.

3.3.4 Strukturering

Til strukturering af fokusgruppeinterviewet var vi inspirerede af tragtmodellen, som indeholder en åben start og sidenhen slutter mere struktureret (Halkier, 2008). Dette skyldtes et ønske om, at deltagerne i starten af interviewet skulle komme med deres umiddelbare tanker, erfaringer og ideer vedrørende medier og medieindhold. Undervejs i fokusgruppeinterviewene målrettede vi i

højere grad vores spørgsmål, eksempelvis ved at spørge mere specifikt ind til informanternes forhold til DR og DRs tjenester. Ifølge Halkier (2008) er modellen produktiv til at give plads til deltagernes egne perspektiver og interaktion med hinanden, mens den samtidig koncentrerer sig om projektets forskningsinteresse med mere strukturerede spørgsmål.

Centralt i overvejelserne af fokusgruppens strukturering er forskernes roller, herunder hvem der fungerer som moderator og suppleant (Halkier, 2008). For hvert fokusgruppeinterview vekslede vi mellem rollerne, således at vi begge fungerede som den, der styrede interviewet og den, der supplerende med spørgsmål. Herunder var vi opmærksomme på at skabe en form for systematik i rollen som suppleant, således at denne ikke opbrød moderatoren eller deltagerne men samlede relevante spørgsmål op, når der opstod en naturlig åbning.

Med afsæt i tragtmodellen formede vi vores spørgeguide med et par brede start-spørgsmål i form af to enkle øvelser (Bilag 2). Halkier (2008) beskriver, at øvelser kan fungere som en god start, når det er emner, folk ikke normalt taler om og diskuterer i hverdagen (Halkier, 2008). Medier og dertilhørende mediebrug anses i dag som et integreret element i unges hverdag, jævnfør "De digitale indfødte". Derfor antager vi, at unge ikke nødvendigvis taler så meget om hvorfor, de bruger specifikke medier og medieindhold i deres hverdag. Foruden denne antagelse så vi flere fordele i at åbne interviewet med øvelser. De to første øvelser havde til hensigt henholdsvis at afdække hvilke medier og hvilket medieindhold, deltagerne bruger. Derfor bidrog øvelserne med at åbne op for en introducerende snak omkring deltagernes mediebrug og deres overvejelser herom. Yderligere var det vores intention, at øvelserne skulle skabe en afslappet stemning fra starten og få deltagerne til at komme på banen tidligt med begrundelser for deres medievalg. Halkier (2008) sidestiller start-spørgsmål med øvelser og beskriver, at øvelser med fordel kan fungere som input til at bryde isen og til at få den enkelte deltager til at deltage aktivt (Halkier, 2008). Begge øvelser gav anledning til at, uventede og interessante temaer blev uddybet, hvilket stillede krav til moderatorens opmærksomhed, mens suppleanten noterede eventuelle oversete temaer ned til senere opfølgning (Halkier, 2008).

Spørgeguidens spørgsmål var blandt andet inspireret af de tendenser, vi så gjorde sig gældende i unges mediebrug i den sekundære analyse (Bilag 7). Dette gælder eksempelvis spørgsmål omhandlende sociale medier og spil. Denne del af spørgeguiden var dermed organiseret ud fra vores foreløbige empirisk forankrede perspektiver – både for at få afdækket men også få udfordret specialets problemstilling (Halkier, 2008). Yderligere dannede specialets problemstilling rammen om emnerne, mens interessante perspektiver blev forfulgt, når deltagerne havde andet på hjerte. Samtidig var det vores interesse at få indsigt i, hvorledes deltagerne kendte til og brugte henholdsvis DR Ultra og DR3, da kanalernes målgrupper aldersmæssigt læner sig op ad specialets aldersgruppe. Vores foreløbige teoretiske læsning spillede ligeledes en rolle i udarbejdelsen af spørgeguiden.

3.3.5 Gennemførelse

Ligesom det gælder ved enkeltinterviews, gælder det for fokusgrupper, at deltagerne skal tale mere end interviewerens. Halkier (2008) beskriver interviewerens rolle således: "Interviewerens rolle er at være professionel lytter og spørger i en balance mellem indlevelse og distance" (Halkier, 2008, s. 48). Det kvalitative interview er herudover defineret ved, at undersøgeren skaber en bestemt form for socialt rum, hvor interviewpersonernes erfaringer og fortolkninger kan komme til udtryk i dialog med undersøgeren (Halkier, 2008). Med disse betragtninger i baghovedet udførte vi fokusgruppeinterviewene med fokus på at lade deltagerne tale så meget som muligt, spørge ind til forståelser samt muliggøre spørgsmål og kommentarer mellem deltagerne.

I pilotinterviewet fik vi en fornemmelse for, hvordan vi skulle strukturere processen under interviewene og hvornår vi skulle sætte farten op for at overholde tidsrammen. Vi gjorde os også den erfaring, at deltagerne placerede sig fysisk omkring bordet ud fra køn, hvilket affødte en "pigerne mod drengene"-diskurs. Derfor sikrede vi i de efterfølgende interviews, at drenge og piger sad blandet for at undgå gruppering ud fra køn.

Moderator påbegyndte fokusgruppeinterviewene med en introduktion (se Bilag 1), og denne omtaler Halkier (2008) som noget af det allervigtigste i fokusgrupper, da introduktionen skaber rammerne for det sociale rum omkring interviewets interaktion. Med introduktionen forklarede vi, hvordan interviewet ville forløbe, retningslinjer for interaktionen og forsøgte at foregribe potentielle spørgsmål, deltagerne måtte have. Her lagde vi eksempelvis vægt på, at vi i interviewet ønskede, at deltagerne skulle tale sammen omkring de forelagte emner, frem for at agere som i en klassisk interviewsituation, som de kender fra tv eller lignende (Halkier, 2008). Som Halkier (2008) opfordrer til, gjorde vi deltagerne opmærksomme på, at vi var interesserede i alle erfaringer, holdninger og oplevelser med deres brug af medier med henblik på, at der i interviewet ikke fandtes nogle rigtige eller forkerte svar. I forlængelse af introduktionen startede vi en præsentationsrunde, dels for at lære deltagernes navne at kende, dels for at få deltagernes navn kædet sammen med deres stemme, således at vi var i stand til at skelne mellem deltagerne i lydoptagelsen til transskribering af interviewene. Dette for at være opmærksom på den enkeltes fortælling og kunne identificere eventuelle kontraster mellem deltagerne og i den enkeltes udsagn. Vi gjorde indledningsvis deltagerne opmærksomme på, at interviewet ville blive optaget på diktafoner, og vi afgrænsede os dermed fra brugen af video, da vores fokus ikke er den nonverbale interaktion. En faldgrube ved anvendelse af diktafoner alene er, at det i nogle tilfælde var vanskeligt at skelne mellem hvilke deltagere, der talte på optagelsen samtidig med, at respons sommetider foregik nonverbalt. Dette forsøgte vi at udrede i situationen ved at italesætte, hvis en

deltager anvendte nonverbal mimik eller lignende. Der forekommer således en vis usikkerhed i transskriberingerne, som vi har forsøgt at imødekomme ved at notere, når flere deltagere samtykkede til et konkret udsagn. Transskriberingerne af de tre fokusgruppeinterviews findes i Bilag 3, Bilag 4 og Bilag 5. Afslutningsvis anvendte vi i interviewene en debriefing, hvor vi spurgte deltagerne omkring deres oplevelse af interviewet (Halkier, 2008). Hensigten var at få deltagerne eventuelle usagte holdninger frem og samtidig vise dem, at vi tog dem og deres bidrag alvorligt.

3.3.6 Etiske overvejelser

Ved udarbejdelse af fokusgrupper fremtræder der ifølge Halkier (2008) en række etiske forhold, forskeren må have for øje. En etisk overvejelse vi gjorde os i samtlige fokusgruppeinterview, var, at gøre det klart for deltagerne, at de er anonyme og at lyddoptagelserne er forbeholdt vores behandling (Halkier, 2008). Af samme årsag har vi valgt kun at benævne deltagerne ved fornavn, samt ikke at angive navne på de skoler, deltagerne er tilknyttet. Med introduktionen informerede vi deltagerne grundigt omkring interviewets formål, således de var oplyst omkring, hvad de bidrog til med deres udtalelser. Da deltagerne er under 18 år og derfor endnu ikke myndige, gjorde vi klasselærerne opmærksomme på at indsamle samtykkeerklæringer fra deltageres forældre, som er vedlagt i Bilag 6.

3.3.7 Videnskabsteoretisk refleksion

Halkier (2008) argumenterer for at anvende analytisk pragmatisme i arbejdet med fokusgrupper. Her refereres der til, når undersøgelsesfelter tilgås ud fra forskelligartede tilgange. Dette forekommer særligt relevant i henhold til nærværende speciales metodiske design, hvor vi netop har argumenteret for en pragmatisk tilgang, der gælder i anvendelsen af mixed methods. Det skyldes, at problemstillingen indeholder en kompleksitet, vi netop undersøger med varierende metodiske tilgange i kraft af forholdsvist kvantitative datasæt og kvalitativt orienterede fokusgruppeinterviews.

Halkier (2008) opfordrer til, at forskere i planlægningen af deres fokusgrupper må læne sig op ad den overordnede problemstilling, projektet har. Som tidligere nævnt er dette speciale ikke tillagt en særskilt epistemologisk eller ontologisk retning. Dog ser vi en nødvendighed i at klarlægge, hvilken videnskabsteoretisk ramme, vores fokusgruppeundersøgelse bærer præg af – både for at skabe transparens for specialets metode og for at forstå hvilken type af viden, vi skaber med udvalgte metoder. Idet fokusgruppeinterviewene er specialets primære metode til at opnå erkendelse om problemstillingen, spiller metodens videnskabsteoretiske implikationer en betydelig rolle for hvilken type af erkendelse, vi opnår. Med interesse i at finde frem til de 13-15-

åriges mediebrug søger vi i fokusgrupperne at forstå, hvordan og hvorfor de unge bruger medier. Metoden bevæger sig inden for en fænomenologisk kontekst, hvor vi som forskere er interesserede i, hvordan hverdagens aktører skaber erfaring og danner mening med de ting, de gør i den specifikke sammenhæng (Halkier, 2008). Kvale og Brinkmann (2009) definerer fænomenologien som et begreb inden for kvalitativ forskning der: “[...] peger på en interesse i at forstå sociale fænomener ud fra aktørernes egne perspektiver og beskriver verden, som den opleves af informanterne [...]” (s.44). Her drager vi en parallel til den generelle interesse ved kvalitativt orienterede tilgange, der er karakteriseret ved at være interesseret i spørgsmålet om *hvordan* aldersgruppen bruger medier. I fokusgruppeinterviewene var vi altså interesseret i deltagerne oplevelser og erfaringer i relation til deres valg af medier og medieindhold, hvorfor vi forfulgte relevante emner og fortællinger, deltagerne bragte i spil undervejs i interviewet. Yderligere søgte vi med fokusgrupperne at undersøge, hvorvidt det sociale spiller en rolle for informanternes mediebrug. Dels ved at spørge ind til dette, og dels ved at lade den sociale interaktion udspille sig i fokusgruppen, herunder lade deltagerne kommentere og uddybe hinandens udsagn, og dermed tydeliggøre, hvorvidt mediebrug påvirkes af sociale processer. Med vores anvendelse af fokusgrupper søger vi at anerkende den sociale interaktions betydning for erkendelse hos informanter.

Vores design af fokusgruppeundersøgelsen tager dermed udgangspunkt i det fænomenologiske paradigme, som positionerer specialets overordnede videnskabsteoretiske tilgang som et kvalitativt orienteret studie. Dog er den data, der ligger til grund for den sekundære analyse, med sin kvantitative form mere positivistisk forankret, mens de udvalgte teoretiske bidrag, vi anvender i specialet, har varierende metodiske tilgange til frembringelse af deres viden samt resultater. Specialets forskellige dele bevæger sig dermed inden for forskellige videnskabsteoretiske niveauer, dog er vores primære empiriske bidrag, fokusgruppeinterviewene, kvalitativt funderet og ligeledes analysen af disse.

3.4 Analysestrategi

Fremgangsmåden i vores bearbejdelse og analyse af det empiriske materiale tager, ligesom vores øvrige metodiske valg, udgangspunkt i problemstillingen (Halkier, 2008). Vi er med fokusgrupperne interesserede i at skabe kollektiv viden omkring deltagerne tanker, erfaringer og oplevelser af og med medier og medieindhold. Med indsigt i specialets aldersgruppes mediebrug kan vi frembringe viden om, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige.

Halkier (2008) understreger, at man er nødt til at omsætte interviewene til skrift for at kunne foretage en systematisk analyse. Dette skaber både transparens og overblik for læseren. Vi transskriberede derfor alle interviews, herunder al optaget tale. Alle parter udtalelser blev

noteret; når deltagerne talte i munden på hinanden og når noget blev sagt uklart. Til dette formål anvendte vi de såkaldte "minimale udskriftskonventioner" fra "Dansk standard for udskrifter og registrering" (Gegersen, 1992). Samtidig supplerede vi med enkle konventioner fra "finere udskriftskonventioner" (Gegersen, 1992) i form af "P" for pause på mere end tre sekunder samt "T" for at indikere forskellige former for tøven. Disse retningslinjer er anvendt for at skabe en læsevenlighed og bedre forståelse i transskriberingerne.

Specialets empiriske bidrag, henholdsvis den sekundære analyse (Bilag 7) og fokusgruppeinterviewene, spiller forskellige roller i undersøgelsen. Som nævnt anvendes den sekundære analyse dels som inspiration til udarbejdelse af spørgeguide, og dels som "teori" til at analysere fokusgruppedeltagernes mediebrug. Bearbejdelsen af det de forholdsvist kvantitative datasæt går således forud for den kvalitativt orienterede empiri, som vi selvstændigt har indsamlet. Den sekundære analyse behandles i afsnittet "Sekundær analyse: Danske unges mediebrug" (Bilag 7), mens den analytiske strategi for fokusgruppeempirien præsenteres i det nedenstående.

Analysestrategien for fokusgruppeinterviewene tager udgangspunkt i det, Kvale og Brinkmann (2009) betegner som en *bricolage-tilgang*, og er defineret ved at forskeren anvender forskellige analytiske teknikker og begreber (Kvale & Brinkmann, 2009). Eftersom vi arbejder med mixed methods og hermed med flere videnskabsteoretiske paradigmer, og samtidig bevæger os inden for et bredt teoretisk felt, ser vi, at bricolage-tilgangen matcher specialets eksplorative tilgang. Denne analysestrategi bygger på en generel læsning af interviewteksterne kombineret med teoretisk prægede fortolkninger (Kvale & Brinkmann, 2009). Med denne tilgang er det for forskeren legitimt at anvende en række blandede tekniske diskurser og frit kombinere forskellige analytiske teknikker og begreber. Analysestrategien indebærer altså en videnskabelig fleksibilitet, der giver mulighed for at belyse problemstillingens nuancer ud fra flere forskellige analytiske vinkler, og hvor flere ad hoc-metoder bringes i spil for at skabe mening i et interviewmaterialet. Samtidig påpeger Kvale og Brinkmann (2009), at bricolage-tilgangen er en almindelig type interviewanalyse, der står i modsætning til mere systematiske analytiske former.

Vi har ud fra denne metode gennemlæst alle interviewtransskriberingerne for at danne et overblik, og for derefter at gå tilbage til interessante passager, foretage optællinger af udsagn og identificere temaer og mønstre (Kvale & Brinkmann, 2009). Flere teknikker og metoder gør sig gældende inden for bricolage, og de relevante for specialets analyse er som følger:

- At lægge mærke til mønstre og temaer
- Optælling
- Kontrasteringer/sammenligninger

- Lægge mærke til relationer mellem variable
- Indordning af det partikulære under det generelle
- Skabe begrebsmæssig/teoretisk sammenhæng

Kvale og Brinkmann (2009) opsummerer nævnte metoder og teknikker ud fra "Qualitative Data Analysis" af Miles og Huberman (1994). Disse teknikker betegnes også ad-hoc teknikker, og er nyttige til at skabe mening i kvalitative tekster ved at forklare det beskrivende og drage det konkrete til et mere abstrakt og begrebsmæssigt plan (Kvale & Brinkmann, 2009). I hver analysedel vil vi forklare, hvorledes analysens afsnit er struktureret ud fra ovenstående udvalgte teknikker.

Kapitel 4: Analyse

I det følgende vil vi, med afsæt i specialets empiri, analysere de 13-15-åriges mediebrug for at undersøge, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til angivne aldersgruppe med udgangspunkt i DR. Analysen er bygget op omkring fire dele, hvor vi løbende bygger analysens afsnit oven på frebragt viden. Indledningsvist vil vi kort fremlægge en opsummering af ”**Sekundær analyse: Danske unges mediebrug**” som findes i Bilag 7.

Analysedel 1 behandler problemstillingens omdrejningspunkt; aldersgruppens mediebrug. Denne del giver et overblik over fordelingen af medier og medieindhold i informanternes mediebrug. Analysedel 1 har en deskriptiv karakter og fokuserer på udsagn fra fokusgruppeinterviewene sat i forhold til tendenser frebragt i den sekundære analyse. Formålet med dette afsnit er at fremdrage hvilke mønstre, vi finder i aldersgruppens mediebrug.

Analysedel 2 undersøger de netop freanalyserede mediebrugsmønstre i dybden og forsøger at tolke og forstå mediebruget. Hertil inddrages specialets teoretiske referencer for at nuancere vores empiriske observationer. Til slut bringer vi analysens resultater ind i en ny teoretisk kontekst, hvor aldersgruppens mediebrug betragtes i relation til smagsfællesskaber og neostammer. Formålet med dette afsnit er at begribe nuancerne i aldersgruppens mediebrug og herudfra nærme os en forståelse af, om der kan specificeres medieindhold til de 13-15-årige, der anerkender deres mediebrug.

Analysedel 3 beskriver aldersgruppens kendskab og relation til DR og DRs medieindhold. Denne analysedel er også af deskriptiv karakter, hvor informanternes udtalelser spiller den primære rolle og sættes i forhold til enkelte væsentlige pointer om DR og PS fra den sekundære analyse. Formålet med dette afsnit er således at kortlægge aldersgruppens relation til DR.

Analysedel 4 er af mere diskuterende karakter og kan betragtes som en analytisk diskussion. I dette afsnit behandles resultaterne fra de foregående analysedele med fokus på aldersgruppens mediebrug i kontekst med DR som PS-virksomhed. Herunder vil vi nuancere og diskutere PS-fænomenet og DRs forpligtelser og deres position i forhold til aldersgruppen. Formålet med dette afsnit er at konkretisere væsentlige aspekter for besvarelsen af specialets problemformulering og altså skabe en forståelse for, om der i DR-regi kan specificeres PS-indhold målrettet de 13-15 årige.

I hver analysedel vil vi præsentere hvilke analysemetoder, vi bruger, og i analysedel 2 og 4 vil vi ligeledes præsentere hvilke teoretiske perspektiver fra specialets forståelsesramme, vi inddrager undervejs.

Analysens struktur skal ses ud fra specialets eksplorative afsæt, hvor vi har taget afsæt i empirien, og herefter nuanceret med interessante teoretiske perspektiver. Alt dette med henblik på at kunne besvare specialets problemformulering.

4.1 Opsummering fra sekundær analyse: Danske unges mediebrug

Med udgangspunkt i ovenstående betragtninger fra de tre udvalgte forskningsrapporter, vil vi nu samle op på, hvilke tendenser, vi bemærker inden for unges mediebrug. Disse tendenser er fundet med en bevidsthed om, at rapporternes undersøgte aldersintervaller ikke stemmer overens med specialets aldersgruppe. Derfor er det vigtigt for os at understrege, at der er tale om generelle medietendenser inden for et større aldersinterval end specialets nærværende aldersgruppen, frem for endegyldige svar på de unges, herunder også aldersgruppens, mediebrug i dag.

Ud fra nærværende analyse vurderer vi, at internettet er afgørende for unge danskere mediebrug, eftersom størstedelen af de unges foretrukne medieaktiviteter har internettet som omdrejningspunkt. Der viser sig samlet set et mønster omkring, at særligt sociale medier og streamingtjenester er populært blandt de unge. Det skyldes, at der i alle tre rapporter angives et stort - og med årene stigende - brug heraf blandt de unge. På trods af, at spil som medieaktivitet hverken nævnes i DR Medieforsknings (2015) eller Kulturstyrelsens (2015a) rapporter, finder vi denne kategori væsentlig at have med i vores opsamling. Ifølge Kobbernagel et al. (2015) er det nemlig særligt den yngste del af deres målgruppe, de 13-14-årige, der er skyld i populariteten. Herudover bliver mobiltelefonen nævnt af flere omgange som et populært medie, også hvad internetbrug angår. Til gengæld er tv'et ikke nær så anvendt som førhen. Selvom de unge ser mindre traditionelt flow-tv, end de har gjort tidligere, er PS-indhold i tv, herunder DRs indhold, blevet mere populært blandt de unge, og ligeså er PS-indhold på nettet også i høj kurs. (Bilag 7, s. 6)

4.2 Analysedel 1: De 13-15-åriges mediebrug

Denne del af analysen har til hensigt at introducere specialets aldersgruppes mediebrug på forholdsvis deskriptiv vis med udgangspunkt i medier og medieindhold.

Til at kortlægge mediebruget anvender vi optælling, der bruges til at illustrere fordelingen af henholdsvis medier og medieindhold. Med optælling aktiverer vi en kvantitativ teknik i specialets

forholdsvist kvalitativt funderede analyse, der hviler på fokusgruppeinterviews. Det viser en variation af, hvilke medier samt medieindhold, der optræder i aldersgruppens mediebrug, samt hvor meget eller lidt de optræder. Ydermere er afsnittets analytiske teknikker at se på sammenligninger og kontrasteringer mellem de medier og det medieindhold, informanterne præsenterer, og at lægge mærke til relationer mellem variable. Foruden at kortlægge resultater fra fokusgruppernes mediebrug, betragter vi denne kvalitativt baserede empiri over for de kvantitativt baserede indsigter i unges mediebrug fra den sekundære analyse for yderligere at belyse variationen i de unges mediebrug.

De fulde transskriberinger af fokusgruppe A, B og C⁸, der refereres til gennem analysen, kan findes i henholdsvis Bilag 3, 4 og 5.

4.2.1 Medier

Hensigten med første øvelse i fokusgruppeinterviewene var at tegne et billede af informanternes brug af forskellige medier (se spørgeguide i Bilag 2). I fokusgruppe A viser det sig, at mobiltelefonen er det mest anvendte medie, som fire ud af seks informanter nævner. Computeren går igen hos størstedelen af informanterne, mens tv bliver nævnt hos fem ud af seks. Øvrige anvendte medier tæller PlayStation og iPad. For fokusgruppe A fremstår radio i øvrigt som et populært medie (Bilag 3).

I fokusgruppe B bliver de samme medier nævnt, og mobiltelefonen er igen en favorit, som fire ud af seks informanter nævner. To informanter nævner henholdsvis computer og PlayStation som foretrukne medier. Yderligere nævner fem ud af seks informanter computeren, mens samtlige informanter nævner tv. Resterende medier tæller Apple tv, iPad, iPod, PlayStation og Xbox. Dog fremhæver Nina, at "tv" for hende er i parentes, da hun ikke ser så meget tv men i højere grad film på internettet (Bilag 4, s. 1).

For fokusgruppe C er iPad et populært medie, som samtlige informanter nævner, mens mobiltelefonen kun bliver fremhævet en enkelt gang, hvilket står i kontrast til mobiltelefonens popularitet i både fokusgruppe A og B. Computer og iPad er oftest anvendte medier i fokusgruppe C, hvilket Lukas knytter en kommentar til: "[...] to nemme medier det er sådan nemt at komme på man kan det meste på dem" (Bilag 5, s. 2). Øvrige medier for fokusgruppe C er Xbox, tv, computer og PlayStation. Særligt for fokusgruppe C gælder det, at kun to ud af seks informanter nævner tv'et som anvendt medie.

⁸ Fokusgruppe A = 7. klasse, fokusgruppe B = 8. klasse og fokusgruppe C = 9. klasse.

Når informanterne nævner et givent medie, som det de anvender mest, kan det betvivles, hvorvidt dette er et førstevalg, eller om det i højere grad er et valg betinget af adgangsmuligheder, som Sara eksemplificerer: "jeg bruger mest telefonen for jeg har ikke nogen computer eller iPad og sådan noget og heller ikke radio inde på mit værelse så jeg sætter min mobil til og bruger mobilen til også at Skype og sådan noget" (Bilag 3, s. 2). Endnu et eksempel herpå er Alberte C, der udpeger iPad som oftest anvendte medie, hvilket muligvis skyldes, at hun ikke har nogen mobiltelefon på nuværende tidspunkt (Bilag 5, s. 2). Generelt er iPad et medie, der dominerer i fokusgruppe C, hvortil årsagen kan være, at eleverne fra denne skole har fået en iPad til rådighed, der muligvis overflødiggør mobiltelefonen og/eller andre medier i denne gruppe. Et forhold vi blev gjort opmærksomme på efter endt interview.

4.2.2 Medieindhold

Anden øvelse havde til formål at kortlægge informanternes anvendte medieindhold. Der ses en bred variation af interesser i informanternes opsummeringer af mest anvendt medieindhold. Flere deltagere nævner medieindhold, som andre fra fokusgruppen ikke kender til, hvilket indikerer at flere informanter har forskellige interesser. Samtidig ser vi, at medieindhold med i form af sociale medier har en vis popularitet i aldersgruppen. For at anskueliggøre deltagernes anvendte medieindhold har vi opdelt de forskellige typer af medieindhold i følgende kategorier: *sociale medier, læringsindhold, spil, video, streaming, musik, hjemmesider, tv og øvrigt*. Inden for hver kategori optæller vi, hvor mange gange et givent medieindhold er nævnt i fokusgrupperne, mens vi tæller hvor mange informanter, der har nedskrevet dette medieindhold på deres opsummering. Hensigten er at vise fordelingen af medieindhold set i forhold til hvor mange informanter, der har noteret denne type af medieindhold på sin opsummering. Det skal understreges, at optællingen er et værktøj til at overskueliggøre kategorierne af medieindhold for derefter at se nærmere på de variationer, der findes i aldersgruppens præferencer for medieindhold.

Sociale medier er det mest fremtrædende medieindhold i fokusgrupperne. I alt nævnes forskellige sociale medier 49 gange af 17/18 informanter. Facebook nævnes af 14, Instagram af 11, Snapchat af 10 og Skype af fire informanter. Chatfunktionen til Facebook Messenger nævnes af fire, app'en Ask.fm bliver nævnt tre gange og følgende medieindhold bliver hver især nævnt én gang: TeamSpeak, Line, SMS beskeder og Twitter.

Læringsindhold er en kategori af medieindhold, der nævnes 18 gange af 13/18 informanter. Eksempelvis bliver Skoleintra og UV Tårnby nævnt. Førstnævnte er en app, der overskueliggør lektier og skema, mens sidstnævnte er skolens hjemmeside, hvor man kan se ugeplan (Bilag 3, s. 6 & 15). I fokusgruppe A er app'en Duolingo populær, og det fremgår, at app'en anvendes som et

læringsredskab i tyskundervisningen (Bilag 3, s. 7). Dette tiltag er populært i fokusgruppe A, hvor 5 ud af 6 noterer Duolingo på deres opsummering. Frederik argumenterer for, at Duolingo havde sin plads på listen af to grunde: "det er fordi [...] vores lærer har sagt de to der nået længst med det til jul får julegaver [...] og så er det bare for at lære flere sprog for at blive bedre" (Bilag 3, s. 8). Mens Saras argumentation er: "[...] fordi så kan jeg blive bedre til tysk og sådan noget så lærer man både sådan lidt engelsk så skal man oversætte det til tysk og så lærer du både det grammatiske" (Bilag 3, s. 10). Frederik nævner YouTube som et medieindhold, han anvender blandt andet for at lære engelsk: "[...] der kan jeg godt lide at se videoer de fleste er på engelsk det er så også meget godt så kan jeg lære engelsk på den måde i stedet for at lære det herovre [skolen, red.]" (Bilag 3, s. 7). Christen bruger efter eget udsagn YouTube til at se "viden videoer eller sådan noget meget videnskab", men også til at kigge på en guide til et spil, til tutorials eller til noget i relation til virkeligheden, som han kan have svært ved (Bilag 5, s. 5). Anton nævner app'en Ultimate Guitar app, som han bruger til at lære sig selv at spille guitar. Han har før gået til guitar i tre år, men stoppede fordi han ikke lærte nok, og bruger nu app'en, fordi "det bare var den bedste" i stedet for at gå ind på hjemmesider og selv finde akkorder og taps (Bilag 3, s. 11). App'en Forza bliver også nævnt af Anton til at tjekke resultater fra fodbold og oddse på kampe (Bilag 3, s. 11). I fokusgruppe B nævner alle Google Drev som et redskab, de bruger i skolesammenhæng (Bilag 4). Yderligere bliver Gmail nævnt af Amanda til at modtage mails om information fra ungdomsskolen, mens Hotmail bliver nævnt af Christen til nyhedsinformation og beskeder (Bilag 5, s. 5-6).

Spil er en medieaktivitet, som flere informanter skriver på deres opsummering (Bilag 3, 4 og 5). Spil nævnes 18 gange af 9/18 informanter. Det fremgår af opsummeringerne, at de informanter, der interesserer sig for spil, ofte spiller flere forskellige spil. Vi ser også et mønster i, at de, der spiller flere spil, ofte bruger computeren eller PlayStation, som det primære medie til at spille fra (Bilag 3, s. 7; Bilag 5, s. 3 & 6). Lukas nævner Steam, der er en online spilplatform, hvorfra man kan spille spil og invitere venner til at spille (Bilag 5, s. 3). Yderligere lister Lukas Counter Strike Global, Arma 3 og Garry's Mod; alle spil, som han spiller online med andre på computer. Gennemgående for Lukas' medieindhold er, at de har en forbindelse til dét at spille spil; eksempelvis anvender han TeamSpeak til at snakke sammen med dem, han spiller sammen med i de forskellige spil: "det gør at man kan lave bedre strategier og sådan noget når man spiller spillet" (Bilag 5, s. 4). Endnu et eksempel på et mediebrug, der orienterer sig omkring spil, ses hos Frederik, der har GTA5 og FIFA15 øverst på sin opsummering. Begge spiller han på PlayStation online med folk fra hele verden, men også med få fra klassen. Frederik nævner hjemmesiden Rockstar Games Social Club, der fungerer som et supplement til GTA5 spillet, og derudover bruger Frederik Skype til at tale med andre, når han spiller på computeren (Bilag 3, s. 8). Rasmus nævner både Steam, FIFA og The New Set. Til forskel fra Lukas og Frederik spiller

han ikke online, men kun med sine venner (Bilag 3, s. 15). Blandt de øvrige informanter bliver forskellige spil nævnt: Tetris, New Star Soccer, Steam, FIFA, App Store og SimCity. Vi hæfter os ved, at enkelte informanter har en stor interesse for spil, da deres mediebrug bærer præg af deres specifikke interesse for flere forskellige spil.

Video vurderer vi er et populært medieindhold, da det nævnes 16 gange af 15/18 informanter. Det drejer sig hovedsageligt om YouTube⁹, som 15 har listet. Størstedelen anvender YouTube til at høre musik, se musikvideoer, se sjove videoer, se challenges, se videoer om beauty og følge "YouTube're" (Bilag 4, s. 6 & 10; Bilag 3, s. 7). Armin og PewDiePie er to YouTube're, nogle af informanterne følger (Bilag 3, s. 6; Bilag 4, s. 9). Sebastian bruger YouTube til at se videoer om spil, og hvordan man hacker spil (Bilag 4, s. 6), og Nina fremhæver også gamingvideoer som en af hendes interesser på YouTube (Bilag 4, s. 9). Vine, som er en app, hvor man kan dele videoer, bliver nævnt én gang.

Streaming som medieindhold nævnes 12 gange af 11/18 informanter. Otte informanter nævner Netflix, hvilket dermed er den mest eftertragtede streamingtjeneste blandt deltagerne. Herudover bliver Viaplay og Putlocker - en ulovlig streamingtjeneste på internettet (Bilag 5, s. 7) - hver især nævnt to gange.

Musik som medieindhold nævnes 9 gange af 11/18 informanter. Blandt de nævnte radio- og musiktjenester er Radioplay, Nova FM, P3, TDC Play, YouTube, PlayTube og Spotify, hvor sidstnævnte er den mest populære musiktjeneste, som nævnes fem gange. På disse tjenester udvælger de det musik, de har lyst til at lytte til, og har eksempelvis oprettet spillelister (Bilag 3, s. 4), mens andre lytter til radio for at høre ny musik, de ikke selv har valgt (Bilag 3, s. 4). To informanter lytter til musik på YouTube for at finde specifik musik, de ikke kan finde andre steder. Heriblandt Nadia, der lytter til musik fra anime på YouTube (Bilag 4, s. 7) og Amanda: "fordi at jeg synes ikke man kan få fat i lige så meget for eksempel i min fantasy playlist der har jeg nogen sange af en der hedder Carleen [...] mange af hendes andre sange de er bare ikke på Spotify" (Bilag 5, s. 7).

Hjemmesider er en kategori med en bred variation af medieindhold, hvor 9 forskellige typer af hjemmesider nævnes af 4/18 informanter. Hjemmesiden Tipsbladet.dk nævner Anton som værende det medieindhold, han bruger mest tid på: "[...] jeg har skrevet nummer et er tipsbladet.dk fordi at det er jeg faktisk rigtig rigtig rigtig meget inde på for tiden sådan hele tiden faktisk" (Bilag 3, s. 10). Anton forklarer det som et fodboldblad, der har bedre journalister end Ekstra Bladet og BT: "[...] det er som om de går sådan lidt mere op i at du skal få noget rigtigt at vide om fodbold" (Bilag 3, s. 10). Tre informanter nævner Tumblr, og Amanda forklarer: "Tumblr er dejligt [...] billeder og videoer og posts og folk der er helt vildt underlige det er fordi folk har som regel en

⁹ YouTube kan ud fra specialets definition af sociale medier (jf. "Begrebspræsentation") kategoriseres som et socialt medie, men grundet informanternes primære brug af YouTube som videofunktion frem for det sociale element heri, har vi valgt at kategorisere YouTube under *video*.

hovedinteresse som jeg også altså det er meget interessant at kigge på" (Bilag 5, s. 8). Amalie bruger Tumblr til at kigge på billeder og betegner det som afslappende (Bilag 5, s. 4) mens Alberte C fortæller, at Tumblr skifter mellem at være meget interessant og meget kedeligt (Bilag 5, s. 6). Hjemmesiden Etsy bliver af Amanda fremhævet med begrundelsen: "Etsy det er hvor man kan købe ting og det er hovedsageligt til min middelalder og vikingetids ting som jeg går derind og kigger på" (Bilag 5, s. 8). For Amanda er Google Chrome den app og hjemmeside, hun bruger mest på iPad'en, fordi hun har mange faner åbne og gemmer mange af sine ting i browseren (Bilag 5, s. 7). Viki bliver nævnt af Alberte C, og er en side med asiatiske serier, heriblandt koreanske dramaer, og hun beskriver hertil, at al den tid hun har fri, bruger hun på at se Viki (Bilag 5, s. 6 & 10). Til sammenligning nævner Amanda Anime Plus som en hjemmeside, hvorfra hun kan se japanske animerede film, der overordnet kaldes anime (Bilag 5, s. 8). Hun nævner yderligere et asiatisk tegneserie- og filmunivers i form af Mangatown; en hjemmeside, hvor hun læser manga. I tilføjelse hertil spurgte vi i interviewet ind til, hvorvidt denne interesse for asiatiske film og tegneserier gjaldt for andre på deres alder, hvor Amalie svarede: "jeg tror muligvis det sådan du har også lige fået dem fra årgangen som går sådan meget op i det tror jeg specielt os tre piger" (Bilag 5, s. 8).

Tv bliver i højere grad nævnt som kanaler frem for specifikke programmer af informanterne i deres opsummeringer. Seks forskellige kanaler bliver nævnt: TV2, Kanal 4, TV3, DR1, Kanal 5 og Kanal 6. Heraf bliver TV2 som den eneste nævnt tre gange. I alt nævnes tv-kanaler syv gange af 8/18 informanter.

I det følgende præsenteres de typer af medieindhold, der falder uden for øvrige kategorier. I kategorien anvender vi ikke optælling men beskriver i stedet det forskellige medieindhold. Nadia interesserer sig stort set kun for medieindhold, der omhandler det japanske animerede univers anime; hun lytter til musik på YouTube fra anime, læser fanfiction om anime og ser anime på forskellige hjemmesider eller på YouTube, alt sammen fra sin mobiltelefon (Bilag 4, s. 7). Christen nævner også anime, men forklarer, at det er lidt tilfældigt: "[...] fordi jeg kigger rundt omkring og så ser jeg bare sådan måske en første episode [...]" (Bilag 5, s. 6). Oliver forklarer, at han for tiden er optaget af serien Teen Wolf på Netflix, der handler om små varulvebørn: "det er måske en lidt pigeserie men Magnus fik mig til at se den [...]" så synes jeg sgu den var meget god så jeg tror jeg har set fire sæsoner på en uge eller et eller andet" (Bilag 4, s. 8). Itouch er et program Amalie bruger til at lægge filter på billeder og dekorere billeder (Bilag 5, s. 4). Wattpad nævnes af Amanda: "[...] fordi jeg er i gang med en rigtig god bog derinde" (Bilag 5, s. 8). Det er en gratis platform, der findes både som hjemmeside og app, hvorfra man kan læse bøger og historier. Amanda fremhæver, at Wattpad, i modsætning til fanfiction litteratur, tilbyder nogle mere litterære bøger, der ikke er lige så kedelige, ikke har stavfejl og er mere "rigtig litteratur agtig eventyr og andre ting" (Bilag 5, s. 8).

4.2.3 De 13-15-åriges mediebrug belyst med den sekundære analyse

For at nuancere ovenstående indsigter omkring aldersgruppens mediebrug, sammenholder vi disse med de tendenser vi så i den sekundære analyse vedrørende unges mediebrug.

Overordnet for fokusgruppe A og B viser det sig, at mobiltelefon, computer og tv er de mest populære medier. I fokusgruppe C ser vi et andet mønster; iPad og computer er her de mest populære medier, mens tv'et kun nævnes af to og mobiltelefonen kun nævnes af én.

Mobiltelefonens popularitet blandt informanterne er en tendens, vi kan genkende i vores analyse af Kulturstyrelsens rapport (Bilag 7): mere end ni ud af ti unge blandt de 16-24-årige benytter sig af smartphones. Samtidig konkluderes det, at det mobile dataforbrug er steget, hvilket indikerer en høj medieaktivitet på netop mobilen. Hvilke former for aktivitet og indhold, der tilgås fra mobilen, uddybes ikke detaljeret, men det er noteret, at mobiltelefonen for den yngre del af befolkningen særligt bruges til at tilgå sociale netværk.

I fokusgrupperne ser vi, at tv'et optræder hos 13 ud af 18 informanter. Dette forholdsvist høje antal informanter indikerer, at tv'et stadig spiller en betydelig rolle hos aldersgruppen. Hertil vil vi fremhæve rapporternes indikation af, at tv'et oplever en tilbagegang blandt de unge. Forklaringen ligger i, at tablets har vundet stor udbredelse, særligt blandt børnefamilier, og her er YouTube en direkte konkurrent (Bilag 7). Ud fra fokusgrupperne finder vi, at tv'et stadig er relevant for aldersgruppen på trods af, at Kulturstyrelsen og DR Medieforskning ser et fald ved tv-sening blandt unge (Bilag 7). At tv'et stadig ses som relevant blandt specialets specifikke aldersgruppe udelukker ikke, at unge generelt ser mindre tv end førhen, som både Kulturstyrelsen og DR Medieforskning anskuer (Bilag 7). Hvad angår informanternes brug af tv-mediet opstår der en usammenhæng, da tv-mediet angives oftere end tv-medieindhold; 13/18 informanter har listet tv'et, mens kun 8/18 har listet traditionelt tv-indhold såsom kanaler, programmer eller lignende på deres opsummering over medieindhold. Forklaringen kan ligge i, at tv'et ikke anvendes som traditionelt flow-tv, da tv-mediet har flere funktioner. Heriblandt kan det bruges til at streame Netflix, til at spille PlayStation og til at tilgå internettet etc. Her drager vi en parallel til kompleksiteten i at definere medier og tilknyttede begreber (jf. "Begrebspræsentation"); et medies teknologiske form stemmer ikke nødvendigvis overens med dets faktiske brug. Tv'ets oprindelige funktion som formidler af traditionelt flow-tv er ændret i takt med at nye medier og nyt medieindhold kommer til og interagerer med den oprindelige teknologi. Den teknologiske udvikling kan dermed være medforklarende til, at tv'et listes flere gange end traditionelt flow-tv-indhold, som kanaler eller programmer, og mediet må betragtes ud fra den kontekst, det bruges i.

Tre informanter nævner radio som et medie. Det antyder, at forholdsvis få i aldersgruppen bruger radio. Samme billede tegner sig ud fra DR Medieforsknings rapporters indsigter omkring

radio, der konkluderer, at danskerne generelt lytter til mindre radio i 2014, herunder også mindre PS-radio, end de gjorde i 2013 (Bilag 7). Dog fremhæves det, at teenagere har forøget deres lyttetid fra 55 minutter til 59 minutter og for kommerciel radio. Da vi med fokusgrupperne ikke har ønsket at undersøge aldersgruppens mediebrug komparativt i forhold til tidligere, kan vi ikke vurdere, hvorvidt der blandt informanterne er sket en stigning for kommerciel radio, som DR Medieforskning fandt (Bilag 7). Derimod kan vi fortælle, hvordan øjebliksbilledet ser ud. I rapporterne er øvrige medier, som PlayStation, iPad, computer etc. ikke undersøgt særskilt, men det er i højere grad typen af aktivitet på medierne, det vi i specialet betegner "medieindhold", rapporternes resultater fortæller noget om (Bilag 7).

Hvad angår medieindhold tegner der sig et billede af, at informanternes individuelle mediebrug indeholder en stor variation. Eksempelvis ser vi blandt informanterne ikke en serie, et flertal følger med i, et spil et flertal spiller eller lignende fællesnævner på tværs af aldersgruppen. De 13-15-årige bruger mange af de samme kategorier af medieindhold, men variationen inden for hver kategori er stor. Sociale medier er den kategori, hvor frekvensen af variation er størst, hvilket ses ved at sociale medier nævnes 49 gange af samtlige informanter på nær én.

Særligt resultaterne fra vores sekundære analyse af Kobbernagel et al.'s rapport (Bilag 7) er gavnlige til at sammenligne med fokusgruppernes medieindhold. I rapporten undersøger de det, de kalder medieaktiviteter, og har dermed kategoriseret det, vi kalder medieindhold, i forskellige typer af kategorier. En pointe er, at sociale medier fylder meget i unges mediebrug, som blandt andet ses ved en stigning fra 23-88 % i at gå på et socialt medie fra 2010 til 2014 for 13-23 årige (Bilag 7). Samtidig er det at chatte steget fra 45-78 % i samme periode, og i det pointeres, at sociale medier spiller en afgørende rolle i de unges mediebrug (Bilag 7). Her fremhæves det, at Facebook tilbyder alternative sociale medieaktiviteter i de unges hverdag, og samtidig forstærker Facebook socialisering ved at være en platform for skabelse og formidling af fællesskaber og interaktioner (Bilag 7). Hvorvidt informanterne bruger Facebook til socialisering fortæller informanternes opsummering af sociale medier ikke noget om. Facebook nævnes af 14/18 informanter og er derfor det mest anvendte sociale medie i fokusgrupperne. Resultater fra DR Medieforskning og Kulturstyrelsens undersøgelser fremhæver ligeledes, at Facebook generelt er danskernes foretrukne sociale medie (Bilag 7). Dog pointeres det, at Facebook bruges mindre af unge mellem 12 og 29 år, eftersom andre sociale medier er indtrådt, herunder SnapChat og Instagram (Bilag 7). Hvorvidt Facebook bruges mindre af specialets aldersgruppe, grundet øvrige sociale medier, er uklart, men vi genkender interessen for SnapChat og Instagram i informanternes opsummeringer, hvor de nævnes af henholdsvis 10 og 11 informanter. I alt nævnes 10 forskellige sociale medier 48 gange af 17/18 informanter. Denne optælling viser, ligesom vores

sekundære analyse af de øvrige rapporter (Bilag 7), at sociale medier spiller en betydelig rolle for nærværende aldersgruppe.

I vores sekundære analyse ses der ud fra resultater af Kobbernagel et al.'s rapport (Bilag 7) en høj aktivitet i det at "høre musik", som 69 % af de 13-23 årige anvender. Vi ser desuden at musik som medieindhold repræsenteres bredt blandt deltagere i fokusgrupperne, da musik som kategori optræder på halvdelen af informanternes opsummeringer. Spil som medieindhold har stor relevans i aldersgruppen, da halvdelen af informanterne nævner spil på deres opsummeringer. Ud fra den sekundære analyse ser vi, at 32 % i aldersgruppen 13-23 årige er aktive inden for medieaktiviteten "spil" (Bilag 7). Interessen for spil fremstår således større blandt fokusgruppens deltagere. Dette kan bunde i, at vi beskæftiger os med en yngre aldersgruppe end Kobbernagel et al., der netop fremhæver, at populariteten omkring spil særligt skyldes den yngste del af den undersøgte målgruppe, de 13-14-årige, der anvender spil mere end dobbelt så meget som de 17-22-årige (Bilag 7). Det antyder, at interessen for spil aftager med alderen.

YouTube er et medieindhold, der nævnes af 15 informanter og som bruges til både at lære engelsk, lytte til musik, se challenges, følge YouTube'ere etc., og i den sekundære analyse fremhæves YouTube som en stigende populær medieaktivitet (Bilag 7). I den forbindelse forklares det af DR Medieforskning, at YouTube er et medieindhold, der er med til at udkonkurrere den traditionelle tv-sening, da de bemærker, at mange børn i alderen 7-12 år er vant til at tilgå medieindhold hvor og hvornår de vil (Bilag 7). Dette fordi de sammenlagt bruger mere tid på computere, tablets og smartphones end på traditionelt flow-tv (Bilag 7). Til trods for at DR Medieforskningens undersøgte aldersinterval differentierer sig fra specialets undersøgte aldersgruppe, antager vi, at dette mønster også kan være gældende for de 13-15-årige. Det ses blandt andet ved, at streaming nævnes af 11 ud af 18 informanter, hvor Netflix er den mest populære tjeneste og nævnes otte gange. En fjerdedel af danskere i alderen 15-75 år har adgang til streamingtjenesten Netflix og bruger gennemsnitligt 15 minutter, hvorimod der kun bruges 2 minutter på DRs og Viaplays tjenester (Bilag 7). Det fremhæves endvidere af både Kulturstyrelsen og DR Medieforskning, at det oftest er de yngste aldersgrupper, der streamer (Bilag 7). Set i forhold til informanternes nævnte streamingtjenester bemærker vi, at DRs streamingtjeneste "DR TV" ikke nævnes, mens Viaplay nævnes to gange. Den ulovlige streamingtjeneste Putlocker nævnes ligeledes to gange og indikerer, at disse informanterne gerne tager alternative metoder i brug for at tilgå det ønskede medieindhold.

4.2.4 Delkonklusion

På baggrund af informanternes præferencer for medieindhold ser vi dels at et differentieret mediebrug og dels at sociale medier er gennemgående for informanternes mediemæssige adfærd. Med forskellige kategorier af medieindhold, hvor adskillige typer af medieindhold fremgår, viser

det sig, at informanternes medieindhold varierer betydeligt fra person til person ud fra individuelle interesser. Lighederne var i højere grad af finde i de typer af medier, informanterne bruger, mens informanternes medieindhold varierer bredt. Derfor er det markant i denne kortlægning af informanternes anvendte medieindhold, at informanterne navigerer ud fra individuelle interesser i deres brug af medier og medieindhold. Vi finder det bemærkelsesværdigt, at der med så relativt lille en gruppe bestående af 18 informanter viser sig et så markant varieret mediebrug. Hvor undersøgelserne betragtet i den sekundære analyse ofte måler på isolerede kategorier af medieindhold (musik, spil, kanaler etc.), nuancerer informanternes opsummeringer variationen af medieindhold i de enkelte kategorier. De kvalitativt orienterede fokusgruppeinterviews giver derfor en uddybende forståelse for de 13-15-åriges mediebrug.

Foruden individuelle interesser i mediebruget som et gennemgående mønster for aldersgruppens mediebrug, ser vi, at sociale medier er den kategori, der nævnes mest i fokusgrupperne. Det fremgår hermed, at det sociale element også er et gennemgående mønster, da sociale medier, jævnfør begrebspræsentationen, involverer kontakt med andre mennesker, og er en kategori, som stort set alle informanter i aldersgruppen nævner op til flere gange. Med disse to fremtrædende mønstre ser vi et interessant forhold, hvis vi anskuer det lidt firkantet; aldersgruppen navigerer ud fra individuelle interesser og behov, når de vælger medieindhold, mens de alle sammen har en interesse for social kontakt via den høje koncentration af sociale medier. I analysedel 2 vil vi se nærmere på, hvordan disse overordnede mønstre kan forstås med inddragelse af teoretiske bidrag for at aktivere nuancerne i de identificerede mønstre.

4.3 Analysedel 2: Fremtrædende mediebrugsmønstre

Følgende analyse har til hensigt at give en uddybende, empirisk baseret viden om de 13-15-årige danskeres mediebrug. Dette vil vi undersøge ved at nuancere de to overordnede mønstre, som vi har observeret i analysedel 1. I nærværende analysedel anvendes fortrinsvist den kvalitativt orienterede fokusgruppeempiri.

De to mønstre; det differentierede mediebrug og det sociale element analyseres adskilt for overblikkets skyld og er delt ind i to separate afsnit. Med specialets eksplorative afsæt tager analysedel 2 først og fremmest fat i interessante empiriske observationer inden for de overordnede mønstre, som løbende belyses med specialets teoretiske perspektiver. Slutteligt vil vi betragte de to mønstre i aldersgruppens mediebrug i en opsummerende analyse med inddragelse af teori om smagsfællesskaber og neostammer.

Vi anvender analyseteknikken indordning af det partikulære under det generelle, hvor vi benytter empiriske uddrag og teoretiske perspektiver til at argumentere for samt nuancere de gennemgående mønstre, vi har fundet i analysedel 1. Herudover anvendes teknikken omkring at lægge mærke til relationer mellem variable i empirien og i forlængelse heraf skabe begrebsmæs-

sig og teoretisk sammenhæng. Desuden benyttes analyseteknikken med sammenligninger og kontrasteringer for at skærpe forståelsen mellem informanternes udsagn men også mellem det empiriske og teoretiske afsæt.

4.3.1 Det differentierede mediebrug

I henhold til specialets eksplorative afsæt bygges analysen op omkring empiriske uddrag, som belyses med relevante teoretiske perspektiver. Første teori, der inddrages, er Castells' teori om netværkssamfundet (2003a; 2003b; 2010) til at betragte aldersgruppens mediebrug. Dette perspektiv vil suppleres op med Jenkins' teori om mediekonvergens og deltagerkultur (2006) til en analytisk refleksion om de unges mediebrug. Herefter anvendes teori om de digitale indfødte til en analyse af alderens betydning for mediebruget. Til sidst suppleres analysen med ungdoms- og medieteorier af Lemish (2013) og Livingstone (2013).

4.3.1.1 Netværksorganiseret mediebrug

Når vi har identificeret de 13-15-åriges differentierede mediebrug som et gennemgående mønster, er det i høj grad deres anvendelse af streamingtjenester, der illustrerer det. Som beskrevet i analysedel 1 anvender en stor del af informanterne streamingtjenester til at se film og serier. Alberte A ser generelt film og serier på Netflix, eksempelvis serien Bones og Scream samt gyserfilm (Bilag 3, s. 6). Rasmus bruger ligeledes Netflix og nævner, at det er fedt at kunne downloade serier og se det offline. Efter eget udsagn bruger Rasmus Viaplay på samme måde, men fremhæver forskellen på Netflix og Viaplay med, at de leverer henholdsvis flest serier og flest film (Bilag 3, s. 18). Anton bruger mest Viaplay på PlayStation og mobiltelefon, hvor han ser Bones og NCIS. Henriette fortæller: “[...] og så har jeg Netflix hvor at jeg kan se film og serier når jeg har lyst” (Bilag 3, s. 15). “Når jeg har lyst” indikerer en frihed til at være i kontrol over, hvad man ser, og hvornår man ser det, hvilket netop er muligt med streamingtjenester, og er ligeledes en pointe Christen fremhæver (Bilag 5, s. 30). Henriette fortsætter samme argumentation for sin brug af DRs streamingtjeneste til at se programmet “Hvad sker der dansker”: “[...] så har jeg DR TV som jeg bruger hvis der er programmer jeg gerne vil se men som enten kommer mens jeg er i skole eller sent om aftenen så jeg ikke kan se det” (Bilag 3, s. 15). Luna bruger Netflix til at se serier og film, heriblandt serier som Pretty Little Liars og Prison Break, samt Viaplay til at se programmer fra tv, eksempelvis Paradise Hotel eller andre reality programmer (Bilag 4, s. 5). Oliver bruger ofte Netflix til at se en serie om aftenen, eksempelvis Teen Wolf, men han ser også en masse film som Avengers og Daredevil (Bilag 4, s. 9). Oliver tilføjer, at han ser CSI på Netflix. Christen bruger Netflix og forklarer det som en stor base af film og serier, hvor han ser film, han får anbefalet. Amanda anvender Netflix men også Putlocker til at se serien Game of Thrones, som Netflix ikke tilbyder (Bilag 5, s. 5 & 7). Christen fremhæver i denne forbindelse, at Putlocker har et større

udvalg, herunder indforstået via sitets ulovlighed, mens det lovlige Netflix begrænser udvalget. Amanda forklarer uddybende hertil, at DR ikke kan vise alle serier, mens Netflix og Putlocker i højere grad er et "bibliotek for film" (Bilag 5, s. 22).

På baggrund af ovenstående empiriske observationer samt optællingen i analysedel 1, ser vi, at Netflix er en genganger, når det drejer sig om streamingtjenester. Der er flere forskellige streamingtjenester i spil, men det er særligt de mange forskellige indholdspræferencer, der bliver nævnt, som falder os i øjnene; vi fornemmer et mønster blandt informanterne omkring, at i stedet for at være tro mod streamingtjenesten og lade sig tilfredsstille af den enkelte tjenestes udbud, så finder de deres foretrukne medieindhold et andet sted.

Informanternes differentierede brug af medieindhold vil vi nu betragte i lyset af den samfundsmæssige kontekst: netværkssamfundet (Castells 2003a; 2003b; 2010). Flere medieaktiviteter nævnes kun en enkelt gang: Antons interesse for at følge med i fodboldnyheder på Tipsbladet.dk, Amandas interesse for at læse bøger gratis på Wattpad og Olivers interesse for varulve-serien Teen Wolf. Vi ser, at nævnte interesser vedrører medieindhold forankret i internettet, hvorfor dette mediebrug er betinget af netværkssamfundets opståen, hvor netop internettet er fundamentet. Det skyldes, at de organiserer deres interesser i netværk, som internettet er bindeleddet i. Dette kan desuden relateres til den sekundære analyses (Bilag 7) konstatering af, at størstedelen af de unges foretrukne medieaktiviteter er forankret i internettet. Som beskrevet i det teoretiske afsnit er dannelsen af netværk ikke opstået i takt med internettet, da det ifølge Castells (2003b) altid har været en naturlig og historisk praksis mellem mennesker at indgå i sociale netværk. Som det eksempelvis ses i informanternes brug af streaming har internettet muliggjort, at de unge i høj grad kan dyrke egne interesser og derfor være selektive omkring hvilke netværk, de interagerer i og med. Vi ser derfor, at internettets netværksorganisering giver de 13-15-årige flere muligheder end de fysiske netværk, som informanterne formodes at have en lav grad af indflydelse på: familien, skolen, lokalsamfundet etc.

Som angivet i afsnittet "Netværkssamfundet" er nye teknologier ikke kun anvendelige redskaber: de er også redefinerbare, og udvikles også af brugerne. Streaming er et udtryk for, at medieindhold som serier og film distribueres på nye måder, da denne type af medieindhold tidligere var tilknyttet traditionelt flow-tv. Med den teknologiske revolution, som Castells anfører, indikerer det, at streaming er en funktion, der gennem internettet er blevet udviklet af brugere og udbyderne. Det gør det muligt i dag at finde tv-indhold på flere medier og i et utal af variationer.

Samtidig ser vi i empirien, at netværkssamfundets mange digitale og tilpassede muligheder gør informanterne mere selektive, hvilket kan tage fokus fra de mere traditionelle medier. Det kan

eksemplificeres med vores fokus på at få uddybet forskellen mellem traditionelt flow-tv og streamingtjenesten Netflix i interviewene: Rasmus pointerer, at Netflix i højere grad har et indhold, der adskiller sig fra det, der har været i tv. Sara mener godt, man kan sammenligne Netflix og tv og forklarer: “[...] jeg synes bare Netflix det er bedre fordi at hvis ikke der er noget i fjernsynet så kan du jo bare gå ind og vælge det du gerne vil se” (Bilag 3, s. 18). Ud fra Saras forklaring har Netflix en fordel i at tilbyde en fleksibel platform, der giver seeren frit valg i medieindhold.

Yderligere vil vi eksemplificere med indholdsgenren anime, der omtales af flere informanter i fokusgrupperne: Både Nadia, Amalie, Amanda, Alberte C og Christen nævner anime som et medieindhold, de bruger. Christen uddyber: “[...] siden de har magten til at gøre alting gennem animation så laver de bare sådan en stor verden med sådan virkelig seje ting. der er sådan ting du ikke ville tro der kunne ske meget sådan flot og uhyggeligt” (Bilag 5, s. 9). Amanda forklarer, at hun blev introduceret til anime gennem en ældre ven og begyndte derfor at se serien Clannad. Først havde hun tænkt, at anime var til børn, men efter hun havde set Clannad tænkte hun, det var mere end bare tegnefilm og meget følelsesladet (Bilag 5, s. 9). I fokusgruppe B er der blandede meninger omkring anime, eksempelvis siger Anthony, at han så det for to år siden, at det er urealistisk og at det ikke er sjovt mere (Bilag 4, s. 14). Både Luna og Oliver har set det før, men sidstnævnte fortæller, det er irriterende at høre på, mens Sebastian tilkendegiver, han ser det ret tit (Bilag 4, s. 14). Lukas nævner også, han ser lidt anime (Bilag 5, s. 9). Alberte C fortæller, at hun bruger en side ved navn Viki til at se asiatiske serier og rigtig mange koreanske dramaer. Hertil forklarer hun, at alt det, hun gerne vil se, ikke kommer i fjernsynet og det er grunden til, hun ikke ser fjernsyn (Bilag 5, s. 6 & 17).

Ud fra disse empiriske observationer argumenterer vi for, at anime kan betragtes som en online nichekultur, der er tilgængelig via streaming på internettet og altså ikke er tilgængeligt indhold via det traditionelle flow-tv-medie. Informanternes forskellige forhold til anime er ligeledes et udtryk for, at der ligger overvejelser til grund for deres specifikke interesser, at de tager stilling og forfølger egne præferencer. Vi betragter derfor deres mediebrug som værende mere eller mindre unikt for den enkelte bruger.

I forlængelse heraf er det væsentligt at nævne, at Castells (2003a; 2003b; 2010) ikke kun baserer sin forskning om netværkssamfundet på unge, eller nærmere bestemt de 13-15-årige danskere, hvorfor netværkssamfundets betingelser også gør sig gældende for andre. Derfor er det muligt, at tendensen i måden at bruge medier samt medieindhold på ikke kun begrænser sig til de 13-15-årige danskere.

Efter at have konstateret informanternes differentierede mediebrug og betragtet empirien i lyset af Castells' teori om netværkssamfundet (2003a; 2003b; 2010) vurderer vi, at mediebruget kan ses som netværk af interesser, hvor informanterne selektivt vælger det, de har lyst til i kraft af internettets udvikling.

4.3.1.2 Flere funktioner i ét medie

De mange muligheder, netværkssamfundet byder på, skyldes foruden internettet også en mediekonvergens, beskrevet i afsnittet "Konvergens". En del af den teknologiske udvikling går nemlig også på, at medier konvergerer og tilbyder multiple funktioner. Et eksempel på konvergensbegrebet kan ses i Saras mediebrug, hvor hun forklarer, at mobiltelefonen er det medie, hun bruger allermost ved at skrive med vennerne, høre musik og Skype (Bilag 3, s. 2). Mobiltelefonen er dermed ikke kun et kommunikationsmiddel i traditionel forstand, der kan sende sms'er og ringe, men bliver også brugt til at lytte til musik og anvende Skype. Disse funktioner gælder også for iPad, computer og flere spillekonsoller, idet supplerende apps nu gør det muligt at ringe og skrive til hinanden - funktioner mobiltelefonen førhen var garant for.

Når vi fremhæver dette aspekt skyldes det, at informanterne generelt set favoriserer mange af de samme medier, hvor mobiltelefon, computer, tv og iPad ligger i top, jf. analysedel 1. På baggrund af denne observation kan man fristes til at udlede et homogent aspekt i aldersgruppens mediebrug, på trods af at vi hidtil i analysen har fokuseret på at fremhæve de fremherskende forskelle. Mediekonvergensens besværliggør at homogenisere mediebruget ud fra selve mediet; selvom informanterne samlet set bruger disse fire medier, så vurderer vi, at selve mediets iboende funktion ikke har en afgørende betydning i forhold til at konstatere de unges mediebrug, da mobiltelefon, computer, tv og iPad netop tilbyder et hav af forskellige funktioner og må betragtes i den kontekstuelle anvendelse. Denne betragtning ser vi desuden blive bekræftet i flere informanternes begrundelse af, hvad deres mest anvendte medie er; eksempelvis siger Anthony: "det er bare mobilen der er det bedste at bruge fordi den kan flest ting" (Bilag 4, s. 2).

De tidligere omtalte streamingtjenester er et eksempel på en mediefunktion med et indhold, der før i tiden var eksklusivt knyttet til tv-mediet og biografen, men i dag, via internettet, er tilgængeligt på flere medier. Lukas fremhæver eksempelvis, at han ofte finder sine nyheder på YouTube - i højere grad end på tv - fordi det har en større variation, og han selv kan udvælge det, han vil se (bilag 5, s. 18). Disse tendenser vidner om en aldersgruppe, der navigerer selvsikkert og ubesværet ind og ud af teknologisk baserede netværk, der er relevante for netop deres individuelle interesser. Vi kan se i relation til Jenkins' konvergensteori (2006), at de udvælger det medieindhold på de specifikke medier, der giver mening for dem i deres hverdag.

4.3.1.3 Deltagerkultur: Streaming versus traditionelt flow-tv

Ud fra ovenstående eksempel kan YouTube anskues som et af flere resultater af den omfattende mediekonvergens i netværkssamfundet. YouTube ligger i toppen blandt det mest populære medieindhold (jf. analysedel 1) og er derfor interessant at undersøge nærmere i relation til konvergensteorien. Som omtalt i "Netværkssamfundet" klassificerer Castells (2010) YouTube som værende en brugerdrevet videotjeneste. På YouTube kan alle lægge en video op og kun få restriktioner gælder, samtidig kan brugere frit vælge, hvad de vil se og kommentere på. De egenskaber YouTube indeholder udgør et medieindhold, hvor brugerne aktiveres til selv at søge ny information og skabe forbindelser inden for videogenren. Derfor kan dens popularitet blandt informanterne ses ud fra Jenkins' (2006) argumentation om, at der er sket et kulturelt skift, der fordrer en mere deltagende kultur for mediebrug.

Nærværende analyse kan hidtil give et indtryk af, at informanternes mediebrug, foruden adgangsbetingelser og restriktioner, udelukkende styres af deres egne præferencer, hvorfor medier med mulighed for indholdsstyring er at foretrække. Det traditionelle flow-tv giver ikke samme kontrol over indhold, men er alligevel at finde på nogle af informanternes opsummering over hyppigt anvendte medier. I interviewet med fokusgruppe A forsøgte vi at komme nærmere, hvilken effekt det har, at man på et traditionelt flow-tv "bare" skal tænde tv'et for at tune ind på et program i modsætning til altid at skulle vælge selv som ved streaming, hvortil Henriette forklarer:

så kan man ikke altid sådan helt årh hvad er det der er for så bliver det sådan noget nyt så kan det være man kan følge med i det eller sådan i stedet for det bare er det samme man ser. (Bilag 3, s. 18)

Ud fra citatet kan vi udlede, at det traditionelle flow-tv tager stilling for seeren og overrasker med nyt indhold, man ikke selv ville vælge. Ligeledes fortæller Sara, at man kan blive fanget af noget, man ser, når man tænder fjernsynet, så man helt glemmer at skifte til det, man havde planlagt at se. Anton udtrykker i denne forbindelse, at det nogle gange er meget dejligt ikke at skulle tænke over, hvad man skal se (3, s. 18-19).

Flere informanter fremhæver, at en ulempe ved traditionelt flow-tv er reklamer. Både Oliver og Sebastian angiver, at reklamerne kan afholde dem fra at se tv, mens Anthony ligefrem bliver sur af reklamer og afbryder sommetider midt i et program for at spille FIFA i stedet (Bilag 4, s. 19). At betragte ud fra informanternes udtalelser om reklamer kan disse reklamepauser være til streamingtjenesternes fordel, hvor seeren kan slippe for reklameafbrydelser og tilmed kan streame netop det indhold, der matcher egne interesser og behov. Udviklingen kan betragtes i

henhold til Jenkins' (2006) teori om deltagerkultur, hvor forbrugeren lærer at anvende flere medieteknologier til at have kontrol over sit eget brug af medieindhold. Informanterne viser, at de agerer deltagende i og er refleksive omkring hvad de ser af indhold, og hvornår, de ser det. Streaming fremstår dermed at være af mere individuel karakter end traditionelt flow-tv, der i lavere grad besidder elementer af kontrol og aktiv stillingtagen, vurderet ud fra fokusgruppernes informanter.

4.3.1.4 De digitale indfødte?

I lyset af ovenstående analyse af vores empiri med inddragelse af konvergensteorien er det relevant at overveje, hvorvidt denne medievirkelighed gør sig gældende for de 13-15-årige danskere alene eller om den omfatter et bredere befolkningsudsnit. Ifølge Castells (2003a) er konvergens et led i den teknologiske revolution, der berører hele samfund og derfor ikke kun gælder de 13-15-årige. I denne sammenhæng finder vi det relevant at inddrage speciallets teoretiske perspektiver omkring de digitale indfødte, der netop er et begreb opstået på baggrund af mediekonvergens samt unges stigende medieaktivitet.

Betragter vi informanterne som værende digitale indfødte, er de en del af en kultur opstået af internettet, hvor de skaber og deler indhold og derfor ikke blot forbruger det, som Jenkins (2006) også påpeger med konvergensteorien og Castells (2003a) med netværkssamfundet. Det står særskilt for de digitale indfødte, at medier er en integreret og til tider ubevidst dimension af deres hverdag, og det fremføres, at internettet har skabt en ny generation af unge (jf. "De digitale indfødte"). Vi ønsker ikke at gå ind i en yderligere analyse og diskussion af, hvor grænserne går mellem skabelse, deling og aktivt/passivt forbrug, men vi kan tyde ud fra informanternes refleksioner, at de er refleksive omkring hvilke medier samt medieindhold, de vælger til og fra i det store udvalg af muligheder, de dagligt konfronteres med. Det ser vi eksempelvis i Lukas' forhold til tv, YouTube og nyheder: Han forklarer, at han ikke ser så meget tv, og hvis han gør, så er det nyheder. Dog tilføjer han hurtigt, at dette gør han faktisk mere på Youtube: "[...] der er større variation af nyheder og altså man kan mere sådan direkte kigge mod hvad man gerne vil se." (Bilag 5, s. 18). Christen forklarer, at han aldrig ser fjernsyn, og det var noget han oftere gjorde, da han var mindre og gerne ville slappe af, mens han nu synes det er sjovere at "at gøre noget ud af tingene", og fremhæver spillet Dark Souls, hvor han selv skal gå på nettet og finde løsninger (Bilag 5, s. 16). Til et uddybende spørgsmål omkring, hvorvidt han gerne vil udfordres, svarer han: "lidt mere end bare sådan sætte sig ned og tænde altså det er virkelig lidt [...] altså Dark Souls der er det meget udfordring psykisk" (Bilag 5, s. 16). Citatet viser, at Christen har en holdning til dét at se tv og fremhæver hertil andre prioriteringer.

Vi ser, at Christens og Lukas' citater står i kontrast til Henriettes og Antons udtalelser om tv, nævnt i forrige afsnit, da de netop sætter pris på ind imellem at lade fjernsynet styre, hvad de skal se. Det understøtter endnu engang det differentierede mediebrug og de forskellige holdninger

hertil, der hersker blandt aldersgruppen, og samtidig giver denne observation anledning til at se kritisk på teorien om de digitale indfødte. Vi ser, at denne form for generationsopdeling formår at skære individerne, inden for denne teoretisk konstruerede generation, over én kam og definere et fælles digitalt udgangspunkt for dem.

Med afsæt i det mønster, vi har fundet i vores empiri, der netop definerer denne analysesektion: "Aldersgruppens differentierede mediebrug" og med et mere konkret udgangspunkt i ovenstående empiriske observation, argumenterer vi for, at de 13-15-åriges mediebrug ikke kan rammesættes inden for angivne generationssyn. Aldersgruppen er født ind i en digital tidsalder - et netværkssamfund - og, vurderet ud fra vores empiri, kan de betragtes som erfarne mediebrugere. Hertil vil vi inddrage teoretikernes egen kritik af fænomenet *de digitale indfødte*, der netop påpeger, at ikke alle de unge nødvendigvis vil kunne følge med i den hurtige digitale udvikling. Til denne pointe vil vi supplere med vores observation af adgangsbegrænsninger, der gør sig gældende for nogle af informanterne og derfor kan begrænse nogle unges digitale viden og færdigheder set i forhold til andre. Desuden angiver Christensen og Søndergaard (2014) jf. afsnittet "Kritik af digitale indfødte-fænomenet", at skellet mellem digitale indfødte og immigranter bliver mindre relevant: vi ser, at netværkssamfundet og mediekonvergens giver alle uanset alder mulighed for at tilrettelægge deres mediebrug efter egne specifikke interesser.

Generationsperspektivet vil vi analysere mere nærgående i næste afsnit, da det ikke kun synliggøres i specialets teoretiske afsæt, men italesættes af flere informanter i fokusgruppe C.

4.3.1.5 Snowflake generation

Informanterne har vist et interessant aspekt af deres mediebrug, som ikke belyses af vores teoretiske ståsted: vi har argumenteret for, at netværkssamfundet og mediekonvergens *gør det muligt* for de unge (såvel som alle andre) i højere grad at dyrke deres egne interesser og således skabe et mere differentieret mediebrug. Herudover mener Amalie, at hendes aldersgruppe er en del af en generation med en konkret *vilje* om at skille sig ud fra hinanden:

[...] lige præcis med vores aldersgruppe der er der bare ikke særlig meget og vi er også meget forskellige altså det er svært lige præcis at ramme vores aldersgruppe fordi vi er snowflake generation altså vi vil allesammen gerne være [...] forskellige. (Bilag 5, s. 17)

Her fremdrager Amalie en interessant selvforståelse med betegnelsen "snowflake generation"; denne bruges om mennesker, der gerne vil skille sig ud og differentiere sig fra det mainstream (Urban Dictionary, 2011, ¶ Special Snowflake Syndrome). Amalie fortæller, at netop i den alder, de har, vil alle gerne være specielle, hvilket Amanda senere bekræfter (Bilag 5, s. 28). I denne

sammenhæng vil vi pointere, at vi under fokusgruppeinterviewene ikke havde til hensigt at påvirke deltagerne i at betragte dem selv som en selvstændig generation. Samtidig så vi, at kun fokusgruppe C italesatte denne generationsforståelse. Vi vurderer derfor, at Amalies udtalelse herom er udtryk for en selvforståelse, der kan være skabt på baggrund af egen refleksivitet og/eller indflydelse fra omgivelserne; eksempelvis fra skolen eller mediernes fremstilling af de unge.

Vi var interesserede i at få perspektivet om snowflake generation uddybet, og spurgte derfor, om de ser, at "deres generation" adskiller sig fra eksempelvis vores (moderator og suppleant) i forhold til at ville skille sig ud. Hertil svarede Amalie ja, mens Amanda overvejede kort, hvorefter hun svarede nej. Christen gør sig desuden enig med Amalie og uddyber:

[...] du ved for et par år siden der var det sådan der skulle man ind i sådan en gruppe og så havde de alle sammen den her ting de godt kunne lide og så med et par få ekstra ting man selv syntes om nu så sådan så nærmest brokker du dig over alting du er sådan dig selv og du har alle de her ting så du sådan kommer hurtigere til at være dig selv end være en del af en gruppe og sådan noget ja du er mere sådan dig selv. (Bilag 5, s. 17)

Informanternes betragtning af aldersgruppen som en unik generation må vi først og fremmest vurdere som normative udtalelser, der ikke kan anvendes til at generalisere hele deres aldersgruppe ud fra. Vi ønsker dog at betragte denne generationsforståelse nærmere med afsæt i afsnittet "Skærnkulturens nye virkelighed". Som angivet anerkender Lemish (2013) også mediekonvergensens indflydelse på børn og unge og påpeger væsentligheden af at inddrage mediekonvergens i studiet af børn, unge og medier. Hvad der ifølge Lemish (2013) er lige så væsentligt, er at involvere forbrugerkultur, da økonomiske interesser skaber understadier i barndommen og ungdommen; understadier, som vi anskuer kan eksemplificeres med snowflake generation, som Amalie, og sidenhen flere andre fra Fokusgruppe C, omtaler. Vi overvejer derfor, at informanternes betragtning af dem selv som en snowflake generation kan være markedets opmuntring om at dyrke et selvbillede på markedets præmisser. Med afsæt i Lemishs (2013) teori ser vi derfor en mulighed for, at det er et selvbillede, der også gør sig gældende for flere af deres jævnaldrende. Hvorvidt denne vilje til at skille sig ud, eventuelt fremprovokeret af markedets økonomiske interesse, er unik for unge i eller omkring den aldersgruppe, specialet omhandler, undersøges ikke nærmere i nærværende speciale. Her er vi dog opmærksomme på, at det alene er informanter fra fokusgruppe C, der italesætter denne vilje, og der kan derfor være tale om en demografisk baseret tendens, der eksempelvis kan omfatte skolen, årgangen eller alderen (15 år).

Da vi senere spurgte ind til deres holdning til en DR-kanal, der er målrettet deres aldersgruppe kommer snowflake generation på tale igen. Amanda henviser til Amalies udtalelse og nævner, at

det vil være "plat" med en kanal målrettet til dem, da de netop gerne vil være forskellige, og derfor tror hun ikke, en sådan kanal kunne interessere hende (Bilag 5, s. 28). Vi ser, at Amalie er enig i det hun udtaler:

[...] jeg tror jeg ville blive rigtig rigtig ked af hvis de begyndte at sende ting som sådan jeg vil kunne lide faktisk fordi det er sådan jeg kan godt lide at være unik altså det kan godt være jeg er sådan snowflake generation sådan et godt eksempel på det men jeg har ikke lyst til at folk skal (blive)? ligesom mig på den måde og det er en meget unik ting tænker jeg men jeg tænker bare at det der med det er meget dansk det gør at det ikke rigtig fanger mig på nogen måde. (Bilag 5, s. 33)

Med Amalies sidste pointe om at "det er meget dansk" hentyder hun til indhold på traditionelt flow-tv. Zaccarias og Alberte C bakker op om denne pointe, og hertil siger Alberte C: "altså jeg synes det kunne være sjovt hvis de gjorde det sådan lidt mere internationalt altså at de sendte mere for sådan andre lande for eksempel Japan eller Asien eller alle mulige forskellige steder [...]" (Bilag 5, s. 33). I denne forbindelse vil vi igen trække på Lemish (2013), der vurderer, at globalisering er væsentligt at tage højde for i studiet af unge og medier. Med informanternes hengivenhed til internetbaserede tjenester og udenlandsk medieindhold eksemplificeres teorien om, at internettets brede spektrum af medieindhold skaber en større kulturel homogenitet på tværs af landegrænser. Lemish (2013) og Livingstone (2013) påpeger dog at det globaliserede medieindhold optages i en lokal og kulturel kontekst, og at de unges online muligheder desuden også afhænger af familien og økonomien; derfor er de unges internetkultur overvejende heterogen. Indtil nu har vi argumenteret for informanternes forskelligartede brugsmønstre. Af den grund finder vi et overvejende heterogent mediebrug blandt aldersgruppen. Vi ser, at det kan være en indikation på de kulturelle, familiære og økonomiske faktorer, som teorien foreskriver. Hvorvidt det specifikt drejer sig om kultur, familie eller økonomi har vi ikke et grundlag for at sige præcist. Eksempler som Nina, der i høj grad gør brug af DRs tilbud, da de hjemme hos hende ikke kan tage andre kanaler (Bilag 4, s. 16) og Amanda, der ser krimiserier med sine bedsteforældre og tegnefilm med sin lillebror (Bilag 5, s. 16-17), giver os her en formodning om, at særligt det familiære aspekt har betydning. Dog ser vi i høj grad også, at netværkssamfundets og mediekonvergensens mange mediemuligheder gør det nemmere for de 13-15-årige mediebrugere - digitale indfødte eller ej - at forfølge deres egne interesser og præferencer i det brede medielandskab og på den måde skabe et unikt mediebrug.

4.3.2 Det sociale element

I analysedel 1 argumenterede vi for det sociale element som et overordnet mønster i de 13-15-åriges mediebrug på baggrund af de sociale mediers hyppige forekomst i informanternes

opsummering af medieindhold. Det er dog ikke alene ud fra de sociale medier, at det sociale element falder os i øjnene som et gennemgående mønster. Eksempelvis har vi observeret, at hvor informanternes brug af streamingtjenester ofte er baseret på individuelle interesser, gør noget andet sig gældende for deres kultur omkring traditionel flow-tv-sening. Her spiller familien og det sociale aspekt en større rolle, også selvom de unge ser mindre traditionelt flow-tv end tidligere. Derfor vil vi i tråd med første del af analysedel 2, der lagde ud med streaming, nu lægge ud med traditionelt flow-tv med henblik på at argumentere for det sociale og familiære aspekt. Efterfølgende vil vi med afsæt i iøjnefaldende empiriske observationer argumentere yderligere for den sociale dimensions betydning for de aldersgruppens mediebrug, herunder deres høje prioritering af sociale medier.

Med empirien som springbræt vil de teoretiske inputs i nærværende analyseafsnit primært cirkulere om Castells teori om netværkssamfund samt virtuelle - og interessefællesskaber (2003a; 2003b). Herudover vil vi inddrage specialets teori vedrørende ungdom med henblik på fællesskab og identitetsdannelse samt teori om digitale indfødte med henblik på fællesskab og socialisering i en internetbaseret kontekst. Vi vil desuden anvende Aarsunds (2013) og Lims (2013) mere nicheprægede teorier. Dette i forbindelse med at belyse henholdsvis informanternes socialt forankrede spilkultur og jævnalderskultur samt til refleksion over den sociale dimensions betydning for informanternes valg af medieindhold.

4.3.2.1 Det familiære aspekt ved traditionelt flow-tv

Vi sluttede "Snowflake generation" af med at påpege, at forskellige faktorer såsom familie, økonomi og kultur også kan have en indflydelse på de 13-15-åriges mediebrug. I dette analyseafsnit vil vi yderligere tage fat i den familiære faktors betydning.

Sara er ikke specifik omkring at se tv med familien, men for hende fremstår traditionelt flow-tv relevant i en situation, hvor hun i et fællesskab søger underholdning gennem medier:

ja altså den eneste sådan serie jeg sådan gerne vil se det er den der Greys Hvide Verden TV2 og TV3 er sådan mere ej hvad er der er det sjovt og så sætter vi os ned og ser det er ikke sådan nu kommer den det skal vi se. (Bilag 3, s. 8)

Fællesskabet omkring at se tv er et gennemgående tema blandt informanterne. Henriette fortæller, at hun ser DR1 og TV2 om aftenen med familien omtrent hver dag og nævner programmerne Størst på TV2 og Den Store Bagedyst på DR1 (Bilag 3, s. 15). Disse kanaler har Henriette skrevet på sin opsummering over medieindhold, og de fremgår heraf som et højt prioriteret medieindhold.

I fokusgruppeinterviewet forsøgte vi at komme nærmere en forståelse af, hvilken betydning traditionelt flow-tv har. Vi spurgte derfor ind til, om Henriette og hendes familie planlægger at se omtalte programmer forud for dagen, hvortil hun svarer: “[...] så husker vi hvad det er der kommer så ved vi så for eksempel onsdag der kommer Den Store Bagedyst” (Bilag 3, s. 17). Ud fra dette udsagn antager vi, at Henriettes familie på forhånd vælger, hvad de vil se og er opmærksomme på, hvornår udvalgte programmer sendes. Det traditionelle flow-tv leverer et planlagt program, man kan forholde sig til, og fællesskabsfaktoren i at se noget af det planlagte indhold sammen, ser vi som en unik værdi ved traditionelt flow-tv. Til spørgsmålet omkring, hvorvidt Henriette og hendes familie helst vil sidde klar og se Den Store Bagedyst onsdag aften, eller om de hellere vil se det på DR TV, svarer hun, at hun hellere vil sidde klar, når programmet sendes: “[...] jeg synes bare det er hyggeligere” (Bilag 3, s. 17). Ligesom Henriette ser Luna sommetider tv i stuen med sin familie, hvis der kommer en film som Taken eller lignende (Bilag 4, s. 14). Formuleringen “kommer en film” kan antyde, at familien forholder sig afventende i forhold til, hvad de vil se og først forholder sig til udvalget på pågældende tidspunkt. Sebastian og Oliver ser ligeledes fjernsyn i en familiær kontekst; blandt andet ser Oliver Voice Junior og film med sin far i weekenderne (Bilag 4, s. 14). Ligesom Luna fremhæver han, at det er tilfældigt, hvad de ser, og at det kommer an på, “hvad der kommer”. Christens udsagn understøtter dette, da han forklarer, at han nogle gange ser fjernsyn, hvis nogen (familien, red.) råber, at der kommer en sjov film og gerne vil se den med ham, hvilket han omtaler som værende meget “familieagtigt” (Bilag 5, s. 17). Nina er endnu et eksempel på, at den familiære kontekst danner rammen for at se traditionelt flow-tv, eftersom hun ser tv med sin far, eksempelvis dokumentarer, sjove film eller danske film (Bilag 4, s. 13).

Zaccarias og Amanda er mere specifikke omkring, hvilket indhold de ser med hvem i familien på traditionelt flow-tv. Zaccarias ser Kanal 4 med sin mor og nævner samtidig, at han taler med sine brødre om indholdet, da de også ser de samme programmer nogle gange (Bilag 5, s. 19). Amanda udtaler:

[...] måske er det mere fordi at jeg ser overraskende meget tv altså jeg ser det både alene ser jeg serier jeg ser det med min farmor og farfar når jeg er nede og besøge dem og nyheder om aftenen og så ser jeg også hvad hedder det Cartoon Network med min lillebror og så har vi sådan ting med at se Finn og Jake og sådan nogen ting fordi det elsker vi bare. (Bilag 5, s. 17)

I relation til ovenstående citat er Amandas tv-brug ligeledes tilknyttet familiære fællesskaber. Amanda fremhæver i interviewet til et spørgsmål omkring, hvorvidt hun også streamer de programmer, hun ser på traditionelt flow-tv: “nej som sagt så kan jeg også rigtig godt lide at se

fjernsyn for jeg synes det er rigtig hyggeligt så [...] hvis jeg kan se det på fjernsynet så vil jeg hellere se det på fjernsynet” (Bilag 5, s. 22).

Flere informanter fremhæver således, at de ofte ser programmer, film eller serier på traditionelt flow-tv sammen med familien. Dog kan vi ikke udtale os om, hvorvidt tv-mediet er det dominerende medie i de respektive familier; netop dette angiver Lemish (2013) gør sig gældende med afsæt i hendes egen forskning. Vi betragter tv-mediet ud fra specialets definition af mediebegrebet og ser, at det i et konvergensperspektiv indeholder flere dimensioner. Når tv-mediet anvendes til traditionelt flow-tv kan det ud fra Castells’ (2003a) terminologi betragtes som et socialt netværk, informanterne ofte bruger sammen med deres familie. Forskellige programmer eller kanaler udgør for de enkelte informanter rammen omkring disse netværk, eksempelvis når Zaccarias’ ser Kanal 4 med sin mor, Henriette ser Den Store Bagedyst med sin familie og Nina ser dokumentarer på DRs sendeflader med sin far. På baggrund heraf argumenterer vi for, at det ikke er mediet, der er knudepunktet i disse netværk, men herimod familien, hvor det traditionelle flow-tv spiller en sekundær rolle som samlingspunkt.

I kraft af ovenstående fremgår det, at informanterne ser mere traditionelt flow-tv, end de eksplicit giver udtryk for. Særligt i interviewet med fokusgruppe C indikeres det, at de ser traditionelt flow-tv i højere grad, end de selv direkte udtrykker: Betragter vi informanterne fra fokusgruppe C’s brug af medieindhold (jf. analysedel 1) er medieindhold distribueret gennem traditionelt flow-tv ikke nævnt i deres opsummeringer. Dog nævnte både Amanda, Christen, Lukas og særligt Zaccarias flere tv-programmer, de ser, og ofte i fællesskab med familie. Vi finder det bemærkelsesværdigt, at de i fokusgruppe C nævner flere sendeflader og tv-programmer, da nogle informanter fra samme fokusgruppe angiver, at traditionelt flow-tv ikke er relevant for dem længere, hvilket vi i det følgende vil uddybe.

Til spørgsmålet om hvorfor, de i fokusgruppe C ikke har angivet tv-programmer eller -sendeflader som prioriteret medieindhold, svarer Amanda, at mange af de serier, hun ser, ser hun på Putlocker, eksempelvis Game of Thrones. Dog fortæller hun i forlængelse hertil, at hun med sin farmor ser rigtig mange serier “sådan ubevidst”, som Merlin, Barnaby og Murdoch (Bilag 5, s. 16). Her vil vi derfor drage en parallel til specialets teoretiske afsæt i de digitale indfødte, der netop teoretiserer, at medier til tider kan have en ubevidst dimension hos de unge, for hvem medier er en integreret del af livet. Til førnævnte spørgsmål tilføjer Amalie en pointe:

[...] jeg tror vores generation er meget sådan ligeglad med tv sådan altså jeg ved ikke det virker ikke som noget sådan folk på vores årgang gør rigtig det er sådan ret meget dødt for mange mennesker haha altså jeg plejede at gøre det meget mere da jeg var mindre sådan børneprogrammer og sådan noget men det interesserer mig ikke længe-

re det der er der jeg tror ikke der er rigtig noget for vores aldersgruppe heller specifikt.
(Bilag 5, s. 16)

Ifølge Amalie er hun en del af en generation, der er ligeglad med tv-mediet og argumenterer for, at der ikke findes et udvalg for deres specifikke aldersgruppe. Denne kommentar er central for specialets problemstilling, idet den antyder en opfattelse af, at der er en mangel på tv-indhold for nærværende aldersgruppe. Vi finder det særligt interessant, da Amalie er 15 år gammel, hvorfor hun er - eller bør være - en del af DR3s oprindelige målgruppesegment, de 15-39-årige. Dog fremhæver Amalie hverken en interesse for DR3 eller tv-mediet i al almindelighed. Amanda tilføjer til Amalies udtalelse, at hun ikke synes tv er så gammeldags og uddyber:

[...] jeg bruger det nok rigtig meget selv men jeg vil heller ikke sige at der er særlig mange andre på vores alder eller vores årgang der ser tv fordi det er sådan outdated for dem hvor at der er nogen få individer som der stadig synes det er super hyggeligt at se Toppen af poppen søndag aften og sådan noget. (Bilag 5, s. 17)

Amalie knytter til dette, at hun ikke tror tv-mediet er "outdated", men at forklaringen ligger i deres aldersgruppe, som Amalie, som tidligere citeret, antager gerne vil være forskellige, hvorfor det kan være svært at nå dem med et konkret medie eller medieindhold. Dette perspektiv vil vi analysere mere nærgående i analysedel 4 med fokus på DR som PS-virksomhed.

4.3.2.2 De sociale mediers betydning

Informanternes høje prioritering af sociale medier er blandt hovedårsagerne til, at vi karakteriserer det sociale element som et gennemgående mønster for de 13-15-åriges mediebrug. I analysedel 1 fandt vi, at Facebook er det mest populære sociale medie blandt informanterne samlet set. Christen beskriver sociale medier generelt, herunder Facebook, som en hurtigere måde at tale med andre folk på, og Amanda nævner, at hun bruger Facebook til at opretholde kontakten med venner (Bilag 5, s. 10 & 7).

Ser vi nærmere på Facebook er det især Facebooks Messenger-funktion, som mange af specialets informanter lægger vægt på, da det er et medieindhold, de bruger til at kommunikere med deres venner. Flere informanter nævner Messenger separat fra Facebook, eksempelvis Zaccarias, der udtaler:

[...] så har jeg skrevet Messenger for der skriver jeg med nogen andre af mine venner og så har jeg skrevet Facebook men det bruger jeg kun til grupper hvor man kan købe tøj eller du kan se alt muligt underligt. (Bilag 5, s. 7)

Da vi i interviewet med fokusgruppe B spurgte ind til, hvad det er, de bruger sociale medier til, forstod vi ligeledes på Nina, at hun skelner mellem de to dele af Facebook, da hun omtaler Messenger som den funktion, hvor man skriver med andre (Bilag 4, s. 21). Alberte C har ikke nogen telefon og bruger derfor Messenger til at komme i kontakt med folk, og selv da hun havde en telefon foretrak hun Messenger, fordi det er gratis og fordi, hun synes det er nemmere at bruge (Bilag 5, s. 11). Også Snapchat bruger informanterne som en mere direkte kontakt med folk, og Alberte A siger hertil: "[...] nogle gange er det nemmere at sende billeder til hinanden" (Bilag 3, s. 5). Zaccarias bruger også Snapchat, men forklarer at det skyldes, at han har svært ved ikke at svare folk, som kontakter ham gennem dette medie (Bilag 5, s. 19).

Foruden at skabe og opretholde kontakt til de eksisterende netværk bemærker vi samtidig, at de sociale medier har skabt grobund for dannelsen af nye netværk og venskaber for nogle af specialets informanter. Alberte C fortæller, at hun har fået mange venner over Facebook, hvor venskaberne er gået fra at være virtuelle til at være fysiske. Dette gælder eksempelvis hendes bedste veninde, som hun netop har mødt over Facebook (Bilag 5, s. 11). Herudover fortæller Amanda, at hun skriver med folk på Facebook, som hun har mødt på Københavns Middelaldermarked og dermed deler interesse med (Bilag 5, s. 7).

I denne sammenhæng er det interessant at inddrage specialets teoretiske afsæt i netværkssamfundet og virtuelle fællesskaber. Specialets fokusgruppeempiri, og i særlig grad fokusgruppe C, konkretiserer nemlig Castells' (2003a; 2003b) pointe omkring online netværksgrupperinger ud fra fælles interesser og vedligeholdelse af eksisterende relationer. Foruden den almene kontakt med venner over Facebooks Messenger-funktion og Snapchat, ser vi ud fra ovenstående empiriske uddrag en tendens omkring dannelse og vedligeholdelse af interessefællesskaber som en central betydning for informanternes brug af sociale medier. Amanda forklarer yderligere, at hun fortrinsvist er på Facebook for at være med i interessegrupper omkring eksempelvis Game of Thrones-serien og arkæologi (Bilag 5, s. 20). Desuden omtaler hun også mediet Tumblr i et interessesperspektiv, når hun siger: "[...] altså det er meget interessant at kigge på hvor meget folk går op i de her ting om folk går lige så meget op i dem som man selv gør" (Bilag 5, s. 8). Nina fortæller om en fordel, hun ser ved sociale medier: "[...] nogen gange så har man bare lyst til at for eksempel hvis man ikke vidste særlig meget om en ting så kan man lige slå det op på Facebook og sådan læse lidt om det" (Bilag 4, s. 21).

Således ser vi, hvordan informanterne gennem sociale medier har mulighed for at dyrke deres individuelle interesser i et online socialt fællesskab med andre mennesker, der deler deres interesser. Det viser ydermere, hvordan sociale medier - med internettet som knudepunkt - genererer nye interessebaserede, online netværk og netop er med til at skabe det differentierede mediebrug, vi finder hos informanterne.

Informanternes udtalelser om deres sociale liv online, og videreudvikling af dette, giver desuden anledning til en kritisk refleksion over Castells (2003a; 2003b) teori om interesse- og virtuelle fællesskaber, som har præget vores analyse. Ifølge teorien (jf. "Virtuelle fællesskaber") er de online etablerede, virtuelle fællesskabers bagside, at de kan give en lav grad af forpligtelse, hvilket fører til en social skrøbelighed. Det vurderer vi gør sig gældende for Amanda, idet hun udtaler:

[...] jeg kan godt lide at snakke med folk i virkeligheden i stedet for at snakke med folk over de sociale medier så det er ikke rigtig nødvendigt for mig sådan for at opretholde sådan noget socialt med mindre det er nogen jeg lige har mødt på de sociale medier og jeg skriver rigtig meget med dem men det holder som regel ikke i så lang tid for jeg bliver rigtig træt af at det er sådan de samme samtaler som regel. (Bilag 5, s. 11)

Herimod ser vi netop at Alberte C har fået nye venner online, og videreudviklet nogle af disse venskaber til et fysisk niveau. Hermed nuancerer specialets empiri Castells (2003a; 2003b) teori, da vi ser, at online interaktion godt kan have indflydelse på hverdagslivets udformning og skabe nye relationer. Vi kan dog ikke vide, om Alberte Cs venskaber varer ved på sigt. Det støtter hendes udtalelse op om, når hun siger: "altså min bedste veninde lige nu hende har jeg mødt over Facebook [...]" (Bilag 5, s. 11). Her er det hendes udtryk "lige nu" vi bider mærke i, da det udtrykker en bevidsthed om, at venskabet ikke nødvendigvis varer ved. Det ser vi dog ikke som ensbetydende med, at det er venskabets virtuelle oprindelse, der har betydning for venskabets skæbne. Her vil vi trække på specialets teoretiske afsæt i ungdommen som en skrøbelig overgangsfase, og en tilstand af midlertidighed og identitetsmæssig usikkerhed, hvilket ligeledes kan have indflydelse på informanternes fysiske såvel som virtuelle venskaber.

Vi finder det interessant at benytte fokusgruppeinterviewene til at belyse online fællesskabers betydning for aldersgruppens identitetsopbygning. Det skyldes identifikationen af sociale mediers store betydning for de 13-15-åriges mediebrug samt det teoretiske afsæt i unges opbygning af identitet, der netop finder sted og har stor betydning i ungdomsårene og i fællesskaber. Desuden har vi observeret en række citater fra fokusgruppe C, som netop gør det relevant at nuancere identitetsperspektivet.

Da vi spurgte ind til, om de deler indhold på sociale medier, svarede Christen, at han ind imellem deler ting med sine venner, men "[...] ellers så deler jeg aldrig noget fordi at hvis jeg delte alting jeg gik over så ville folk tro jeg er sådan dobbeltpersonlighed eller sådan noget" (Bilag 5, s. 12). Vi bemærker, at Amanda kan nikke genkendende til dette, da hun svarer: "altså jeg liker rigtig mange ting desværre fordi det der med dobbeltpersonlighed kender jeg en smule for godt ikke"

(Bilag 5, s. 13). Vi forstår derfor, at der hos Christen og Amanda kan være tale om en identitetsmæssig usikkerhed i deres brug af sociale medier.

Ifølge Castells (2003b) er identitetsopbygning fremtrædende i internetbaseret socialisering, og de unges naturlige eksperimentering med denne kan netop give anledning til at anskue personligheder som dobbelte. Alberte C er relevant at drage ind i denne kontekst i og med, hun har valgt at have to Facebook-profiler. Hun forklarer, at den ene profil er oprettet med henblik på venner og familie, mens den anden er med henblik på "[...] mennesker som jeg ikke er så meget sammen med og mennesker jeg har skrevet med et par gange os nogen mennesker jeg aldrig har skrevet med før [...]" (Bilag 5, s. 11). Alberte C begrundet sine to profiler med, at hun gerne vil have en Facebookprofil, hvor hendes forældre ikke kan se alt, hvad hun laver (Bilag 5, s. 12). Som forklaret i afsnittet "Virtuelle fællesskaber" mener Castells (2003b), at internettet er en social legeplads, og at rollespil er en naturlig forlængelse af teenageres livsstadie. Vi argumenterer derfor for, at informanterne benytter sociale medier til at lege med - og afprøve - deres identitet, og at der samtidig kan være tale om identitetsmæssig usikkerhed, som teorien også angiver.

Ser vi bort fra specialets teoretiske afsæt i de unges identitetsopbygning vil vi igen påpege, at Castells' teori om virtuelle fællesskaber og netværkssamfund (2003a; 2003b) ikke er specificeret de unge eller mere nøjagtigt de 13-15-årige danskere. Vi ser, at omtalte socialiseringsmønstre gør sig gældende for aldersgruppen i deres mediebrug, og at netværk baseret på interessefællesskaber også er aktuelt via sociale medier.

4.3.2.3 Online spil

I forlængelse af ovenstående afsnit vil vi inddrage specialets teoretiske afsæt i de digitale indfødte. Teorien påpeger, at de unge deler interesser online i sociale fællesskaber, og at sociale dimensioner og venskaber er særlig vigtigt for teenagere, hvorfor sociale kontaktheder er en central del af den teknologiske udvikling. Vi inddrager denne teoretiske betragtning, da vi i fokusgruppeempirien observerer det sociale aspekts betydning for informanternes brug af online spil.

Vi ser, at flere af informanterne oplever en social værdi ved at være i kontakt med andre virtuelt via online spil. Rasmus forklarer, at han oftere bruger sin computer frem for sin telefon, idet han snakker med sine venner over Skype, når han spiller med dem (Bilag 3, s. 2). Han forklarer derudover, at han ikke kunne finde på at spille spil alene, fordi "[...] jeg synes det er sjovest når man har nogle sådan at snakke med mens man spiller det nogen at være sammen med måske til at spille sammen med i stedet" (Bilag 4, s. 24). Anthony og Oliver spiller også online med deres venner, og Oliver forklarer i denne sammenhæng, at han spiller online med venner fra sin gamle skole og fortæller:

Oliver: [...] jeg møder dem ikke så tit så er det meget sjovt bare at sidde og snakke med dem og bare spille imens

M: okay så det er et spil der måske for at holde lidt kontakt med nogen eller

Oliver: ja bare sidde og snakker med dem over Skype for eksempel. (Bilag 4, s. 8-9)

Det fremgår desuden, at Oliver ikke blot spiller for at opretholde kontakten med sine venner, men han har også fået nye venner herigennem (Bilag 4, s. 28). Også Frederik og Lukas spiller online med folk, de ikke kendte på forhånd, og det har resulteret i, at de nu har venner over hele verden, og at det at spille online derfor har medført nye netværk (Bilag 3, s. 24; Bilag 5, s. 11).

Med udgangspunkt i informanternes udtalelser om deres motiver for og udbytte af at spille online finder vi det muligt at anskue online spil som katalysatorer for skabelsen af sociale netværk. Vi betragter det samtidig som væsentligt at påpege en kønsmæssig forskel, på trods af vores generelle fravalg af at anskue kønsforskelle. Når vi udelukkende har refereret til mandlige respondenter i denne sammenhæng, skyldes det ikke, at pigerne ikke spiller spil. Flere af pigerne nævner spillekonsoller som hyppigt brugte medier og også konkrete spil, de spiller. I opsummeringen af hvilket medieindhold, de oftest bruger, er det dog kun Alberte C og Nina, der nævner konkrete spil, hvoraf begge spil er såkaldte single player-spil og altså ikke spilles online med andre. Betragter vi informanternes prioriteter af medieindhold vurderer vi derfor, at spil og andet medieindhold, der er tilknyttet spil, dominerer langt mere hos drengene. Af den grund er emnet blevet uddybet mere af disse informanter, hvorfor vi ligeledes har spurgt mere ind til deres brug af spil.

Med afsæt i ovenstående finder vi det centralt at overveje, hvorvidt det sociale element i online spil er en faktor, der er med til at gøre spil til en så høj prioritet for aldersgruppen, som vi ser blandt flere informanter i specialets fokusgruppeinterviews. Specialets teoretiske anskuelse af spilmediet blandt unge, med udgangspunkt i Aarsund (2013), angiver, at spilkulturer bør betragtes som subkulturer, hvor de involverede har interesser og praksisser tilfælles og kan dele kompetencer og erfaringer. Derfor argumenterer vi for, at disse subkulturer med spil som omdrejningspunkt også kan betragtes som specialiserede fællesskaber (Castels, 2003b), hvor socialiseringen er forankret i den specifikke interesse omkring spil. Ifølge Aarsund (2013) involverer spilkulturen meget mere end blot at spille spil, hvor eksempelvis det sociale element kan være et hovedmotiv. Dette får os til at overveje yderligere, hvorvidt det sociale element er vigtigere end spillet i sig selv. Vi ser tegn på, at dette gør sig gældende for Lukas, der siger: "det er for at sådan hvis man vil spille så gør man det ofte aldrig alene så sidder man med andre over internettet som er blevet meget gode venner med så sidder man der og spiller" (Bilag 5, s. 11), men også Rasmus, som udtaler: " [...] jeg kunne ikke finde på at sætte mig og spille et spil sådan

alene uden at der var nogen af mine venner der spillede det" (Bilag 3, s. 24). Som teorien angiver, kan der dog også være tale om en grundlæggende intention om at spille spillet, men hvor gruppesammenholdet får dem til at blive. Under alle omstændigheder påpeges væsentligheden af det sociale aspekt i spilmediet hos unge både af vores empiriske og teoretiske kilder, hvilket endnu engang bekræfter det sociale elements vigtige betydning for de 13-15-åriges mediebrug.

I den forbindelse vil vi inddrage en bemærkning fra den sekundære analyse (Bilag 7) om, at det i særlig grad er de unge i alderen 13-16 år, tæt sammenligneligt med specialets aldersgruppe, der er begejstrede for spilmediet. Det fremgår også, at spils popularitet falder efter 16-års alderen, hvorfor vi betvivler, at det er et mediebrug, der følger denne gruppe af unge med tiden i samme grad og med samme præmisser. Disse observationer og analytiske refleksioner giver anledning til at overveje spil som en særskilt interesse for specialets aldersgruppe, der hermed adskiller dem fra andre aldersgrupper. Hertil finder vi det dog nødvendigt at gentage vores analytiske iagttagelser fra tidligere om, at det ikke er alle informanter, der tildeler online spil lige stor betydning. Samtidig må vi understrege det sociale elements vigtige betydning for informanterne, hvorfor vi, som nævnt i relation til vores teoretiske afsæt, overvejer, hvorvidt det er interessen for spil eller det heraf komne fællesskab, der er afgørende for de unges brug af dette medie.

4.3.2.4 Kontekstens relevans for mediebrug

Lim (2013) forklarer, at medieindhold kan virke som katalysator for samtaler de jævnaldrende unge imellem, hvorfor nogle føler sig tvungne til at følge med i et medieindhold for at kunne følge med i samtalen.

Da vi undervejs i fokusgruppeinterviewene identificerede det sociale elements væsentlighed for informanternes mediebrug, blev vi nysgerrige på at spørge informanterne, om de kan finde på at se tv-indhold med henblik på at kunne tale med andre om det efterfølgende. Rasmus udtaler om dette:

[...] det er også lidt federe at kunne snakke om det sådan næste dag når det man også selv ved noget om det i stedet for at komme over og så jeg har ikke helt set det jeg skal hjem og se det efter. (Bilag 3, s. 17)

Med citatet ses det, at tv-mediets fastlagte program giver alle samme udgangspunkt for at tale om indholdet. Rasmus uddyber, at dette forhold ligeledes er gældende ved en fodboldkamp, fordi man dermed kan snakke sammen om kampen i skolen næste dag. Dog ser vi ikke, at informanternes gruppeinteraktioner determinerer deres mediebrug, som Lim (2013) angiver gør sig gældende. Vores argument for dette ligger i vores observerede mønster om informanternes differentierede

mediebrug med afsæt i egne interesser og mediepræferencer. Vi vurderer dog, at Alberte A og Anthony til en vis grad kan genkende incitamentet. Alberte A fortæller, at det var tilfældet med programmet Voice Junior, da en pige fra skolen skulle være med i programmet. Omvendt pointerer hun også, at hun ville se programmet alligevel, hvilket vi tolker som en hentydning til, at den sociale interaktion med andre om programmet ikke spiller en afgørende rolle (Bilag 3, s. 17). Anthony giver udtryk for, at han har fulgt med i nogle serier, som også hans venner så, men at han til sidst gav op, fordi han ikke kunne følge med sine venner: "[...] så er det lidt nederen så spoiler de bare hele serien. så det måske lidt fordi jeg også er lidt bagud i de serier de fleste ser" (Bilag 4, s. 22). Derfor anser vi, at det omtalte sociale aspekt muligvis har været et brugsmotiv for Anthony, men dog har det ikke været afgørende nok til, at han har holdt ved. Amalie, Amanda og Alberte C er enige omkring, at det ikke drejer sig om fællesskabet i at kunne snakke om medieindholdet, men udelukkende handler om individuelle interesser (Bilag 5, s. 12). Eksempelvis siger Amanda:

altså nu er jeg rigtig stor Game Of Thrones fan og så var det også en fra klassen eller parallelklassen der sagde til mig at du burde se den her serie jeg tænkte okay så gik jeg lidt ind på det og kiggede lidt rundt og jeg tænkte det (uf) ret spændende og nu har jeg set alle sæsoner men det er også fordi det oprigtigt sådan interesserer mig hvis det ikke interesserede mig så havde jeg bare været sådan stoppet så det er mest for min egen skyld jeg gør tingene [...]. (Bilag 5, s. 12)

På baggrund af disse empiriske pointer argumenterer vi for, at det sociale element vedrørende at tale med venner og jævnaldrende om det ikke er et afgørende aspekt for informanternes mediebrug, da deres personlige præferencer er vigtigere. Denne observation, ser vi, adskiller sig fra det overordnede mønster "Det sociale element", hvor vi har analyseret os frem til, at det sociale aspekt har en stor betydning. Det giver os en indikation af, at vi må differentiere aldersgruppens motivation for at bruge medier både ud fra medieindhold og ud fra kontekst. Sidstnævnte grundet vores tidligere påvisning af, at flere informanter gerne tilsidesætter deres egne præferencer for tv-indhold, når det gælder familien, hvorfor vi ser, at de sociale omstændigheder til tider er vigtigere end indholdet i sig selv. Hertil ser vi det nødvendigt at have speciallets metodiske tilgange med i vores refleksion; det sociale aspekt kan for nogle være et følsomt emne, særligt i en social kontekst som et fokusgruppeinterview. Derfor er det muligt, at vores informanter ikke har været oprigtige omkring, om det har en betydning at kunne tale med hinanden om medieindhold såsom tv-programmer.

4.3.3 Interessebaserede fællesskaber

I analysedel 1 fandt vi frem til, at de 13-15-åriges mediebrug er vanskeligt at generalisere, da det først og fremmest afhænger af individuelle interesser. Vi har indtil nu argumenteret, for at det

sociale element har en afgørende betydning for de fleste informanternes mediebrug. I den forbindelse finder vi det relevant at belyse vores analytiske pointer med Maffesolis (1996) teori om neostammer.

I vores teoretiske præsentation beskrev vi Maffesolis (1996) forskning om, at individer flere gange i løbet af dagen bevæger sig ind og ud af interessefællesskaber; det, som han betegner neostammer. Han beskriver i den forbindelse individets evne til at agere i mange forskellige sociale kontekster, hvorfor han ser det som et vilkår, at individet er situationistisk. Vi ser en interessant pointe i det situationistiske individ, som, vi vurderer, gør sig gældende for de 13-15-årige, når de tilgår forskellige interessefællesskaber online. Det ser vi desuden eksemplificeret i vores interview med fokusgruppe C, hvor Alberte C fortæller, at hun navigerer mellem flere Facebookprofiler.

Med udgangspunkt i Castells (2003a; 2003b; 2010) teori om netværkssamfundet og vores observationer har vi tidligere påpeget, at sociale medier kan fungere som katalysator for dannelsen af netværk og fællesskaber med mennesker, man har fælles interesser med og derfor kan identificere sig med. Maffesoli (1996) mener, at det er de individuelle smagspræferencer, der kendetegner fællesskabsdannelser. I lyset af informanternes divergerende medieindholdspræferencer samt de mange online muligheder, informanterne benytter til social interaktion, ser vi, at nogle informanter indgår i forskellige neostammer på nettet med deres interesser som omdrejningspunkt. Det gælder eksempelvis de informanter, der spiller forskellige online spil samt Amanda, der skaber netværk med folk med samme interesse for middelaldermarked og arkæologi via Facebookgrupper. Amalies udtalelse om deres generation som en snowflake generation, der vil skille sig ud fra hinanden, er også relevant at betragte i denne sammenhæng. Sammenlagt ser vi nemlig, at det giver anledning til at anskue de 13-15-årige ud fra Maffesolis (1996) teori som individer, der udelukkende navigerer i fællesskaber, der tilgås ud fra egen smag, hvorfor fællesskabet først og fremmest eksisterer omkring den konkrete interesse. Hertil vil vi også knytte en bemærkning om den store brug af iPads i fokusgruppe C. iPads giver de pågældende informanter mulighed for at tilgå indhold og online fællesskaber på egne præmisser, på et medie, der om noget illustrerer konvergenskulturen.

Vi mener samtidig, at Maffesolis (1996) teori om neostammer giver anledning til en refleksion over, hvorvidt alder bør betragtes som en hensigtsmæssig målgruppesegmentering, som ses ved DR Ultra og DR3. Vi har gennem analysen påvist, at informanterne generelt set har et divergerende, interessepræget mediebrug, hvori der ofte eksisterer en social dimension. Dette ser vi kan lede til engagement i interessefællesskaber - eller neostammer - både i virtuel og fysisk form, hvor informanterne er i stand til at agere situationistisk. Dog viser vores empiriske materiale ikke tegn

på, at et differentieret mediebrug, smagsfællesskaber og situationistiske egenskaber ikke også gør sig gældende for andre aldre. Specialets fokus på de 13-15-årige er opstået ud fra en lakune i DRs aldersmålrettede tv-kanaler, men på baggrund af foregående analyse og refleksion overvejer vi, som nævnt, om aldersdefinerede grupper overhovedet kan betragtes som en relevant målgruppe-afgrænsning for DR. Denne overvejelse ser vi særligt gøre sig gældende i forbindelse med interviewet med fokusgruppe C. Der ytres i dette fokusgruppeinterview, at DR slet ikke skal prøve at ramme dem som gruppe, fordi de netop har et ønske om at være forskellige (Bilag 5, s. 32). Heraf tolker vi, at de ikke ønsker at få medieindhold tilrettelagt til dem som en aldersdefineret målgruppe. Derfor ser vi, at det kan være hensigtsmæssigt for DR at tænke i nye målgruppekonstruktioner.

Med udgangspunkt i specialets fokusgruppeempiri vil vi dog også argumentere for, at aldersgruppens fællesskabsdannelse ikke nødvendigvis er forankret i individuelle smagspræferencer og emotionelle tilhørsforhold, som vi ser, at Maffesoli (1996) teoretiserer. Dette skyldes informanternes alder, livssituation og kulturelle kontekst, der også fordrer fællesskabsdannelser på rationelle og autoritetsbestemte grundlag. Vi har tidligere brugt familien som eksempel på, at fællesskab til tider kan vægte højere end informanternes interesse for det egentlige medieindhold. Derudover kan skolen som en institution være et grundlag for fællesskabsdannelser. Forældrenes indflydelse på skolevalg og lærernes indflydelse på elevernes faglige samarbejde i skolen skaber grobund for fællesskaber, der ikke nødvendigvis har haft et individuelt smags- eller interessepræget afsæt. Aldersgruppens interesser og selektive medievalg kan derfor også være påvirket af netværk og fællesskaber, de naturligt indgår i. Dette aspekt viser sig flere steder i fokusgruppeinterviewene, blandt andet fokusgruppe C, hvor flere af informanterne har en interesse for anime. Det fremgår ikke af fokusgruppeinterviewet, at informanterne har skabt nye sociale netværk ud fra en fælles interesse for anime. Til gengæld overvejer vi, at informanterne, der qua skolen og fælles klassetrin indgår i et socialt netværk med hinanden, kan have påvirket hinanden, således at deres interesse for anime er opstået med inspiration fra hinanden. Pointen styrkes af Amandas udtalelse om, at hun selv blev inspireret til at opsøge anime-genren af en ven, ligesom hendes interesse for Game of Thrones-serien også opstod på baggrund af en anbefaling fra en af hendes klassekammerater.

Således kan vi med vores fokusgruppeempiri nuancere Maffesolis (1996) teori, og altså se, at der kan være tale om en gensidigt påvirkelig proces, hvor både sociale fællesskaber, smag og interesser påvirker hinanden. I henhold til denne betragtning ser vi også, at den påvirkelige proces kan være præget af den identitetsopbygning og -afprøvning der finder sted i ungdomsårene, som angivet i specialets teoretiske afsæt. Vi vurderer dog med udgangspunkt i empirien, at udviklingen af netværkssamfundet og konvergenskulturen muliggør flere fællesskabsdannel-

ser baseret på individuelle interesser, herunder også for de 13-15-årige. Vi er samtidig opmærksomme på, at Maffesolis (1996) teori ikke er skrevet i en medie- eller netværkssamfundskontekst men består af generelle betragtninger af individers, og særligt unges, navigation mellem smagsfællesskaber i det postmoderne samfund.

I henhold til ovenstående analyse ser vi en anledning til refleksion over, om informanternes alder på sin vis har en indflydelse på deres mediebrug. Vi overvejer, om dette ungdomsstadie bør anskues med mere flydende grænser, end det bør betragtes inden for specifikke aldersafgrænsninger som eksempelvis DR Ultra og DR3 bygger på. I analysedel 1 har vi på tværs af den sekundære analyse (Bilag 7) og fokusgruppeinterviewene tydet flere fællestræk ved de unges overordnede mediebrug på trods af forskellige undersøgte aldersintervaller.

4.3.4 Delkonklusion

Informanternes mediebrug varierer bredt, og selvom der er fællesnævnerne mellem flere medieaktiviteter, er det vores indtryk, at informanterne tager aktivt stilling og er konsekvente i deres valg ud fra individuelle interesser. Vi har argumenteret for, at det skyldes netværkssamfundets og konvergenskulturens mange muligheder med internettet som bindeled, der gør det nemmere for de unge at være selektive og tilrettelægge et unikt mediebrug ud fra egne præferencer. Mediekonvergensen besværliggør i det hele taget at udpege et homogent mediebrug, til trods for, at mange af de samme medier, såsom mobiltelefoner, computere, tv og iPads benyttes.

Traditionelt flow-tv fylder mindre hos informanterne end eksempelvis internetbaserede streamingtjenester, som er af mere individuel karakter og kan kontrolleres af brugeren i højere grad.

Vi har kritiseret, at generationsbetragtninger af de unge såsom "de digitale indfødte" skærer de unge over én kam med et fælles digitalt afsæt og argumenteret for, at deres medieadfærd ikke kan betragtes sort på hvidt i et generationsperspektiv. Hertil ser vi, at skellet mellem de såkaldte digitale indfødte og digitale immigranter bliver mindre relevant, da netværkssamfundet og konvergenskulturen giver de fleste de samme digitale vilkår. Vi har trukket på empiriske uddrag, der tydeliggør en normativ anskuelse af, at aldersgruppen er en del af en generation, snowflake generation, der har en særskilt vilje til at skille sig ud fra andre. Denne generationsbetragtning har vi argumenteret for kan bunde i informanternes egen refleksivitet eller markedets økonomiske interesser - sidstnævnte mulighed tegner et billede af, at generationsbetragtningen kan være alment gældende for aldersgruppens selvforståelse.

På trods af at internettets globale omfang kan resultere i en større homogenitet, har vi argumenteret for, at de 13-15-åriges mediebrug er overvejende heterogent; det skyldes blandt andet netværkssamfundets og konvergenskulturens mange muligheder.

De 13-15-åriges mediebrug kan med afsæt i speciallets empiri ikke kun karakteriseres af at være differentieret, men også af at indeholde et gennemgående socialt element. Det ser vi eksempelvis gøre sig gældende, når informanterne ser traditionelt flow-tv med familien, hvor familien er knudepunktet for netværket.

Vores første indikation af, at det sociale element har en stor betydning, for de unges mediebrug, var, at vi så de sociale medier som værende et fremtrædende medieindhold i empirien. Vi har argumenteret for, at de sociale medier anvendes til at vedligeholde og skabe venskaber samt tilgå nye interessebaserede netværk. Vi ser, at informanterne dyrker deres individuelle interesser online i disse sociale netværk. Derfor vurderer vi, at de sociale medier er central for det differentierede mediebrug, vi har påvist. Vi har set tegn på, at online netværksrelationer indeholder en skrøbelighed for de 13-15-årige, hvilket kan ses som et udtryk for den identitetsmæssige usikkerhed tilknyttet ungdommen. I relation hertil har vi også set tegn på, at de benytter de sociale medier til at lege med og afprøve deres identitet.

Vi ser, at det sociale aspekt er vigtigt for informanternes spilkultur, der kan betragtes som online subkulturer og interessefællesskaber. Endvidere har vi begrundet, at informanterne ikke oplever en social begrænsning i ikke at følge med i det samme medieindhold, eksemplificeret med tv-programmer, for at kunne tale sammen om det. Det har vi argumenteret for skyldes, at deres personlige præferencer for medieindhold er vigtigere end at kunne snakke med andre om det.

Ud fra vores analytiske fokus på det sociale aspekt i de 13-15-åriges mediebrug vurderer vi, at de unges motivation for mediebrug – hvad enten det er motiveret af interesse, socialisering eller begge dele - er differentieret og derfor skal betragtes i henhold til både medieindhold og kontekst.

Med vores inddragelse af Maffesolis teori om neostammer (1996) har vi vurderet, at informanterne agerer situationistisk, når de tilgår forskellige interessefællesskaber - også kaldet neostammer ud fra Maffesolis (1996) teori. Vi ser, i lyset af deres forskellige præferencer og de mange muligheder internettet har medført, at de 13-15-årige indgår i neostammer på internettet med interesser som omdrejningspunkt. De navigerer og deltager i fællesskaber, der først og fremmest er skabt på baggrund af interesser.

Med Maffesolis (1996) teori sat i spil har vi reflekteret over alder som målgruppekonstruktion. En informant ytrer, at DR ikke bør forsøge at ramme dem som målgruppe; med denne udtalelse betragtet i relation til informanternes intention om at ville skille sig ud fra mængden, samt empiriens påvisning af et differentieret mediebrug, indikeres det, at det for DR kan være hensigtsmæssigt at tænke i nye målgruppekonstruktioner.

Vi overvejer desuden, at aldersgruppens fællesskabsdannelser ikke nødvendigvis er så radikalt forankret i individuelle interesser, som Maffesoli (1996) angiver. Dette skyldes deres alder,

livssituation og kulturelle kontekst, der også fordrer fællesskabsdannelser på autoritetsbestemte grundlag; blandt andet i skolen. Af denne årsag ser vi, at der kan være tale om en gensidigt påvirkelig kontekst, hvor både netværk og interesser præger hinanden - også set i lyset af den identitetsopbygning og -afprøvning, der præger ungdommen.

4.4 Analysedel 3: De 13-15-åriges forhold til DR

Foruden at anvende en eksplorativ tilgang til at kortlægge fremtrædende mønstre om aldersgruppens mediebrug, havde vi med specialets problemstilling en intention om at få indsigt i informanternes forhold til DR. Informanternes egne opsummeringer af medieindhold gav os indledningsvis et indtryk af, hvorledes DRs indhold og tjenester placerer sig i deres mediebrug. Senere i den mere strukturerede del af fokusgruppeinterviewene spurgte vi mere direkte ind til informanternes kendskab til DR Ultra og DR3.

I dette afsnit fremlægger vi, hvordan DR placerer sig i informanternes mediebrug med følgende tre analyseteknikker: at lægge mærke til mønstre, lægge mærke til relationer mellem variable samt at skabe teoretisk sammenhæng.

Vurderet ud fra informanternes opsummeringer af medieindhold, er DR kun repræsenteret få gange i informanternes mediebrug. Dog indikerer flere udtalelser i interviewene, at DR spiller en større rolle end informanterne indledningsvis giver udtryk for. Tidligere så vi, at særligt Amanda er flittig bruger af traditionelt flow-tv, og på DR ser hun programmer som Spild af dine Penge, Et Glimt af Danmark og Gintberg på Kanten og fremhæver derudover, at hun bruger DR til at se nyheder samt lytte til radioprogrammet Mads og Monopolet (Bilag 5, s. 21-20). Flere informanter nævner, at de ser programmer fra DR; Zaccarias ser Monte Carlo og The Office på DR3 (Bilag 5, s. 21 & 27), og Alberte A, Henriette og Nina ser alle Den Store Bagedyst på DR1 (Bilag 3, s. 2 & 17; Bilag 4, s. 10). Som pointeret tidligere kan Nina betragtes som et særtilfælde blandt informanterne i sin brug af DR, idet de i hendes familie kun har adgang til DRs kanaler. Vi antager dermed, at interessen for DR muligvis er betinget af, at DRs tv-kanaler er de eneste danske kanaler, hun har adgang til. Flere informanter udtrykker et lille brug af DRs udbud, eksempelvis Sebastian, der fortæller, at han kun nogle gange ser DR, men han kan ikke huske, hvad han har set, fordi det er så lang tid siden (Bilag 4, s. 20). Sara udtrykker, at hun foretrækker Kanal 4 frem for DR : "jeg er bare mere til Kanal 4 altså de ting der er på det det er lidt mere mig end DR" (Bilag 3, s. 20). Alberte A foretrækker også Kanal 4 grundet deres større udbud af serier, og fordi kanalen er mere spændende end DR. Hun mener, at DR sender mere til voksne og ældre mennesker (Bilag 3, s. 20-21). Ligeledes fremstår Lukas' brug af DRs udbud som småt, da han fortæller, at han kun ser DRs programmer, hvis familien har tændt tv'et for at se tv-avisen eller lignende: "[...] så kigger jeg lige over i to sekunder mens min computer starter op eller sådan noget" (Bilag 5, s. 18).

Når vi kigger på informanternes samlede opsummeringer af medieindhold, ser vi, at hverken kanalerne eller programmer fra DR Ultra eller DR3 fremgår, hvilket indikerer, at kanalerne ikke er en prioritet for informanterne. I fokusgruppe A tilkendegiver flere, at de kender til både DR Ultra og DR3, og flere forklarer, at de kender til netop DR Ultra, fordi nogen fra klassen har været med i et program tilknyttet kanalen (Bilag 3, s. 21). Hvad angår DR Ultra associerer Sara kanalen med "børn", og Alberte A mener, den er for barnlig, mens Henriette betegner den som kedelig (Bilag 3, s. 21). Dog fremhæver Alberte A, at hun godt kan lide Ultra Nyt: "[...] de forklarer tingene sådan så det er børnevenligt ikke som TV2 hvor de nærmest siger det nærmest lige ud på DR Ultra der gør de det mere børnevenligt" (Bilag 3, s. 22). Denne indsigt hos Alberte A kan tyde på, at hun har brugt, eller bruger, indhold fra DR Ultra. Rasmus associerer DR3 med "dokumentar", hvilket kan være et udtryk for et oprigtigt kendskab til kanalens indhold, eftersom DR3 nævner "dokumentar" som en af deres genrer på kanalen i deres egen beskrivelse (DR, 2015a). Anton fortæller, at han godt kan lide DR3 (Bilag 3, s. 21), og sætter lidt flere ord på sin opfattelse af kanalen:

[...] jeg synes bare der kommer også nogle fede ting og det er også som om at de laver nogle ting hvor man lidt tænker det er sgu da lidt vildt at de tør for eksempel de laver også nogen programmer som måske er lidt grænseoverskridende overfor mennesker overfor kongehuset og sådan noget kunne de godt finde på at lave grin med sådan noget og sådan. jeg synes det er fedt på en eller anden måde. på den der måde det er lidt flabet ikke. (Bilag 3, s. 21)

Denne beskrivelse af DR3 som kanal svarer i høj grad til DRs egen formulering om, hvad DR3 er: "[...] den udfordrende og underholdende kanal til yngre seere, der eksperimenterer og går mod strømmen" (DR, 2015a, ¶ DR3 - den udfordrende og underholdende kanal til yngre seere). På trods af, at Anton ikke kan nævne nogle programtitler fra DR3, indikeres det, at han har en, om muligt ubevidst, forståelse for kanalens egenskaber og de budskaber, de forsøger at formidle.

Flere informanter i fokusgruppe B har et kendskab til DR Ultra, hvilket både Sebastian, Luna, Nina og Anthony fortæller. Det fremgår også, at Anthony har deltaget i et program på kanalen, hvilket kan have forstærket fokusgruppe Bs kendskab til kanalen (Bilag 4, s. 22). Anthony fortæller senere, at han kender DR Ultra men ikke DR3, mens Oliver fortæller, at han ved, hvad DR3 er, men at han ikke synes, det er spændende og ikke ser det (Bilag 4, s. 23). Størstedelen af informanterne havde besvær med at sætte ord på, hvad de forbinder med DR3 (Bilag 4, s. 23). Det opfatter vi som et udtryk for, at de ikke kender kanalens indhold og dermed formentlig ikke bruger kanalen. Nina er som den eneste i stand til at sætte ord på, hvad hun associerer med DR3; krimier og dokumentarer. Hun understreger, at DR2 har "mere om gamle dage", mens DR3 er mere spændende (Bilag 4, s. 22).

I fokusgruppe C svarer størstedelen, at de kender både til DR Ultra og DR3. Imidlertid påpeger Amalie, at hun ikke ved, hvad DR Ultra er. Christen forklarer hertil, at det er en børnekanal, hvilket Amanda bakker ham op i og tilføjer, at det er ligesom Ramasjang (Bilag 5, s.24). Dette peger på, at Christen og Amanda associerer kanalen DR Ramasjang med DR Ultra, selvom førstnævnte er tilegnet 3-6-årige (DR, 2015a). Zaccarias bryder ind og spørger, om DR Ultra ikke er målrettet deres aldersgruppe, mens Amanda siger, at kanalen overhovedet ikke er til dem (Bilag 5, s. 24). Altså er der forvirring omkring, hvad DR Ultra er og hvem, kanalen henvender sig til blandt fokusgruppe C. Flere tilkendegiver, at de ved, hvad DR3 er, men kun Zaccarias kan nævne programtitler og fortæller, at han ser programmet Spørg Mig om Alt på DR3 (Bilag 5, s. 24). Det fremgår, at Zaccarias ringede ind til programmet og forsøgte at få sit spørgsmål med, hvilket vidner om et engagement i programmets live-format, der giver seere mulighed for at deltage. Christen fortæller, at han ikke vidste, at DR3 fandtes (Bilag 5, s. 27).

Foruden at undersøge hvorvidt aldersgruppen bruger DR Ultra og DR3, søgte vi en indsigt i, hvorvidt aldersgruppen bruger DRs tiltag på de sociale medier; begge kanaler er til stede på Facebook, Snapchat og Instagram. I fokusgruppe A viser to informanter interesse for DR på de sociale medier; Rasmus, der følger DR Ultra på Instagram, og Alberte A, der følger Ultra Nyt på Snapchat og Instagram (Bilag 3, s. 22). I fokusgruppe B medgiver Nina, Sebastian og Anthony et generelt kendskab til, at DR eksisterer på Facebook. Både Luna og Oliver fortæller, at de ikke kendte til DR Ultras og DR3s tilstedeværelse på sociale medier, mens Luna og Sebastian fortæller, de ikke vil følge DR Ultra (Bilag 4, s. 24). I fokusgruppe C er Amanda den eneste, der gør brug af DR på de sociale medier, hvor hun følger DRs pigekor på Facebook og Den Store Bagedyst via Instagram (Bilag 5, s. 13 & 32). Samlet set vurderer vi, at DRs sociale medier kun bruges i lav grad af informanterne.

I fokusgrupperne søgte vi ydermere at få en forståelse for informanternes kendskab og anvendelse af DRs streamingtjeneste DR TV. Interessen herfor skyldes, at vi grundet den sekundære analyse (Bilag 7) dels vidste, at streaming er populært blandt unge, og dels vidste, at traditionel flow-tv-sening befinder sig i en nedadgående kurve. I fokusgruppe A fremgår det, at de fleste ikke kender til tjenesten (Bilag 3, s. 17-18). Henriette er den eneste, der bruger streamingtjenesten, og hun kender til den, fordi hendes søster havde lagt den på iPad'en: "[...] man kan jo godt i forvejen se alt muligt på nettet og ikke kun på fjernsynet fordi at alting bliver streamet" (Bilag 3, s. 17). Ud fra dette citat kan vi udlede, at Henriette formentlig er vant til at se indhold på nettet, hvorfor muligheden for at se DR via streaming ikke overrasker hende. Hermed fremstår det næsten som om, at det er en forventning, idet alting, ifølge Henriette, bliver streamet; en betragtning, der kan henledes til konvergenskulturens betydning for de unge, der er vokset op i et netværkssamfund

og født ind i en verden af teknologiske muligheder. Hverken Lukas eller Amalie fra fokusgruppe C ved, at man kan se DRs programmer på DR TV (Bilag 5, s. 27). Christen kender til DR TV og refererer til at have brugt det i forbindelse med et projekt i skolen (Bilag 5, s. 26). Opsummerende ses det, at kun ganske få informanter har kendskab til og bruger DR TV. I afsnittet "Deltagerkultur: Streaming versus traditionelt flow-tv" så vi, at informanterne havde et indgående kendskab til streaming, som de ofte bruger individuelt og til at dyrke egne interesser.

Hvad angår DRs radiotjenester, noterer Anton DR P3 radio i sin opsummering over medieindhold og forklarer, at radioen hele tiden er tændt på hans værelse (Bilag 3, s. 10). I modsætning til andre radiokanaler er fordelene ved DR P3 ifølge Anton, at der er gode værter, god musik, gode programmer, og at der ikke hele tiden er reklamer (Bilag 3, s. 10). Flere informanter nævner Mads og Monopolet som et radioprogram, de lytter til. Henriette lytter til Mads og Monopolet med sin familie (Bilag 3, s. 3). Sara nævner ligeledes Mads og Monopolet, som hun hører, når hun er ude at køre (med familien, red.) (Bilag 3, s. 3). Både Anthony, Luna og Nina har lyttet, eller lytter til, Mads og Monopolet, hvis de er i selskab med familien. Til spørgsmålet omkring, hvorvidt de selv kunne finde på at hente programmet via podcast, svarer Luna og Nina, at det kunne de godt, mens Anthony svarer nej (Bilag 4, s. 18). Rasmus fortæller, at han ofte hører radio med sin familie i stuen, eller når han kører bil med sin mor, og Anton forklarer, at han ofte hører radio om morgenen med sin familie (Bilag 3, s. 3). Amanda lytter også til Mads og Monopolet, når hun kører bil med sin familie, hvilket er et program Alberte C også lytter til i weekenderne (Bilag 5, s. 20 & 22). Alberte C lytter desuden til radio om morgenen, mens Lukas kun lytter til radio, når han kører bil med familien (Bilag 5, s. 22).

Ud fra disse udtalelser vurderer vi, at radio er et medie, der ofte bruges i selskab med familien, ligesom vi tidligere har bemærket gør sig gældende med traditionelt flow-tv. Ud fra netværkstan-ken kan radioprogrammet "Mads og Monopolet" betragtes som et mediebrug, der for de 13-15-årige er tilknyttet en familiær kontekst.

4.4.1 Delkonklusion

På baggrund af ovenstående empiriske betragtninger ser vi, at fem informanter gør brug af DRs PS-tilbud inden for traditionelt flow-tv: Nina, Alberte A, Henriette, Amanda og Zaccarias nævner alle specifikke programmer, de ser på DRs kanaler. DR3 og DR Ultra angiver størstedelen af informanterne at have kendskab til, men kun få bruger kanalernes programmer. Brugen af DR3 og DR Ultra fremstår dermed lille blandt informanterne. Ligeledes fremgår det, at kun få informanter kender til DRs streamingtjeneste DR TV. Flere informanter fremhæver DRs radioprogram Mads og Monopolet, som noget, de lytter til sammen med familien, hvorfor vi vurderer, at dette mediebrug ofte er tilknyttet en familiær kontekst. Samlet set har informanterne et sparsomt forhold til DR; de

fleste ved, hvad det er, men kun få bruger det. Med fokusgrupperne kan vi dermed konstatere, at DR generelt ikke fylder betragteligt i aldersgruppens mediebrug.

Billedet ser anderledes ud, hvis vi kigger på den sekundære analyse (Bilag 7): ifølge Kulturstyrelsen når PS-medier når ud til 79% af de 7-18 årige internetbrugere, herunder med DR Ramasjang, DR Ultra, DR3 og med streamingtjenesten DR TV. Til trods for at aldersintervallet er bredere end specialets aldersgruppe, ser vi ikke, at DRs tjenester og indhold når ud til specialets aldersgruppe i lige så høj en grad. Yderligere angives det i den sekundære analyse, at der opleves en særlig stor fremgang for PS-tv hos DR, når danskere ser traditionelt flow-tv. Eftersom de kvalitative fokusgruppeinterviews er foretaget uden at betragte en tidlig forandring, er det vanskeligt at benytte dem til at nuancere, hvorvidt DR oplever en fremgang for deres tv-kanaler. Ud fra informanternes udsagn kan vi dog konstatere, at aldersgruppens interesse for DRs tjenester og indhold er beskeden.

Hvad angår radio angives det i den sekundære analyse (Bilag 7), at PS-radio har oplevet et fald fra 2013-2014 blandt 12-18 årige; dette på trods af, at den generelle radiolytning er steget med tre minutter. Hvis vi ser på de radiokanaler, informanterne nævner på deres opsummeringer nævnes DRs radiotjenester kun af 1/18. PS-radioprogrammet Mads og Monopolet viser sig dog at være udbredt i aldersgruppen, hvilket kan knyttes til det familiære fællesskab, programmet anvendes i.

4.5 Analysedel 4: DR som public service-virksomhed over for de 13-15-åriges mediebrug

På baggrund af de foregående analysedele vil vi i dette afsnit forsøge at forstå aldersgruppens mediebrug i henhold til de rammer, DR må efterleve som PS-virksomhed. Analysen har indtil nu anskueliggjort aldersgruppens mediebrug, og hvordan de navigerer heri. Med afsæt i disse indsigter vil vi nu gå i dybden med, hvorvidt der kan specificeres PS-indhold i DR-regi, der interesserer aldersgruppen. Resultaterne af de empiriske uddrag fra fokusgruppeinterviewene, vi fandt i de øvrige analysedele, stilles nu over for mere statiske forhold relateret til problemstillingen som erklæringer, love og kontrakter, der vedrører PS. Således kobler vi i dette afsnit vores empiriske indsigter og analytiske betragtninger sammen med de overordnede rammer for PS, der angår DR som licensfinansieret medievirksomhed.

I afsnittet analyserer og diskuterer vi forholdet mellem DR som PS-virksomhed og de 13-15-åriges mediebrug. Afsnittet vil således gennemgå DRs status hos aldersgruppen og DRs forpligtelser som PS-virksomhed. Derudover vil vi komme ind på hvilke udfordringer og muligheder, der eksisterer i spændingsfeltet mellem DR og nærværende aldersgruppe.

For at undersøge ovenstående anvendes tre forskellige analyseteknikker: at skabe begrebsmæssige og teoretiske sammenhænge, lægge mærke til relationer mellem variable, og se på

sammenligninger. Yderligere bærer afsnittet præg af at have en mere diskuterende karakter end de øvrige analysedele.

4.5.1 Status for DR hos de 13-15-årige

Ifølge DRs høringssvar til første temamøde i PS-udvalget er 96 % af befolkningen i berøring med DR i løbet af en uge (DR, 2014). Hvorledes dette tal er frembragt, og hvordan procentsatsen er fordelt inden for de forskellige aldersgrupper fremgår ikke, men den høje procentsats bruges af DR til at markere sin eksistensberettigelse hos hele befolkningen. For at konkretisere det nærmere har vi set på eksponeringen af DRs tv-kanaler i forhold til andre tv-kanaler. Det ses hos Gallup¹⁰, at DR opnår 83 %, mens TV2 opnår 74 % og Viasat 50 % i deres ugentlige dækning hos den danske befolkning (TNS Gallup TV-Meter, 2015). Det fremgår dermed, at DR står stærkt med befolkningens ugentlige brug af DRs tv-kanaludbud set i forhold til TV2 og Viasat. Analysedel 3 viste, at indhold fra DR ikke fylder betragteligt i aldersgruppens mediebrug. Imidlertid så vi en tendens pege på, at flere informanter bruger DRs tjenester mere end de eksplicit gjorde os opmærksomme på under interviewene. Dette gjaldt særligt informanternes brug af traditionelt flow-tv i selskab med familien, hvor flere ser DRs programmer. Vi vurderer derfor, at interessen for DR er størst, når DRs programmer ses med familien på traditionelt flow-tv. Samtidig oplevede vi, at størstedelen af informanterne ikke vidste, at DR TV eksisterer, hvilket indikerer, at DRs programmer står stærkere via traditionelt flow-tv i det familiære selskab end DRs streamingtjeneste. En anden observation, vi gjorde os i fokusgruppeinterviewene, var, at flere associerer DR med at være kedelig og for ældre mennesker. Udtalelser der indikerer, at aldersgruppen ikke føler sig henvendt til og associerer sig med det, DR står for.

Denne opfattelse blev understreget i fokusgruppe C, hvor vi talte om, hvilke udfordringer DR har med de 13-15-årige. I den forbindelse spurgte vi direkte, hvad DR skal gøre for at tiltrække deres aldersgruppe, hvortil Zaccarias svarer, at de skal lade vær med at prøve. Han tilføjer, at i det øjeblik tv-stationer går ud og prøver at fange ungdommen bliver det altid "lort" (Bilag 5, s. 33). Første udsagn vidner om, at han ikke er interesseret i at blive "talt til" af DR, mens tilføjelsen viser, at Zaccarias først og fremmest betragter DR som en tv-station, og at han afviser ideen om, at tv-stationer målretter medieindhold til unge som samlet enhed. Christen forklarer omvendt, at DR gør det godt, men at det er ham, der er problemet, fordi han ikke gider se fjernsyn (Bilag 5, s. 32). I kraft af Christens udtalelse fremgår det, ligesom hos Zaccarias, at han hovedsageligt associerer DR med traditionelt flow-tv, dette på trods af, at han har kendskab til DRs streamingtjeneste. Alberte C tilføjer som tidligere nævnt, at hun gerne ser, at DR inddrager mere internationalt indhold, eksempelvis programmer fra Japan eller i det hele taget Asien, og Amalie tilføjer hertil, at hun ville

¹⁰ Kanalens ugentlige dækning er antallet af personer (3 år og derover), som har set mindst 5 minutter uafbrudt på én kanal. Med "DR", "TV2" og "Viasat" forstås tv-stationers samlede kanaludbud (TNS Gallup TV-Meter, 2015).

blive "rigtig rigtig ked af det", hvis de begynder at sende indhold, som hun kunne lide. Dette udsagn ser vi som et udtryk for, at Amalie ikke vil associeres med DR og det image, hun forbinder med DR. Hun begrundet det med, at hun godt kan lide at føle sig unik og ikke har lyst til, at folk skal være som hende samtidig med, at DRs danske indhold ikke fanger hende.

Ovenstående giver nogle informanternes bud på, hvorfor DR ikke fungerer for dem og viser, at de har en holdning til det, de ser, og selv vil finde det indhold, der matcher deres individuelle interesser. Med Zaccarias' kommentar om, at DR bare skal lade være med at forsøge at tiltrække den aldersgruppe, han er en del af, anes det, at han glemmer sin egen interesse for flere af deres programmer. En anden mulighed kan være, at han med vilje lægger skjul på egen interesse og brug af DR, og at hans kommentarer skal ses som et udtryk for selvfremstilling i en gruppe, hvor traditionelt flow-tv og DR ikke fremstår synderligt attraktivt. Hvorom alting er, antyder hans udtalelse, at han ikke vil have noget "serveret" af DR, og at han muligvis foretrækker at forfølge egne interesser som argumenteret for i "Det differentierede mediebrug". I interviewet med fokusgruppe C spurgte vi yderligere ind til, hvad de ville synes om, hvis DR lavede en regulær kanal til deres aldersgruppe, hvor Amalie påpegede:

[...] vi bruger sådan andre ting langt mere end tv fordi der kan man sådan altså der er mange flere muligheder det ikke bare sådan et program hvor de udvælger nogle forskellige ting det er sådan dig der sådan personliggør hvad det er du gerne vil se for eksempel Youtube det er sådan helt op til dig kan søge på alt det er derfor jeg tror det er sådan. (Bilag I, s. 34)

Dermed ser vi endnu engang udtryk for, at de individuelle interesser og friheden til selv at vælge er centralt i aldersgruppens mediebrug.

For at opsummere er DRs status hos aldersgruppen kort sagt beskeden. Med dette sagt må der tages forbehold for, at samtlige tv-kanaler, som DR kan sammenlignes med, også er beskeden repræsenteret blandt informanterne (jf. analysedel 1). Samtidig vidner aldersgruppens spredning af foretrukket medieindhold om en hård konkurrence for udbyderne om at fange aldersgruppens opmærksomhed. At DR ikke fremgår mere af aldersgruppens mediebrug, synes derfor ikke nødvendigvis usædvanligt - vurderet ud fra de mange konkurrerende muligheder, der eksisterer i medielandskabet. Imidlertid formår DR stadig at tiltrække informanternes opmærksomhed, når de ser DRs programmer på traditionelt flow-tv sammen med familien, men som anført tidligere, anser vi familien som værende knudepunkt for dette mediebrug, hvor selve mediet samt medieindholdet kan betragtes som sekundært.

Vi indledte specialet med at bide mærke i, at de 13- og 14-årige ikke er inkluderet i en målgruppedefinition, som det ses ved DR Ultra og DR3. Som anført har DR siden specialets begyndelse fjernet den aldersbestemte målgruppedefinition fra deres beskrivelse af DR3 på deres hjemmeside. Vi kan kun gætte på, at det er en reaktion foranlediget af en kritik af DR, hvor Berlingske (2014) fandt, at DR3s gennemsnits-seer er 46 år gammel. Altså er den gennemsnitlige DR3-seer syv år ældre end den 39-årige, som befinder sig på sidste alderstrin i målgruppedefinitionen. Det tyder på, at DR3 ikke har ramt den intendede målgruppe (DR, 2015a). Som vi så i indledningen, er det ifølge Rønn (Lindberg & Jensen, 2014) en generel problematik for DR at tiltrække unge seere med tv-indhold. At dømme ud fra Rønns udsagn i februar 2016 står problematikken omkring DRs manglende tag på de unge stadig uberørt hen; en problematik, vi har understreget i indledning og her vil gengive: “[...] hvis vi mister de store børn og de unge, kan vi regne os frem til, hvornår vi dør” (Ove Jensen, 2016).

I kraft af indsigter fra analysedel 3 har DR kun en lav grad af tilstedeværelse i aldersgruppens mediebrug; flere informanter føler ikke, at DR henvender sig til dem, og flere vil ligefrem ikke associeres med det indhold, DR tilbyder. Den umiddelbare forklaring synes at være, at DR ikke målrettet producerer indhold til aldersgruppen med forbehold for deres specifikke mediebrug. Selvom dette teknisk set kun gælder for de 13-14-årige, formoder vi, at problematikken kan gælde for flere aldersgrupper, netop som vi ser det gælder de 15-årige i fokusgruppe C, som oprindeligt hører til DR3s målgruppe. Med ovenstående overvejelser in mente vil vi nu se nærmere på forholdet mellem aldersgruppen og DR som PS-forpligtet medievirksomhed.

4.5.2 DRs forpligtelser som public service-virksomhed

Som nævnt i afsnittet “DRs monopolbrud” konkluderer DR Medieforskning i rapporteringen fra 1981, at de typiske konsumenter af tv-mediet er ældre mennesker, som ser både fakta og fiktion. Dette skal ses i lyset af, at DR på daværende tidspunkt havde monopolstatus inden for tv-transmission. Samtidig konkluderes det, at de yngre seere er mere selektive og som helhed bruger fjernsynet til underholdning og fiktionsoplevelser. Der kan drages en parallel til de indsigter, vi har fra nærværende aldersgruppe, der kan anskues som et udsnit af dem, der betegnes de “yngre seere”. Om underholdning og fiktionsoplevelser er særlig markante i aldersgruppens mediebrug, har vi ikke tilstrækkelig indsigt til at kommentere på, men vi kan se, at aldersgruppen også i 2015 agerer selektivt i deres mediebrug, hvilket er influeret af den enkeltes præferencer. Det indikerer, at DR tidligere også har haft vanskeligheder ved at tiltrække de unge som aldersgruppe med udgangspunkt i tv-mediet. Vi fristes til at stille spørgsmålet: hvorfor er det vigtigt, at DR fanger aldersgruppens opmærksomhed, når de evner at navigere i medieverdens væld af tilbud og finde akkurat det, der matcher deres individuelle interesser?

Med dette spørgsmål trækker vi en linje tilbage til PS-begrebets begyndelse. Dengang sikrede PS kulturformidling og oplysning samt manifesterede et offentligt rum for opdragelse og forbedring på linje med skolen, museer og offentligt støttede kulturinstitutioner. På daværende tidspunkt var det viden, borgerne ikke selv havde adgang til at få, og PS spillede en vigtig rolle for fordansknin-gen og en fælles national erfaring og bevidsthed. Indtil oprettelsen af TV2 mødte DR ikke nogen national konkurrence, men i dag er utallige tv-stationer kommet til både fra national og internati-onal side. Med internettets indtog, og dermed netværkssamfundets udbredelse, er viden blevet tilgængeligt for alle, der kan tilgå medier med internetadgang. Vi ser dermed, at medielandskabet har udviklet sig siden PS blev oprettet. Med nutidens unge som ofte kategoriseres digitale indfødte, der ubesværet navigerer ud fra egne interesser blandt et utal af medieindhold på forskellige medieplatforme, kan PS-begrebets egentlige relevans diskuteres. Begrebet kan betragtes som et levn fra en tid, hvor det var statens opgave at oplyse befolkningen, og som værende overflødigt i et netværkssamfund, hvor den enkelte er i stand til at oplyse sig selv. Dog er PS stadig aktuelt den dag i dag, hvilket manifesteres i at DR som PS-virksomhed når ud til 96 % af den danske befolkning på ugentlig basis. Ud fra specialets fokusgruppeempiri at dømme nærmer procentsatsen hos nærværende aldersgruppe sig ikke et lignende niveau, hvilket leder os tilbage til spørgsmålet omkring, hvorfor det er vigtigt, at DR rammer aldersgruppen. Svaret på, hvorfor det er vigtigt, at DR fanger aldersgruppens opmærksomhed, skal findes i DRs forpligtelser som PS-virksomhed, som vi nu vil se nærmere på.

Det fremgår af radio- og fjernsynslovens § 12, at DR skal udøve PS-virksomhed over for hele befolkningen (Retsinformation, 2014a). At udøve PS-virksomhed skal ske efter en række principper fastlagt i lovens § 10, som ligeledes bliver fastsat i DRs PS-kontrakt. DR skal levere et bredt udbud af programmer og tjenester, jf. "Rammer for DR som public service-virksomhed". DR er altså forpligtet til at sikre indhold, der rammer hele befolkningen i alle aldersgrupper - derfor også de 13-15-årige.

Europarådets erklæring udgør vejledninger for EUs medlemsstater vedrørende PS (COE, 2012). Disse anbefalinger er ikke retligt bindende, men er udarbejdet som en vejledning for staterne i udførelsen af PS, hvortil der knytter sig fælles politik. Det ses, at der kan drages paralleller fra flere af Europarådets anbefalinger til DRs PS-kontrakt, og vi vil nu betragte udvalgte passager til at anskue DRs forpligtelser som PS-virksomhed. I Europarådets erklæring fremgår det om PS-institutionernes opgave:

For public service media seeking to justify continuing levels of public funding, it is im-portant to demonstrate that funding decisions and resource allocations are focused entirely on meeting public needs of all citizens, irrespective of their gender and back-

ground, and that the organisation's assessment of its future requirements is rooted in its public service remit. (COE, 2012, ¶ III.10)

Det der betegnes som "alle borgeres behov" ses som et centralt forhold, der bør tildeles opmærksomhed for at drive PS-virksomhed. Endvidere fremgår det af Europarådets erklæring, at PS-virksomheder befinder sig i en overgangsperiode, der skyldes, at medier i Europa møder hurtig og kompleks udvikling (COE, 2012). Med digitale medier opstår der nye udfordringer for medieinstitutioner, der efterstræber at udbyde multimediale, interaktive og ikke-lineære tjenester (COE, 2012). Ifølge Europarådets erklæring medfører denne udvikling nye muligheder for PS-institutioner i at sikre deres eksistens på nye og mere effektive måder, herunder ved at tilbyde mere målrettet og mere interaktivt indhold samt tjenester (COE, 2012). PS-begrebet rummer en sårbarhed over for ændrede omstændigheder, jævnfør afsnittet "Et omdiskuteret begreb", og derfor er konstante justeringer og redefinitioner nødvendige. Begrebet må følge med samfundets udvikling. Det pointeres i erklæringen, at PS-institutioner må have større fokus på at videndele med sit publikum og i højere grad inddrage dem som interessenter og medskabere, hvilket er særligt relevant: " [...] to services aimed at youth, whose use of Internet-delivered, mobile and participatory media is significant" (COE, 2012, ¶ II.9). Med disse pointer fra erklæringen kan der drages reference til DRs PS-kontrakt, der beskriver, at DR skal følge medieudviklingen og afspejle danskernes mediebrug ved at levere programmer og tjenester af høj kvalitet på relevante kanaler og platforme, der svarer til forskellige målgruppers behov. Ligeledes beskrives det, at DR skal udnytte nye teknologiske og digitale muligheder til at producere programmer og tjenester, som gør brugere bekendte med teknologien samt inspirerer til brug. Ud fra ovenstående ses det, at intentionen om at udkomme på flere platforme end det traditionelle tv- og radiomedie formelt set er til stede som en del af PS-opgaven hos DR.

Med ovenstående erklæring fra Europarådet og DRs kontraktforpligtelser ses det, at DR har pligt til at afspejle deres publikums mediebrug og levere PS-indhold, der svarer til forskellige målgruppers behov. Desuden påpeges det, ifølge Europarådets erklæring, at det for PS-institutioner særligt er relevant at betragte unge som interessenter, deltagere og medskabere grundet deres specifikke mediebrug. Med afsæt i ovenstående kan det betvivles, om DR i flere henseender, lever op til deres forpligtelser som PS-institution med henblik på at nå de unge. Dels ses det konkret ved den manglende inklusion af de 13-14-årige i deres aldersbestemte målgruppedefinitioner på DR Ultra og DR3. Dels ved konstateringen af, at det publikum, der omfatter de 13-15-årige, ikke bruger DRs tjenester i særlig stor grad.

Grundet specialets modtagerperspektiv er vi ikke gået i dybden med hvilke strategier og indholdsmæssige tjenester, DR udbyder, hvorfor vi ikke er i stand til at vurdere, hvorledes DRs indsatser rent faktisk følger medieudviklingen, anvender flere medieplatforme og udnytter de

teknologiske og digitale muligheder. Vi kan ud fra aldersgruppens forhold til DR påvise, at DR ikke formår at engagere dette publikum og afspejle deres mediebrug. Hermed kan vi argumentere for, at DR ikke lever op til en af de grundlæggende PS-forpligtelser; at sikre PS-tilbud til hele befolkningen.

4.5.3 Omstændigheder for ungdommen som livsperiode

Som det fremgår af analysedel 1 og 2, ved aldersgruppen, hvad de vil have, når det kommer til medieindhold, og de ved, hvordan de skal finde det. De navigerer selvsikkert i medielandskabet i deres søgen efter at finde de fællesskaber, der giver mening for dem og som tilfredsstiller deres individuelle interesser i selektive neostammer. De 13-15-åriges mediebrug kan dermed siges at have et flakkende præg, hvilket må antages at gøre det vanskeligt for DR at skabe medieindhold, der formår at fastholde de unges opmærksomhed. Ligeledes stiller aldersgruppens differentierede mediebrug høje krav til DRs udbud af forskellige medieindholdsgenrer. Om aldersgruppens fremtrædende mediebrugsmønstre har noget at gøre med den livsfase, ungdommen udgør, vil vi nu undersøge nærmere.

Som vi har været inde på i det teoretiske afsnit, er ungdommen en mindre stabil livsform end de før- og efterliggende livsformer; at være barn og voksen. Der argumenteres for, at ungdommen er en livsperiode, hvor individet gennemgår en væsentlig udviklingsproces og søger at skabe sig en selvstændig identitet. Med udbredelsen af det internetbaserede netværkssamfund, som vi ser hos Castells (2003a; 2003b; 2010), og med medielandskabets radikale forandringer, som fremhæves i Europarådets erklæring som vilkår for PS-institutioner, har aldersgruppen forudsætningerne for at sortere i medielandskabets mange tilbud for at finde det medieindhold, der matcher det smagsfællesskab, de finder mening i (Maffesoli, 1996). Netop disse forudsætninger betragter vi som typiske for den tid, aldersgruppen er opvokset i. Schleicher (2014) understreger, at det i betragtningen af unge er vigtigt at have for øje, at de er et produkt af den tid, de lever i. Aldersgruppens mediemæssige adfærd må derfor ansues ud fra de tidstypiske muligheder, de har til rådighed. Hertil ser vi, at aldersgruppen, i relation til det aktuelle medielandskab, lever i en tid, hvor den enkelte er i stand til at søge det medieindhold, der stemmer overens med egne interesser og den identitet, man har eller afprøver i momentet. Det forhold, at ungdommen er kendetegnet ved at være en periode, hvor man søger identitetsmæssig fodfæste, gør, at det er svært at kategorisere unge som en samlet enhed. Der kan argumenteres for, at andre aldersintervaller, eksempelvis de 25-30-årige, ligeledes er vanskelige at afgrænse som samlet enhed, og at individuelle interesser og det sociale element ligeledes kan betragtes som typiske for netop denne aldersgruppe. Dog ser vi, i kraft af ovenstående teoretiske input om ungdommens som livsform, at

de 13-15-årige befinder sig på et stadie, hvor identiteten bygges op og afprøves i forskellige fællesskaber mere intenst, end det ses senere i livet.

4.5.4 DR under pres

Det fremgår af DRs PS-kontrakt, at DR, for at sikre PS-tilbud til hele befolkningen, skal følge medieudviklingen og afspejle danskernes mediebrug. Det ses herunder, at DR skal benytte sig af relevante kanaler og platforme, der svarer til forskellige målgruppers behov. Endelig er det DRs opgave at udnytte de nye teknologiske og digitale muligheder til at producere programmer og tjenester, der gør seere, lyttere og brugere bekendt med teknologien og inspirerer dem til at anvende den. Som det formuleres i DRs PS-kontrakt, ser vi, at DR har frie rammer til at tilrettelægge medieindhold, der svarer til aldersgruppens mediebrug. DRs manglende tilstedeværelse hos aldersgruppen kan dermed ikke siges at skyldes de rammer, PS foreskriver. Dermed ses det, at DR ikke er begrænset af sine PS-rammer med henblik på at specificere et PS-indhold rettet mod de 13-15 årige. Med specialets modtagerperspektiv har vi ladet aldersgruppen komme til orde. På baggrund af disse indsigter vil vi i afsnittet "Strategiske anvisninger til DR" se nærmere på, hvilke tiltag DR med fordel kan inddrage for at modsvare det fremtrædende mediebrug, vi har identificeret hos aldersgruppen.

Med specialets fokusgruppeempiri ser vi, at aldersgruppen kun har et beskedent brug af DRs tjenester, at de primært associerer DR med traditionelt flow-tv, og at DRs image ikke tiltaler dem. I denne forbindelse vil vi fremdrage en pointe fra "Interessebaserede fællesskaber", hvor vi også ser, at aldersgruppen ikke ønsker at få medieindhold tilrettelagt til dem som en aldersdefineret målgruppe. Vi argumenterer for, at dette er et forhold, DR kan medtænke i deres segmentering af målgrupper vedrørende unge, hvorfor det kan være hensigtsmæssigt af DR at tænke i nye målgruppekonstruktioner.

Denne viden fra fokusgruppeempirien kalder først og fremmest på, at DR må styrke sin indsigt i aldersgruppen og iværksætte målrettet forskning, som nærværende speciale kan bidrage til, for at blive klogere på de unges adfærd og holdninger relateret til deres mediebrug. Med Rønns udtalelser, jf. specialets indledning, fremgår det, at DR er opmærksomme på, at de ikke tiltrækker de unge. Med oprettelsen af DR Ultra ser vi, at DR har gjort en indsats for at fange de 7-12-årige. Et fokus på at styrke indsatsen ses også med Rønns argumentation i februar 2016 om, at DR er i gang med at udvikle en app til de 7-12-årige i forsøget på ikke at miste de store børn og unge.

Skønt DR i overvejende grad ikke vækker aldersgruppens opmærksomhed, ser vi, som tidligere nævnt, at DR oftest bruges, når informanterne ser traditionelt flow-tv med deres familie. Når vi betragter den kontekst, som undersøgte aldersgruppe befinder sig i, er alle hjemmeboende hos

deres familie. Dette faktum får os til at stille spørgsmålet: hvad sker der med aldersgruppens brug af DRs programmer, når de ikke længere bor hjemme? Vil de stadig se flow-tv, eller er det et mediebrug, der er forankret i det sociale fællesskab med familien og ikke vil bestå den dag, de flytter hjemmefra? Disse spørgsmål er væsentlige for DR at overveje, men ligger uden for nærværende speciales undersøgelsesfelt.

Ud fra ovenstående overvejelser ser vi, at DR trues af medielandskabets uendelige muligheder, som børn og unge, herunder nærværende aldersgruppe, er opvokset med. Konvergenskulturen er en af grundene til, at mediebilledet ændrer sig markant. Hertil er en væsentlig pointe hos Jenkins, at denne konvergenskultur stiller høje krav til virksomhedernes evne til at gentænke mediebrug og de marketingsstrategier, der tilknyttes. Vi ser, at denne kultur er en kendsgerning for unges mediebrug, og som DR må forholde sig til. Hvis DR ikke evner at tiltrække børn og unge, herunder aldersgruppen, og skabe en relation for dem til DR, er der en risiko for, at DR taber en generation. Vi vurderer, at DRs eksistensberettigelse synes at være under pres, når det gælder unges opfattelse og brug af DR, dette med henblik på, at alle over 18 år med et licenspligtigt apparat skal betale medielicens. Hvis denne "generation" ikke har et forhold til DR nu, er det muligt, at det i fremtiden er svært for dem at acceptere, at de skal betale en medielicens, hvoraf 67 % af midlerne går til en medievirksomhed, de ikke bruger.

4.5.5 Delkonklusion

Brugen af DRs tjenester og indhold ses kun i beskeden grad i aldersgruppens mediebrug. På baggrund af fokusgruppe C fornemmer vi en tendens, der peger på, at aldersgruppen ikke vil associeres med det image, DR har. Det fremgår yderligere blandt informanterne, at DR forbindes med at være "tv-station", mens flere ikke er interesserede i, at DR laver en kanal som målretter indhold til aldersgruppen; dels fordi tv-mediet ikke tiltaler dem, og dels fordi de ikke er interesserede i blive henvendt til som "unge". Informanternes brug af DR sker oftest ved at se programmer på traditionelt flow-tv i selskab med familie, dog antager vi, at dette mediebrug er betinget af det familiære selskab frem for det specifikke tv-indhold. Med noteringen af aldersgruppens beskudne brug af DRs indhold, ser vi flere indikationer på, at billedet også kan gælde andre unge.

Vi har konstateret, at DR som PS-virksomhed er forpligtet til at levere PS-indhold til de 13-15-årige i kraft af radio- og fjernsynsloven. Dette på trods af, at PS som begreb kan ses som et levn fra en tid, hvor det var en offentlig opgave at oplyse befolkningen, hvorimod mennesker i dag evner at oplyse sig selv. Samtidig har vi redegjort for, at DR som PS-virksomhed har frie rammer til at udkomme på flere platforme end tv- og radiomediet alene, dette både i kraft af deres PS-kontrakt med Kulturministeriet, men også ud fra Europarådets erklæring. I PS-kontrakten står det, at DR

skal afspejle danskernes mediebrug og følge medieudviklingen. Vi argumenterer for, at DR som PS-virksomhed ikke lever op til sine forpligtelser som PS-virksomhed i flere henseender; det ses konkret ved, at de 13-14-årige ikke er inkluderet i målgruppedefinitionerne på DR Ultra eller DR3. Samtidig ses det ved aldersgruppens beskedne brug af DRs tjenester og indhold. Vi ser dermed, at DR ikke formår at involvere det publikum, der omfatter aldersgruppen, og dermed afspejle deres mediebrug og sikre PS-tilbud til dem.

Grundet medielandskabets mange muligheder, er de 13-15-årige i dag en del af en tid, hvor de kan finde medier og medieindhold, der svarer til deres interesser og den identitet, de har eller afprøver. Dette forhold vedrørende unge kan være medvirkende til at vanskeliggøre DRs opgave i at levere PS-indhold til aldersgruppen.

På baggrund af afsnittets analytiske betragtninger antager vi, at der er en risiko for, at DR taber en "generation", hvis DR ikke i fremtiden formår at afspejle aldersgruppens, og generelt unges, mediebrug. Vi argumenterer hermed for, at DRs eksistensberettigelse er under pres hvad angår unge.

Kapitel 5: Afrunding

5.1 Metodisk refleksion

Resultaterne fra de foregående analysedele har givet anledning til at anskue specialets metodiske afsæt med nye øjne. Vi vil i dette afsnit fremdrage relevante metodiske implikationer, der har haft betydning for analysens resultater. Herefter vil vi på baggrund af specialets udvalgte metoder reflektere over undersøgelsens kvalitet.

Vores spørgeguide var blandt andet inspireret af de forskningsrapporter, vi har anvendt i den sekundære analyse (Bilag 7); heriblandt DR Medieforsknings (2015) egen undersøgelse af unges forhold til mediebrands. Vi valgte derfor at indlægge en øvelse i fokusgruppeinterviewene, hvor fokusgruppernes deltagere skulle udpege deres mest anvendte mediebrands samt kommentere på deres forhold til disse, som vi nøje havde udvalgt med afsæt i resultaterne fra DR Medieforsknings (2015) undersøgelse herom. Sidenhen har vi gennem specialets eksplorative proces og inddragelse af teori erfaret, at informanternes forhold til mediebrands ikke havde den relevans for specialet, som først antaget. Derfor har vi ikke analyseret specifikt på denne indlagte fokusgruppeøvelse, men undervejs inddraget de udtalelser omkring mediebrands, som har vist sig betydningsfulde at inddrage: eksempelvis holdninger til DR og udvalgte programmer fra DR. Endvidere vurderede vi, at de to indledende øvelser med fokus på informanternes selvvalgte medier og medieindhold i højere grad gav os et indblik i deres intuitive tanker omkring deres foretrukne medier og medieindhold, hvorimod øvelsen med mediebrands præsenterede dem for udvalgte brands, de skulle forholde sig til.

Gennem udarbejdelsen af analysen er vi blevet opmærksomme på, hvordan vi formulerede spørgsmålene i fokusgruppeinterviewene, og hvad vi ordret har bedt informanterne om at gøre i øvelserne. Der findes forskellige opfattelser af hvad medier og medieindhold er, jf. "Begrebspræsentation", og af samme årsag oplevede vi blandt informanterne ind imellem forvirring og misforståelser omkring, hvad der blev ment med "medier" og "medieindhold". Vi var på forhånd klar over, at en præcisering var nødvendig, hvorfor vi måtte komme med eksempler, da vi bad dem om at nedskrive medier og medieindhold, de bruger mest. Alligevel oplevede vi blandt andet i fokusgruppe C, at Amalie og Christen havde angivet forskelligt medieindhold i stedet for medier i første øvelse (Bilag 5, s. 1-2), hvilket vi var opmærksomme på at udrede ved yderligere at uddybe definitionerne.

Det er muligt, at vi uden hensigt har lagt ord i munden på informanterne i vores præcisering og eksemplificering af medier og medieindhold. Med dette menes, at vi med eksemplerne kan have

begrænset informanterne i deres refleksioner over mediebrug. Denne bias forsøgte vi at komme i forkøbet ved at opremse forskellige typer af både medier og medieindhold, og ikke blot nøjedes med at sige "for eksempel tv-kanaler".

I den forbindelse har arbejdet med analysen også gjort os opmærksomme på en mulig problematik omkring specialets afklaring af begrebet *medieindhold* angivet i "Begrebspræsentation". I specialets kontekst indbefatter begrebet forskellige niveauer, men vi ser, at det kunne være en fordel at skelne herimellem og på den måde skabe større klarhed omkring, hvad der i analysen tales om, når *medieindhold* nævnes: i tv-sammenhæng eksempelvis medieudbyder (DR), kanal (DR3) og program ("Spørg mig om alt"). Vi betragter dog ikke specialets brug af begrebet som en begrænsning for at forstå de analytiske pointer.

Vi er ligeledes blevet opmærksomme på, at vores hensigt med at spørge informanterne hvilke medier, medieindhold og mediebrands, de "bruger mest", og hvilke af disse, der er "vigtigst" for dem er en kompliceret opgave. Det kan nemlig være svært for informanterne selv at bedømme dette, blandt andet eftersom de, som tidligere påpeget, udviser tegn på, at medier kan fungere som en til tider usynlig dimension; nogle handlinger, tænker de måske slet ikke over, involverer et mediebrug. Det kan eksempelvis gælde det mediebrug, der fylder meget i deres hverdag. Herudover ligger der en grad af statistisk og dermed kvantitativ forståelse i at skulle påpege mediebrug i prioriteret rækkefølge, som vi ikke har fokuseret på at analysere nærmere. Vi har til gengæld fokuseret på en optælling af medier og medieindhold for at betragte fordelingen, og herunder se på variationen og vægtningen af forskellige typer af medieindhold. Først og fremmest har vi dog fokuseret på at skabe en nuanceret forståelse omkring deres mediebrug med udgangspunkt i den enkeltes livsverden og herudfra skabe en overordnet forståelse for aldersgruppens mediebrug uden at tillægge den prioriterede rækkefølge betydning.

Informanten Nina fra fokusgruppe B har desuden givet os anledning til at reflektere nøjere over informanternes medieadgang og begrænsninger. Som beskrevet i analysen er informanterne, grundet deres status som hjemmeboende, underlagt visse restriktioner og begrænsninger fra skolen og hjemmet. Det samme kan derfor gælde deres mediebrug, og her ser vi, at Nina ofte ser DRs tv-programmer, da hun, efter eget udsagn, ikke har adgang til andre sendeflader i hjemmet. Vi vurderer derfor, at fremtidig forskning på området med fordel kan undersøge, hvilke eventuelle restriktioner der ligger i forbindelse med deres mediebrug, og hvad årsagen hertil er - eksempelvis ved at spørge ind til dette i fokusgruppeinterviews, så informanterne har anledning til at reflektere over om samme, eller andre, restriktioner og begrænsninger gør sig gældende for dem, og diskutere disse. Det kunne give mere specifikke indikationer af, hvordan og hvilke familiære,

kulturelle og økonomiske faktorer, der har en indflydelse på aldersgruppens forudsætninger for mediebrug, og hvad deres holdninger hertil er.

Endnu en metodisk overvejelse går på, hvorvidt 13-15-årige individer er i stand til at udtale sig reflektivt og velovervejet om deres mediebrug. Når vi bringer denne refleksion frem skyldes det, foruden deres forholdsvist unge alder, specialets teoretiske afsæt i ungdommen som en ustabil fase med opbygning og afprøvning af identitet. Derfor ser vi en sandsynlighed i, at deres udtalelser om deres mediebrug og forhold til DR kan være et udtryk for identitetsafsøgning snarere end deres faktiske mediebrug. I forlængelse heraf vil vi tilføje vores erfaring af informanterne som situationistiske individer, der skifter mellem identiteter. Af disse årsager finder vi det interessant, at fremtidig forskning supplerer nærværende speciale op med et observationsstudie, der kan undersøge, hvorvidt der er overensstemmelse mellem tale og handling og således - måske - nuancere undersøgelsesfeltets resultater.

5.1.1 Undersøgelsens kvalitet

Nærværende afsnit har til formål at belyse kvaliteten af vores anvendte metoder, sekundær analyse og fokusgruppeinterviews, og det behandlede empiriske datamateriale i relation til besvarelse af specialets problemstilling. Da de forholdsvist kvalitative fokusgruppeinterviews som bekendt, er vores primære metode til erkendelse, er det først og fremmest de kvalitative vurderingskriterier, som vi tager højde for i belysningen af specialets kvalitet.

Et relevant begreb i denne henseende er validitet, som handler om at vi sikrer os, at vi konkret undersøger det, vi sætter os for at undersøge (Halkier, 2008; Bryman, 2008). For at gøre det, skal vi som forskere sikre os, at de metodiske valg, vi foretager, hænger sammen med problemstillingens overordnede vidensinteresse. Specialets vidensinteresse er at undersøge, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige. Med anvendelse af mixed methods har vi kombineret empirisk materiale, der kan forbindes til specialets problemstilling. Samtidig har vi inddraget teoretiske perspektiver, der er relevante for problemstillingens kontekst, heriblandt teorier vedrørende PS, samfundskontekst, medielandskabet og tendenser i unges mediebrug. Således har vi med specialets forskningsdesign søgt at anvende relevante metodiske og teoretiske tilgange for at belyse vores vidensinteresse med forskellige indgangsvinkler og konkret undersøge det, vi med specialet intenderer. Endnu et kriterium for validitet er, at deltagerne repræsenterer den kontekst, man vil undersøge (Halkier, 2008). Eftersom forskningsrapporterne fra den sekundære analyse netop ikke beskæftiger sig med den pågældende aldersgruppe, kan validiteten af denne empiri betvivles. Med afsæt i Brymans (2008) *Offset*-begreb fra mixed methods, har vi forsøgt at veje op på denne bias med specialets fokusgruppeempiri. Her fandt vi en rekruttering af deltagere

inden for det eksakte aldersinterval nødvendig for at repræsentere den kontekst, vi med specialet beskæftiger os med. Interviewene gav os dels en mulighed for at beskæftige os med den præcise aldersgruppe, specialets problemstilling vedrører, og dels tillod metoden at nuancere de unges argumentation for deres mediebrug og dermed få en dybere forståelse for deres mediebrug og – interesser. Således vurderer vi, at specialets fokusgruppemetode har styrket specialets validitet.

Reliabilitet handler inden for samfundsforskningen om at skabe gennemsigtighed i den måde hvorpå, man har produceret viden (Halkier, 2008). For læseren skal det fremstå, hvorledes undersøgelsen er produceret samt bearbejdet: altså hvilket håndværk der ligger bag. Undersøgelsens validitet afhænger af reliabiliteten, da den ikke kan være valid uden også at være pålidelig (Bryman, 2008). Ud fra dette tankesæt har vi gennem specialet fremlagt og argumenteret for de valg, vi har taget for at skabe transparens, mens vi samtidig har stillet os kritiske over for analytiske valg undervejs. I specialets metodeafsnit har vi fremhævet og reflekteret over relevante metodiske faktorer fra den sekundære analyses rapporter for at styrke reliabiliteten af vores sekundære analyse (Bilag 7). For at understøtte reliabiliteten af vores samlede empiriske materiale har vi i specialets metodeafsnit samt i nærværende metodiske refleksion haft til hensigt at skabe en håndværksmæssig systematik, så det for læseren fremstår, hvordan og hvorfor vi har udvalgt, gennemført og bearbejdet vores empiri (Halkier, 2008).

Refleksivitet er et andet kriterium, der er relevant for os at tage i betragtning og er beslægtet med reliabilitet. Foruden, at vi som forskere skal være gennemsigtige omkring vores refleksioner, indebærer refleksivitetskriteriet også vores egne erfaringer og forskerpositions betydning for undersøgelsen (Justesen & Mik-Meyer, 2010). Vi er opmærksomme på, at vores tilstedeværelse under fokusgruppeinterviewene også har haft en betydning for det kollektive rum og den sociale interaktion, der har udspillet sig. Dermed har informanternes refleksioner, udtalelser og handlinger været påvirket af vores deltagelse i interaktionen, og det er muligt, at de siger, hvad de tror, vi vil høre frem for deres egentlige opfattelser. Eksempelvis sker det både i fokusgruppe B og C, at enkelte informanter kommenterer på vores fokus på DR til sidst i interviewene. Nadia spørger ”har DR noget med det at gøre”, og siger kort tid efter ”DR har noget med det her at gøre kan jeg mærke [...]” (Bilag 4, s. 32). Ligeledes siger Christen: “[...] er i sikker på i ikke arbejder for DR [...] eller staten eller sådan noget fordi i talte meget om det” (Bilag 5, s. 34). Med denne refleksivitet omkring vores mulige tilknytning til DR er det muligt, at informanterne har udtalt sig på baggrund af, hvad de tror, vi gerne vil have dem til at sige om DR, eller hvad de selv tror er bedst at sige om deres forhold til DR i denne situation. Vores uundgåelige positionering i undersøgelseskonteksten betragtes dog ikke som en bias, men som et vilkår og en betingelse for empiriproduktionen (Justesen & Mik-Meyer, 2010).

Halkier (2008) påpeger, at validiteten ligeledes kan vurderes ud fra, hvor overbevisende ens argumentation er for sammensætningen af projektets analytiske design. Vi har i afsnittet "Kombination af kvantitativ og kvalitativ tilgang" argumenteret for vores anvendelse af en mixed methods-tilgang med henblik på at undersøge og besvare specialets problemstilling så fyldestgørende som muligt inden for praktikaliteternes rammer.

Vi finder det desuden relevant at understrege fordele og begrænsninger ved at anvende fokusgruppeinterviewet som primær metode til undersøgelse af specialets problemstilling. Vores refleksioner herom har vi løbende noteret i afsnittet "Fokusgruppeinterview", men vi vil i det følgende uddybe en af de væsentligste årsager til at vores valg faldt på fokusgruppemetoden.

For at nå til en forståelse af nærværende aldersgruppes mediebrug med henblik på at specificere et PS-indhold til de 13-15-årige, så vi, at vi kunne drage nytte af at kigge nærmere på, om de unges medieinteresser er kollektivt influeret. Her er en styrke ved fokusgruppeinterviews, at de er gode til at producere data om mønstre i indholdsmæssige betydninger i gruppers beretninger. I fokusgruppeinterviewene kunne vi dermed betragte, hvorvidt der var fællestræk for deltagernes mediebrug samt iagttagelse, når deltagerne havde forskelligartede interesser og brug inden for medier og medieindhold. Ligeledes kunne vi betragte, når deltagerne vurderede og forhandlede deres opfattelse af medier og medieindholds betydning. Vi så eksempelvis, at der var forskel på deltagernes opfattelse af, hvad der er et stort eller mindre aktivitetsniveau på sociale medier. Det tydeliggøres i fokusgruppe B i følgende sekvens, hvor der tales om Instagram:

M: ja hvad ligger du også meget op selv så

Luna: nej nej det ved jeg ikke måske lidt

M: måske lidt hvad vil det sige?

Luna: måske to billeder om ugen eller sådan noget lignende

Anthony: det er sgu da fucking meget i forhold til Instagram. (Bilag 4, s. 5)

Den sociale vurderingsproces omkring deltagernes mediebrug blev dermed tydeliggjort i udførelsen af fokusgrupperne.

I forbindelse med validitet kan generaliserbarhed også vurderes. Den typiske form for generalisering baseres på kvantitativ data, eksempelvis fra vores sekundære analyse (Bilag 7). Generaliseringen foregår hermed på baggrund af et datamateriale, der repræsenterer et større udvalg af mennesker, hvorfra der opstår mønstre på tværs af svar og udtalelser (Halkier, 2008). Generaliserbarhed forholder sig anderledes, når det gælder kvalitativt datamateriale. I dette speciale er empirien produceret via en mindre gruppe af mennesker, der er udvalgt for at matche problemstillingens specifikke kontekst. Generaliseringen inden for kvalitativ metode handler om at udtale

sig om sociale kategorier, hvor forskeren generaliserer analytisk ved hjælp af datamaterialets variable. Eksempelvis fremgik det af analysen, at der blandt flere deltagere var en sammenhæng mellem at se traditionelt flow-tv i selskab med familien. På baggrund af flere deltageres udsagn omkring hvordan og med hvem, de ser traditionelt flow-tv, kan vi analytisk generalisere os frem til en forbindelse mellem traditionelt flow-tv og den familiære kontekst.

Samtidig opstår der også et spørgsmål om repræsentativitet, da vores fokusgruppeempiri ikke kan vurderes som nationalt repræsentativt. Det skyldes dels antallet af informanter og dels deres fælles geografiske placering i Københavnsområdet. Denne bias hjælper specialets sekundære analyse med at veje op på (Bilag 7), da vi har argumenteret for datasættets større nationale repræsentativitet. Med afsæt i den sekundære analyse af et forholdsvist repræsentativt datasæt til udarbejdelse af spørgeguiden, var det vores hensigt, at de kvalitative fokusgruppeinterviews skulle nuancere nogle mere repræsentative tendenser inden for unges mediebrug. Samtidig har vi implementeret resultaterne fra den sekundære analyse i analysedel 1 og 3 for at finde sammenhæng og mønstre i de unges mediebrug med indflydelse fra de forholdsvist repræsentative data.

Som angivet i ovenstående er der flere former for kriterier at vurdere undersøgelsens kvalitet ud fra, og de angivne er kun en del af dem. I dette afsnit har vi uddybet dem, vi finder mest relevante i besvarelsen af specialets problemstilling samt i udvalgte metoders henseende. Med specialets primære forankring i den kvalitative metode er det hverken muligt eller ønskværdigt at vurdere specialets kvalitet ud fra en objektiv skala. De tilvejebragte vurderingskriterier har derimod til hensigt at skabe transparens og således klargøre undersøgelsens position for læseren, som på baggrund heraf har mulighed for at anskue undersøgelsens kvalitet.

5.2 Konklusion

I dette afsnit vil vi samle op på resultaterne fra analysen af specialets empiriske materiale for at besvare specialets problemformulering:

Med inddragelse af DR ønsker vi at undersøge, hvorvidt der kan specificeres et public service-indhold rettet mod de 13-15-årige?

For at besvare problemformuleringen har vi set nærmere på, hvad der karakteriserer de 13-15-åriges mediebrug og hvorledes DRs tjenester og indhold indgår heri. Samtidig har vi undersøgt hvilke rammer, DR har som PS-virksomhed og hertil, hvorledes DR efterlever deres PS-forpligtelser.

I analysedel 1 undersøgte vi mønstre i de 13-15-åriges mediebrug med afsæt i fokusgruppeinterviews kombineret med resultater fra en sekundær analyse af andre forskeres og medieinstitutioners forholdsvist kvantitative datasæt. Ud fra denne undersøgelse fandt vi to iøjnefaldende mediebrugsmønstre: et differentieret mediebrug baseret på individuelle interesser samt det sociale element. Det differentierede mediebrug blev tydeliggjort i fokusgruppeinterviewene, hvor en bred variation af medieindhold indikerede forskellige præferencer informanterne imellem. Derfor har vi opnået en erkendelse omkring, at de 13-15-årige navigerer ud fra egne interesser i deres brug af medier og medieindhold. Det sociale element er et mønster, vi først og fremmest har identificeret på baggrund af de 13-15-åriges betragtelige interesse for sociale medier. Det skyldes både den stigende popularitet af sociale medier blandt unge, som den sekundære analyse indikerer, samt informanternes talrige angivelser af forskellige sociale medier, de bruger.

Specialets formål med analysedel 2 var at forstå de fremanalyserede mediebrugsmønstre fra analysedel 1 ved at belyse og nuancere relevante sekvenser og citater fra fokusgruppeinterviewene med inddragelse af teoretiske bidrag. Hvad angår mønsteret omhandlende det differentierede mediebrug, oplever vi, at informanterne udviser en stillingtagen til deres mediebrug, og er i stand til at selekttere i medielandskabet ud fra egne interesser. Denne tilgang til mediebrug ser vi hviler på netværkssamfundets og konvergenskulturens mange muligheder, hvor internettet og mediernes udvikling har medvirket til, at unge i dag kan tilrettelægge et unikt mediebrug. Vi har argumenteret for, at generationsbetragtninger af de unge som "de digitale indfødte" kan have tendens til at skære de unge over én kam, da unges udgangspunkt for mediebrug ikke nødvendigvis er ens. Dog antydes det, at netværkssamfundet og konvergenskulturen i tiltagende grad skaber ensartede digitale vilkår for mange.

Med analysens andet mønster konstaterer vi, at de 13-15-åriges mediebrug i overvejende grad er kendetegnet ved et socialt element. Det ses eksempelvis ved, at informanterne ser traditionelt flow-tv tilknyttet en familiær kontekst. Samtidig ses det sociale element ved de unges hyppige brug af sociale medier, hvortil vi erfarer, at de af informanterne blandt andet bruges til at vedligeholde og skabe venskaber samt tilgå nye interessebaserede fællesskaber. Vi har vurderet, at informanterne navigerer og deltager i fællesskaber på internettet; heri er omdrejningspunktet for fællesskabet muligvis koncentreret omkring den enkeltes individuelle interesse frem for en enestående intention om fællesskab. Grundet alder, livssituation og kulturel kontekst argumenterer vi for, at informanterne også indgår i fællesskaber, der ikke nødvendigvis er så radikalt forankret i de individuelle interesser. Med inddragelse af teori omkring neostammer udleder vi, at informanterne agerer i udvalgte interessefællesskaber, der giver mening for den enkeltes smagspræferencer. Hertil bemærker vi, at disse interessefællesskaber samt deres differentierede mediebrug giver anledning til refleksion omkring, hvorledes det for DR er hensigtsmæssigt at anskue målgruppesegmentering ud fra andre faktorer end alder.

I analysedel 3 så vi ud fra empiriske uddrag, at informanternes forhold til DR er sparsomt. Det fremgik, at de fleste ved, hvad det er, men kun få bruger DRs tjenester og indhold.

I analysedel 4 uddybede vi indledningsvist, hvilken status DR har blandt de 13-15-årige, med inddragelse af citater fra informanterne. Vi erfarer hermed, at de ikke vil associeres med det image, DR har. Samtidig fremgår det, at DR forbindes med at være en tv-station, samt at informanterne ikke er interesserede i, at DR målretter en tv-kanal til aldersgruppen. Dels fordi DR ikke tiltaler dem, og dels fordi de ikke vil henvendes til som en (specifik) gruppe af "unge". Med iagttagelsen af aldersgruppens beskedne brug af DRs indhold har vi diskuteret vi, hvorvidt dette billede også gælder andre unge end de 13-15-årige.

Endvidere var et fokuspunkt i analysedel 4 at undersøge, hvorledes DR som PS-virksomhed lever op til sine forpligtelser over for de 13-15-årige. DR er i henhold til radio- og fjernsynslovens § 12 forpligtet til at udøve PS over for hele befolkningen; et forhold der også inkluderer de 13-15-årige. DR skal levere PS ved at afspejle danskernes mediebrug og følge medieudviklingen, men vi vurderer, at DR i flere henseender ikke lever op til sine forpligtelser som PS-virksomhed. Årsagen hertil skal dels findes i, at de 13-14-årige ikke er inkluderet i målgruppedefinitionerne på DR Ultra og DR3, og dels i at aldersgruppen kun har et beskedent brug af DRs tjenester og indhold. Vi vurderer, at der er en risiko for, at DR taber en "generation", hvis DR ikke evner at afspejle aldersgruppens mediebrug. Dermed pointerer specialet ud fra diskussion og argumentation i analysedel 4, at DRs eksistensberettigelse er under pres med udgangspunkt i de 13-15-årige.

På baggrund af ovenstående resultater kan vi konkludere, at det er muligt at specificere et PS-indhold til de 13-15-årige inden for de rammer, DR har som PS-virksomhed. I udarbejdelsen af PS-indhold til denne aldersgruppe må der tages forbehold for det differentierede mediebrug og det sociale element, som en nødvendig forudsætning for at skabe PS-indhold, der interesserer aldersgruppen. Derfor kan DR med de rette tiltag - her underforstået en afspejling af aldersgruppens præferencer for medier og medieindhold - gøre sig attraktiv for og skabe vedkommende PS-indhold til de 13-15-årige danskere.

5.3 Strategiske anvisninger til DR

I specialet har vi frembragt en analyse af modtagerens mediebrug i relation til DR som PS-virksomhed, for at undersøge, hvorvidt der kan specificeres et PS-indhold til de 13-15-årige. Vi vil nu tage skridtet videre og bringe disse indsigter i spil for at indikere, hvordan DR som afsender kan komme i kontakt med aldersgruppen og gøre dem til brugere af DRs indhold. Vores strategiske anvisninger er baseret på nogle formodninger om, hvad der kan lade sig gøre for DR, dog uden at vi forholder os til DRs budgetmæssige rammer. De vil naturligvis være en væsentlig faktor for, hvad der reelt er muligt. Derfor illustrerer anvisningerne vores forestillede realiserbare bud på, hvordan DR kan fange aldersgruppens opmærksomhed og afspejle deres mediebrug.

Når vi ser på aldersgruppens to fremtrædende mediebrugsmønstre, er der en række forhold, der karakteriserer aldersgruppens adfærd som erfarne mediebrugere. Disse forhold¹¹ ser vi som pejlemærker for den type medier og medieindhold, DR kan inkludere for at fange aldersgruppens interesse. De opsummeres i tre punkter:

- Medier med indholdsstyring foretrækkes
- Styres af egne interesser
- Det sociale element

Med disse tre forhold in mente vil vi give nogle anbefalinger til dels hvilke former for medier og dels hvilke typer af medieindhold, DR kan satse på for at gøre sig attraktiv for aldersgruppen, afspejle deres mediebrug og opfylde forpligtelserne som PS-virksomhed. Med anvisningerne tager vi os friheden til at tænke i nye baner for DR.

¹¹ Disse forhold skal betragtes med forbehold for, at ikke alle informanter har samme udgangspunkt for mediebrug. Som tidligere nævnt så vi eksempler på informanter, der indimellem sætter pris på at lade fjernsynet styre, hvad de skal se via flow-tv'ets programplanlægning. Adgangsmuligheder og -begrænsninger i hjemmet er ligeledes et forbehold, der spiller ind på de unges mediebrug.

Tidligere så vi, at DR associeres med traditionelt flow-tv og "fjernsyn", og at DR betragtes som en tv-station. At DR associeres til at være en "tv-station" influerer formentlig det image, DR har, og er ikke et image, der lader til at tiltale aldersgruppen. Derfor ser vi, at DR må gentænke sin position over for aldersgruppen og unge i det hele taget. Først må der udtænkes en type platform, der adskiller sig fra det traditionelle tv-medie, for at bryde med det image, DR har på sig. Ideen om at oprette en tv-kanal for aldersgruppen ser vi ikke som en holdbar løsning, idet flere informanter udtrykte en skepsis ved tanken. Det er centralt at udtænke et univers - i henhold til specialets begrebsapparat et medieindhold - der svarer til informanternes mediebrug.

I analysen konstaterede vi, at internettet er omdrejningspunkt for både de 13-15-åriges og generelt de unges mediebrug. Derfor ser vi en fordel i at skabe et internetbaseret site, der kan tilgås fra flere forskellige medier; eksempelvis på computeren via et internetsite og i app-format på iPad og mobiltelefon. Her kan der med fordel drages på den netop lancerede Ultra app, der er et digitalt univers og svarer til det indhold, der er på DR Ultras site på dr.dk (DR, 2016).

Med udgangspunkt i det første forhold ser vi, at medier med indholdsstyring er at foretrække, hvilket stiller krav til platformens design. Platformen, som vi har navngivet "HUBA"¹² må levere et bredt udvalg af medieindhold, således at en bred variation af interesser sikres og den enkelte kan vælge medieindhold ud fra egne præferencer. Dermed tages der højde for det andet forbehold; at mediebruget styres af individuelle interesser. Som vi har set flere eksempler på, er ungdommen svær at afgrænse aldersmæssigt, men er en livsperiode, hvor forskellige fællesskaber bruges til at afsøge identitet. Denne pointe bakker op omkring, at der må sikres et bredt udbud af medieindhold, således at brugere kan indgå i forskellige smagsfællesskaber.

Før vi går videre til denne hypotetiske opbygning af HUBA, må vi vende tilbage til en tidligere pointe: hvorvidt er alder en hensigtsmæssig faktor, når man segmenterer en given målgruppe? Med indsigter fra fokusgruppe C erfarede vi, at DR ikke skal forsøge at ramme aldersgruppen som gruppe, fordi de ønsker at være forskellige og ikke vil kategoriseres som samlet som "unge". De vil skille sig ud fra det mainstream og have "unikke" interesser. Samtidig indikeres det med Zaccarias' kommentar om, at tv-stationer kun laver "lort" i det øjeblik, de målretter sig til ungdommen, at DR vil opleve vanskeligheder i at nå denne aldersgruppe, hvis det italesættes eksplicit, at "de unge" er målet. Derfor ser vi, at det for DR er en idé ikke at offentliggøre eventuelle målgruppedefinitioner baseret på alder. Vi vurderer, at dette perspektiv har en særlig betydning i formidlingen og markedsføringen af HUBA, således at produktet ikke placeres i en aldersmæssig kasse, men at det er det indholdsmæssige, der promoveres. Dermed kan brugere,

¹² Navnet er her tilfældigt udvalgt, men bør af DR overvejes grundigt for at tiltrække aldersgruppen. Dette eksempelvis ved at teste en række navne blandt repræsentanter af aldersgruppen.

der finder indholdet relevant, identificere sig med HUBA, og ikke lade sig påvirke af en aldersetik. Med platformen på plads, vil vi nu se nærmere på udbuddene på HUBA.

Som vi så i analysedel 1 placerer aldersgruppens præfererede medieindhold sig i forskellige kategorier. HUBA må repræsentere et udvalg af indholdsmæssige kategorier for at sikre, at indholdet matcher brugernes interesser bredt. Ideelt set vil alle kategorier være repræsenteret på HUBA; sociale medier, læringsindhold, spil, video, streaming, musik, hjemmesider, tv og øvrige. For at vende tilbage til DRs forpligtelser i relation til de fremanalyserede kategorier af medieindhold, ses det i PS-kontrakten, at DR har til opgave at levere et bredt udbud af programmer og tjenester jf. afsnittet "Rammer for DR som public service-virksomhed". Vi vurderer, at kategorierne kan sidestilles med flere af de områder, DR er forpligtet til at levere PS-tilbud inden for. Ideelt set skal det sikres, at de områder, som DR skal levere programmer og tjenester inden for, inkluderes på tværs af udbuddene på HUBA.

Det kan være vanskeligt for DR at konkurrere med nogle af de mest populære mediebrands som Facebook og YouTube, der har en unik position internationalt, men vi vil argumentere for, at DR både kan lade sig inspirere og kopiere nogle af de funktioner, de repræsenterer. Vi vil i det følgende tegne en skitse af, hvordan konceptet kan se ud med fokus på de fire mest fremtrædende kategorier.

Først og fremmest er det nødvendigt at sikre en række sociale elementer, der kan aktiveres ved brug af indholdet på HUBA med afsæt i den populære kategori: sociale medier. HUBA skal ikke kun være et socialt medie, men der skal være funktioner tilknyttet sitet, der skaber mulighed for interaktion mellem brugere. Det sociale aspekt kan opnås ved oprettelse af en HUBA-profil eller ved log-in til sitet via synkronisering med sin Facebookprofil, idet, det er et medieindhold, de 13-15-årige allerede favoriserer. Det kan også være en mulighed at tilgå sitet uden profil; mulighederne er mange. Med profil-funktionen vil likes og kommentarer være elementer, som genkendes fra Facebook, der kan aktiveres for at skabe social aktivitet blandt brugerne. Flere funktioner kan tilføjes for at understøtte det sociale element; konkurrencer, brugeres ideer til indhold, blogindlæg fra brugere, debatter og chat med kendte eller nøglepersoner fra sitets indhold. På denne måde får brugerne mulighed for at gå i "dialog" med HUBA, og dermed DR, hvilket i højere grad vil engagere brugerne som interessenter, deltagere og medskabere end blot modtagere; netop en strategi Europarådet anbefaler, når det omhandler PS-tjenester til unge.

Læringsindhold er en kategori, der åbner op for mange muligheder. Vi så blandt informanterne, at flere medier og medieindhold var i spil: nogle bruger YouTube, andre bruger særlige apps og Google Drev som online lagringsplatform i skolesammenhæng. En mulighed kunne være at lave minidokumentarer i et anderledes format - eksempelvis animation – hvor formålet er: "Lær alt om

2. verdenskrig på 5 minutter” eller ”Forstå danske politiske partier på 3 minutter”. Vores vurdering er, at det er vigtigt, at formatet formidles i øjenhøjde med de unge, dog uden at det, som nævnt tidligere, italesættes eksplicit, at det er målrettet netop denne aldersgruppe. En anden måde at tilbyde læring på kan være med ugentlige nyhedstests, hvor brugere (med eller uden profil) kan teste deres viden i ”ugen-der-gik” med fokus på nyheder. Et socialt element hertil kunne være, at den bruger med størst score bliver rangeret i en bjælke ved siden af testen, og at vinderen får en præmie, enten på ugentlig eller månedlig basis. Samtidig vil der med tests indgå et spilelement, som, vi har set, er attraktivt for aldersgruppen.

Spil er en kategori, der kan være svær for DR at omfavne. Det skyldes, at spil er en industri for sig, hvor den tekniske udvikling er kompleks og for DR sandsynligvis en udfordring at hamle op med. Her tænker vi på spil som informanterne nævner, eksempelvis GTA, FIFA og Counter Strike, der er højtrangerede spil typer på internationalt plan. Dog ser vi, at DR kan spille en rolle inden for denne kategori, hvis de anlægger en mindre avanceret strategi for spillets tekniske niveau. Samtidig er det vigtigt, at spillet har et socialt element indlejret, så brugere kan udfordre andre og måle score i forhold til hinanden.

Video er en kategori, der mest af alt omhandler informanternes brug af YouTube, hvor flere former for indhold fanger deres interesse: lytte til musik, se musikvideoer, se sjove videoer, se challenges, se videoer om beauty og følge YouTube’ere. En oplagt mulighed er, at HUBA også rummer et univers forbundet med YouTube, hvor der er udvalgt relevante videoer til HUBAs brugere. Således vil DR gå ind og være brugernes bindeled til nyt musik, fede musikvideoer, aktuelle challenges og sjove videoer etc. Derudover kan DR samarbejde med såkaldte YouTube’ere, der interesserer aldersgruppen, for at navigere de unge fra YouTube til HUBA. Her kan den danske YouTube’er Armin være en mulighed at indgå samarbejde med, men også internationale YouTube’ere vækker aldersgruppens interesse og kan være en mulighed for DR at inddrage, hvis det er økonomisk muligt.

Foruden disse fire kategorier vil vi knytte en kommentar til traditionelt flow-tv og streaming. Vi ser stadig, at DR kan producere det, der kendes som traditionelle programmer til tv og streaming. Denne type af medieindhold ser vi også kan udgives via streaming på HUBA. Et koncept som HUBA tilbyder medieindhold i mange formater via en fleksibel platform sammenlignet med programmer distribueret via traditionelt flow-tv. Derfor kan de programmer, som produceres til HUBA eksempelvis være serier eller tema-videoer, som adskiller sig fra en planlagt programflade, der kendes fra traditionelt flow-tv.

For at HUBA opnår succes må der være fokus på konstant udvikling i universet; emner og medieindhold skal være foranderlige og aktualiteten skal være stor. Det bunder i, at brugerne bør

have mulighed for at tilgå nye smagsfællesskaber, så de kan afprøve forskellige interesser løbende. HUBA som koncept kan udbygges med de resterende kategorier, men af kapacitetsmæssige årsager vil vi lade ideerne ligge for nu og henlede opmærksomheden til den sidste anvisning, vi har til DR.

Som tidligere set tiltaler DRs image ikke aldersgruppen. Hvis HUBA skabes ud fra ovenstående betragtninger, så har HUBA, hypotetisk set, et grundlag for at fange aldersgruppens opmærksomhed med afsæt i specialets analytiske fund. Næste skridt er at lancere sitet og brande DR på ny. Her har DR en vigtig opgave i at gøre sig attraktiv og interessant for de unge.

Vores anvisninger er et øjebliksbillede af, hvordan DR kan komme i kontakt med aldersgruppen og få dem til at involvere sig i DRs medieindhold. Årsagen hertil er, at når et koncept har medier som omdrejningspunkt, må udviklingen betragtes som konstant. Derfor må der tages forbehold for, at HUBAs koncept indeholder en fleksibilitet i dets design, og har en ambition om at følge og modsvare udviklingen.

5.4 Perspektivering

I nærværende perspektivering vil vi reflektere over, hvorledes en afsenderorienteret tilgang kan supplere til besvarelse af specialets problemformulering. Specialets undersøgelsesdesign er bygget op omkring modtagerens perspektiv, hvorfor konklusionen også må forstås som et resultat heraf. Vi vil argumentere for, at et større fokus på, samt inddragelse af, DR, kan bidrage med væsentlige empiriske og analytiske perspektiver til yderligere forskning på området.

Ud fra specialets angivne modtagerperspektiv har vi blandt andet konkluderet, at DRs indhold kun bruges af de 13-15-årige i beskeden grad og i flere henseender ikke lever op til deres PS-forpligtelser. Dette mener vi vil være oplagt at udforske nærmere ved at inddrage DRs indhold i forskningsprocessen. Her ser vi, at tekstnære analyser af eksempelvis udvalgte DR-programmer kombineret med receptionsforskning kan være interessant for at spore undersøgelsen nærmere ind på aldersgruppens reception af programmerne. Der kunne eksempelvis være tale om en kvalitativ indholdsanalyse af udvalgte programmer, der enten inkluderer eller nærmer sig aldersgruppen. Denne undersøgelse kunne følges op af receptionsforskning med inddragelse af informanter fra aldersgruppen for at skabe en forståelse for, hvordan disse modtagere afkoder og opfatter programmerne samt skaber mening heri. Det ville være relevant at studere modtagerne med en eller flere forholdsvist kvalitative tilgange for at iagttage deres forståelser og tolkninger af udvalgte programmer. Observation af aldersgruppens eksponering for programmerne kan bidrage til undersøgelsen med informanternes intuitive reaktioner, udtalelser og handlinger

løbende, mens de eksponeres for programmerne. Opfølgende dybdeinterviews med informanterne hver især kan med fordel give anledning til at forstå informanternes refleksion af programmerne upåvirket af andre i situationen.

Endvidere ville specialets konklusion være spændende at belyse og nuancere med et afsenderperspektiv med inddragelse af DR som skaber og formidler af PS-indhold. Nok har vi konkluderet ud fra et modtagerperspektiv, at aldersgruppes brug af DRs tjenester og indhold er beskedent, men på baggrund af specialets undersøgelse kender vi ikke til DRs synspunkt herom og eventuelle strategi på området. Derfor vurderer vi, at dybdegående interviews med DR-ansatte, der er centrale inden for forskningens kontekst, eksempelvis B&U¹³-chef Rasmus Ladefoged samt DRs generaldirektør Maria Rørbye Rønn, kan bidrage med DRs strategiske overvejelser herom og flere væsentlige perspektiver på problematikken.

I specialets forskningsreview angives teori om tværmedialitet som et strategisk fravalg grundet teoriens afsenderorienterede perspektiv. Dette fokus ser vi i denne sammenhæng som en fordel, hvorfor en inddragelse af Bechmann Petersen og Rasmussens (2007) redigerede litteratursamling om tværmedialitet synes oplagt. Således kan DRs indsatser på børn- og ungeområdet samt udtalelser herom analyseres i et tværmedialt perspektiv blandt andet for at vurdere, om deres indsatser faktisk følger medieudviklingen og udnytter de mange digitale muligheder, herunder platforme og kanaler, aldersgruppen gør brug af.

¹³ Børn & Unge afdelingen

Litteraturliste

- Aarsund, P. (2013). Children's digital gaming cultures. I D. Lemish (red.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media* (s. 120-126). Oxon, England: Routledge
- Asmussen, V. E. (2007). Lovens rammer for public service. I M. B. Carstensen, F. Svith, & P. Mouritsen (red.), *DR og TV 2 – i folkets tjeneste?* (s. 53-68). Århus N, Danmark: Forlaget Ajour.
- Bay, M., & Ralund, J. S. (2008). *Generation netværk: Version 1.5* (2. udg.). DR.
- Bechmann Petersen, A., & Rasmussen, S. K. (red.). (2007). *På tværs af medierne*. Århus N, Danmark: Forlaget Ajour.
- Berlingske Nyhedsbureau. (2014, 8. januar). *DRs ungdomskanal rammer langt forbi målgruppen*. Berlingske. Hentet fra <http://www.b.dk/nationalt/drs-ungdomskanal-rammer-langt-forbi-maalgruppen-0>
- Boesen, S. (2012, 4. Juni). *Medieforsker: DR gennemfører nødvendig omlægning*. Hentet fra <http://politiken.dk/kultur/medier/ECE1645162/medieforsker-dr-gennemfoerer-noedvendig-omlaegning/>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. Hentet fra <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf>
- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2015). Kvalitative metoder, tilgange og perspektiver: en introduktion. I S. Brinkmann & L. Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder*. (2. udg., s. 13-20). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.
- Bruhn Jensen, K. (2015). *Medier og samfund: En introduktion* (2. udg.). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.
- Bryman, A. (2008). *Social research methods* (3. udg.). New York, NY: Oxford University Press.
- Buch, R. (2010). Public hvad for noget?. I E. N. Svendsen (red.), *Public service – i praksis og i fremtiden*. (s.111-140). Århus N, Danmark: Forlaget Ajour.
- Carlsson, U., & von Feilitzen, C. (red.). (2006). *In the service of young people?: Studies and reflections on media in the digital age*. Göteborg, Sverige: The international clearinghouse on children, youth and media.
- Carstensen, M. B., Svith, F., & Mouritsen, P. (2007). Betalt af borgere, styret af politikere, udført af journalister og programmedarbejdere. I M. B. Carstensen, F. Svith, & P. Mouritsen (red.), *DR og TV 2 – i folkets tjeneste?* (s. 9-24). Århus N, Danmark: Forlaget Ajour.
- Castells, M. (2003a). *Netværkssamfundet og dets opståen*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Castells, M. (2003b). *Internet galaksen*. Århus C, Danmark: Systime.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society: Second edition with a new preface*. West Sussex: England: Wiley Blackwell.

Christensen, O., & Søndergaard, S. (2014). 4. Unge og medialisering. I G. S. Johannsen, & M. Petersen (red.), *Unge livsvilkår: Muligheder, risici og professionelle udfordringer*. (s. 68-87). København, Danmark: Akademisk Forlag.

Council of Europe. (2012, 15. februar). *Declaration of the Committee of Ministers on Public Service Media Governance*. Lokaliseret 5. oktober på <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1908241>

Cova, B., Kozinets, R. V., & Shankar, A. (2007). *Consumer Tribes*. (1. udg.). New York, USA: Butterworth-Heinemann.

Dale, A., Arber, S., & Procter, M. (1988). *Doing secondary analysis*. London, England: Unwin Hyman.

DR. (2013a, 20. september). *Skal du betale licens?*. Hentet fra <http://www.dr.dk/om-dr/licens/skal-du-betale-licens>

DR. (2013b, 13. september). *Hvad går licensen til?*. Lokaliseret den 23. marts 2016 på <http://www.dr.dk/om-dr/licens/hvad-gaar-licensen-til>

DR. (2013c, 11. december). *DRs historie 1925-1950*. Hentet fra <http://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/drs-historie-1925-1950>

DR. (2014). *DRs høringssvar til public service-udvalget*. Hentet fra <http://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/publikationer>

DR. (2015a, 9. juni). *DRs tv- og radiokanaler*. Lokaliseret den 29. august 2015 på <http://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/drs-tv-og-radiokanaler>

DR. (2015b, 9. december). *Public service*. Lokaliseret den 23. marts 2016 på <http://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/public-service>

DR. (2016, 23. marts). *DR lancerer ny app og nyt webunivers til børn*. Hentet fra <http://www.dr.dk/om-dr/nyheder/dr-lancerer-ny-app-og-nyt-webunivers-til-boern>

DR Medieforskning. (2014). *Medieudviklingen 2014: DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af de elektroniske medier*. Danmark: DR. Hentet fra https://www.dr.dk/NR/rdonlyres/6E40D722-3E66-4304-9800-076F3F7C2FEE/6062535/DR_Medieudviklingen_2014.pdf

Drotner, K., & Livingstone, S. (red.). (2008). *The international handbook of children, media and culture*. London, England: SAGE.

Finnemann, N. O. (2005). *Internettet i mediehistorisk perspektiv*. Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Frederiksen, M. (2015). Kap. 10: Mixed methods-forskning. I S. Brinkmann & L. Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder*. (2. udg., s. 197-213). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.

Giddens, A. (1996). *Modernitet og selvidentitet: selvet og samfundet under senmoderniteten*. København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag

Google. (2016). *Forældreressourcer*. Hentet fra <https://support.google.com/youtube/answer/2802272?hl=da>

Gregersen, K. (1992). *Dansk standard for udskrifter og registrering af talesprog* (2. udg.). Odense, Danmark: Institut for Sprog og Kommunikation, Odense Universitet. Hentet fra <http://audioprint.dk/wp-content/uploads/2012/09/Dansk-standard-for-udskrifter-og-registrering-af-thesesprog1.pdf>.

Hakim, C. (1982). Secondary analysis and the relationship between official and academic social research. I J. Goodwin (red.). (2012), *SAGE Secondary data analysis*. (s. 27-44). London, England: SAGE. Hentet fra <https://books.google.dk>.

Halkier, B. (2008). *Fokusgrupper* (2. udg.). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Halkier, B. (2015). Kap. 6: Fokusgrupper. I S. Brinkmann & L. Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder*. (2. udg., s. 137-151). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.

Harboe, T. (2006). Kap. 4: Kvalitative og kvantitative metoder. I *Indføring i samfundsvidenskabelige metoder* (s. 31-39). Frederiksberg C, Danmark: Forlaget Samfundslitteratur. Hentet fra [http://dannelse.pbworks.com/f/Harboe,+Thomas+\(2006\)+Kvalitative+og+kvantitative+metoder.pdf](http://dannelse.pbworks.com/f/Harboe,+Thomas+(2006)+Kvalitative+og+kvantitative+metoder.pdf)

Harste, G. (2007). Kap. 26: Tidsdiagnoser: Postindustrialisme, kulturkritik og netværkssamfund. I H. Andersen & L. B. Kaspersen (red.), *Klassisk og moderne samfundsteori*. (4. udg., s. 479-502). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.

Hendy, D. (2013). *Public service broadcasting*. Palgrave Macmillan.

Hjarvard, S. (2006). Tv-mediets halve århundrede. I S. Hjarvard (red.), *Dansk tv's historie* (s. 7-24). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier: Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg*. Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Illeris, K., Katznelson, N., Nielsen, J. C., Simonsen, B., & Sørensen, N. U. (2009). *Ungdomsliv: Mellem individualisering og standardisering*. Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Jakubowicz, K. (2006). Kap. 8: Hold fast i kernen, og lav så om på (næsten) alt det andet! Redefinering af public service broadcasting for det 21. århundrede. I F. Mortensen (red.). (2008), *Public service i netværkssamfundet*. (s. 251-282). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press

Jensen, K. O. (2016, 11. februar). *De unge er den store udfordring for DR*. Nordvestnyt Holbæk/Odsherred, s.6

Johannsen, G. S. (2014a). 1. Passageproblematikker som vilkår i en flydende modernitet. I G. S. Johannsen, & M. Petersen (red.), *Unge livsvilkår: Muligheder, risici og professionelle udfordringer*. (s. 12-29). København, Danmark: Akademisk Forlag.

Johannsen, G. S. (2014b). 5. Unge identitetsstrategier. I G. S. Johannsen, & M. Petersen (red.), *Unge livsvilkår: Muligheder, risici og professionelle udfordringer*. (s. 88-103). København, Danmark: Akademisk Forlag.

- Johannsen, G. S., & Petersen, M. (2014). Introduktion til unges livsvilkår. I G. S. Johannsen, & M. Petersen (red.), *Unge livsvilkår: Muligheder, risici og professionelle udfordringer*. (s. 6-11). København, Danmark: Akademisk Forlag.
- Jürgensen, J. (2013, 22. Januar). *DR's fornyelse er tom snak*. Hentet fra <http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/dr3-er-mama-om-igen>
- Justesen, L., & Mik-Meyer, N. (2010). Kap. 2: Kvalitetskriterier og kvalitative metoder. I *Kvalitative metoder i organisations- og ledelsesstudier*. (s. 37-52). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.
- Kaspersen, L.B., (2007). Kap. 23: Anthony Giddens. I H. Andersen & L. B. Kaspersen (red.), *Klassisk og moderne samfundsteori*. (4. udg., s. 425-440). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.
- Kiecolt, K. J., & Nathan, L. E. (1985). Introduction to secondary analysis of survey data. I J. Goodwin (red.) (2012), *SAGE Secondary data analysis*. (s. 21-26). London, England: SAGE. Hentet fra <https://books.google.dk>.
- Kobbernagel, C., Schrøder, K., & Drotner, K. (2015). *Danske unges museums- og mediebrug: Temaer og tendenser*. Odense M, Danmark: DREAM. Hentet fra <http://www.dream.dk/sites/default/files/communication/Danske%20unges%20museums-%20og%20mediebrug%20-%20digital.pdf>
- Kofod, A., & Nielsen, J. C. (2005). *Det normale ungdomsliv: Hverdagsliv, fællesskab, trivsel og fremtid*. København NV, Danmark & Odense C, Danmark: CEFU & Ungdomsringen. Hentet fra <http://www.cefu.dk/emner/forskning-publikationer/alle-publikationer/det-normale-ungdomsliv.aspx>
- Kulturministeriet. (u.å.a). *Public service-udvalget*. Lokaliseret den 18. marts 2016 på: <http://kum.dk/temaer/public-service-udvalget/>
- Kulturministeriet. (u.å.b). *Mediepolitisk aftale 2015-2018*. Hentet fra http://kum.dk/fileadmin/KUM/Documents/Kulturpolitik/medier/Mediaaftalen/Mediaftale_2014/Mediaftale_af_26_juni_2014endelig1.pdf
- Kulturministeriet. (2012). *Public service forskning*. Lokaliseret den 16. marts 2016 på: <http://slks.dk/medier/medieprojekter/arkiv/public-service-forskning/>
- Kulturministeriet. (2014, 18. december). *DRs Public Service Kontrakt for 2015-18*. Hentet fra http://kum.dk/fileadmin/KUM/Documents/Kulturpolitik/medier/DR/Public_Serviceaftale_2015-18/DR_public_service-kontrakt_for_2015-2018.pdf
- Kulturstyrelsen. (2015a). *Mediernes udvikling i Danmark 2015: Metoder 2015*. Danmark: Forfatter. Hentet fra <http://www.kulturstyrelsen.dk/mediernes-udvikling-2015/om-rapporteringen/metoder/>
- Kulturstyrelsen. (2015b). *Mediernes udvikling i Danmark 2015: Resumé 2015*. Danmark: Forfatter. Hentet fra <http://www.kulturstyrelsen.dk/mediernes-udvikling-2015/resume/>
- Kulturstyrelsen. (2015c). *Mediernes udvikling i Danmark 2015: Webtrafik 2015*. Danmark: Forfatter. Hentet fra <http://slks.dk/mediernes-udvikling-2015/webtrafik/>

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interview: Introduktion til et håndværk* (2. udg.). København K, Danmark: Hans Reitzels Forlag.

Lemish, D. (2013). Introduction. I D. Lemish (red.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. (s. 1-10). Oxon, England: Routledge.

Lim, S. S. (2013). Media and peer culture: young people sharing norms and collective identities with and through media. I D. Lemish (red.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. (s. 322-328). Oxon, England: Routledge.

Lindberg, K., & Jensen, H. J. (2014, 6. januar). *Unge klar til at droppe DR*. Hentet fra <http://www.b.dk/kultur/unge-klar-til-at-droppe-dr>

Livingstone, S. (2013). Children's internet culture: power, change and vulnerability in twenty-first century childhood. I D. Lemish (red.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. (s. 111-119). Oxon, England: Routledge.

Lowe, G. F., & Martin, F. (red.). (2014). *The value of public service media*. Göteborg, Sverige: Nordicom.

Lund, A. B., Nord, L., & Roppen, J. (2009). *Nye udfordringer for gamle medier: Skandinavisk public service i det 21. århundrede*. Göteborg, Sverige: Nordicom.

Maffesoli, M. (1996). *The times of the tribes: The decline of individualism in mass society*. London, England: SAGE.

Mesch, G. S., & Talmud, I. (2010). *Wired youth: The social world of adolescence in the information age*. East Sussex, England: Routledge.

Mikkelsen, S. V. (2012, 4. Juni). *DR reorganiserer sine tv-kanaler*. Hentet fra <http://www.mediefonen.dk/nyhed032012.htm>

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). 10. Making good sense: Drawing and verifying conclusions. I *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (s. 245-287). London, England: SAGE.

Morgan, L. D. (1997). *Focus groups as qualitative research* (2. udg.). London, England: SAGE.

Mortensen, F. (2008a). Kap. 1: Indledning. I F. Mortensen (red.), *Public service i netværkssamfundet*. (s. 9-30). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Mortensen, F. (2008b). Kap. 6: EU og statsstøtte til public service broadcasting 1992-2005. I F. Mortensen (red.), *Public service i netværkssamfundet*. (s. 183-232). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Nielsen, A. P., & Halling, J. B. (2006). Seeradfærd og seerpræferencer. I S. Hjarvard (red.), *Dansk tv's historie* (s. 331-362). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Ove Jensen, K. (2016, 11. Februar). De unge er den store udfordring for DR. *Nordvestnyt Holbæk/Odsherred*, s. 6.

Pedersen, H. M. (2015, 7. December). *DR nægter offentligheden indsigt i overordnede budgetrammer*. Hentet fra <http://www.jyllands-posten.dk/protected/premium/kultur/ECE8274840/DR-n%C3%A6gter-offentligheden-indsigt-i-overordnede-budgetrammer/>

Petersen, A., & Jacobsen, M. H. (2012). Kap. 8: Michel Maffesoli: Situationel sociologi, orgier og massesamfundets nye stammer. I M. Hviid Jacobsen, & A. Petersen (red.), *Samfundsteori & Samtidsdiagnose: En introduktion til sytten nyere samfundstænkere for det pædagogiske felt*. (s. 141-163). Unge Pædagoger.

Rahbek, B. (2013, 17. september). *Ungdomskanalen DR3 laver TV til de 46-årige*. Hentet fra <http://www.b.dk/kultur/ungdomskanalen-dr3-laver-tv-til-de-46-aarige>

Retsinformation. (2014a, 20. marts). Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. Hentet fra <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=161625>

Retsinformation. (2014b, 27. december). Bekendtgørelse om medielicens. Hentet fra <https://www.retsinformation.dk/forms/R0710.aspx?id=166986&exp=1>

Rønn, M. R. (2015, 10. September). Samarbejde er løsningen for medierne. Hentet fra <http://jyllands-posten.dk/debat/kronik/ECE8007857/Samarbejde-er-l%C3%B8sningen-for-medierne/>

Schleicher, A. (2014). 2. Unge mellem muligheder og begrænsninger. I G. S. Johannsen, & M. Petersen (red.), *Unges livsvilkår: Muligheder, risici og professionelle udfordringer*. (s. 30-47). København, Danmark: Akademisk Forlag.

Sepstrup, P. (2006). *Tilrettelæggelse af kommunikation*. (3. udg.). Århus, Danmark: Academica.

Steevers, J. (2013). Children's television culture. I D. Lemish (red.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. (s. 103-110). Oxon, England: Routledge.

Søndergaard, H. (2006). Tv som institution. I S. Hjarvard (red.), *Dansk tv's historie* (s. 25-64). Frederiksberg C, Danmark: Samfundslitteratur.

Søndergaard, H. (2010). Ny viden om public service. I E. N. Svendsen (red.), *Public service – i praksis og i fremtiden*. (s.215-241). Århus N, Danmark: Forlaget Ajour.

Thomsen, J. V. (2012, 4. Juni). *DR skærper sine tilbud til tv-seerne*. Hentet fra <https://www.dr.dk/presse/dr-skaerper-sine-tilbud-til-tv-seerne>

Thorsen, L. (2015, 30. Oktober). *DR-chef: »Jeg husker ikke, presset har været større«*. Hentet fra <http://politiken.dk/magasinet/interview/ECE2908016/dr-chef-jeg-husker-ikke-preset-har-vaeret-stoerre/>

TNS Gallup TV-Meter. (2015). *Seertal uge 12 (16. marts 2015 - 22. marts 2015)*. Hentet fra http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user_upload/pdf/PRM_Gallup_seertal/TNS_Gallup_seertal_uge_12_2015.pdf

Urban Dictionary. (2011). *Special Snowflake Syndrome*. Hentet fra <http://da.urbandictionary.com/define.php?term=Special+Snowflake+Syndrome>

Walter, B. K. (2005). *Konvergens og nye medier*. Århus, Danmark: Academica.

Werge, L. (2016, 2. Februar). *DJ: Public service er indhold og ikke form*. Hentet fra <http://www.altinget.dk/kultur/artikel/dj-public-service-er-indhold-og-ikke-form>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Introduktion til fokusgruppeinterviews

Bilag 2: Spørgeguide til fokusgruppeinterviews

Bilag 3: Interview med fokusgruppe A

Bilag 4: Interview med fokusgruppe B

Bilag 5: Interview med fokusgruppe C

Bilag 6: Samtykkeerklæringer fra informanternes forældre

Bilag 7: Sekundær analyse af andre forskeres og medieinstitutioners datasæt

Bilag 1: Introduktion

Information

Vi hedder Emilie og Marie og studerer Kommunikation på Aalborg Universitet i København. Vi er i gang med at skrive vores speciale/et projekt om, hvordan unge bruger medier og hvilke medier, unge bruger. Når vi siger medier, så kan det være rigtig mange ting, men vi vil understrege, at det er "digitale" (elektroniske og teknologiske) medier vi snakker om, og dermed ikke fx aviser og magasiner, man køber nede i kiosken. Det er tv, radio, smartphones, computere, spillekonsoller og meget andet.

Introduktionsrunde

- Allerførst tager vi lige en navnerunde... hvor I højt og tydeligt siger jeres navn.

Interviewet handler om

- Jeres brug af medier
- Jeres brug af medieindhold
- Jeres opfattelse af forskellige medier

Interviewet kommer til at vare maksimum 2 timer og bliver optaget på diktafoner. Vi vil tage lidt billeder med vores iPhones undervejs, når I skal lave nogle øvelser. Ingen andre end os kommer til at høre optagelserne.

Hvad der skal til at ske

- Det er ikke et helt normalt interview, som dem I måske ser i tv nogle gange; den måde, mange forbinder med at blive interviewet, hvor der hele tiden vil blive stillet en masse spørgsmål.
- Vi kunne rigtig godt tænke os, at det er jer, der taler meget og diskuterer med hinanden.
- Vi vil stille spørgsmål og lede jer på vej, hvis I kører ud af et sidespor, men I må også rigtig gerne hjælpe hinanden med i stedet for at vente på, at vi blander os.
- I skal bare slappe af og forestille jer, at I bare sad og snakkede om det her i et frikvarter.
- Vi er interesserede i få jeres erfaringer, oplevelser og holdninger omkring emnet.
- Husk at alle oplevelser og holdninger er lige vigtige, der er ikke noget, der er forkert, og der er bestemt ingen forventninger til svar eller nogen "forkerte" svar.

Emilie/Marie vil føre jer igennem samtalen med spørgsmål undervejs, og Emilie/Marie vil imens tage noter og til stille nogle ekstra spørgsmål undervejs.

- Generelt for interviewet; hvis I har nogle spørgsmål undervejs eller hvis I ikke forstår vores spørgsmål, så skal I endelig spørge. Det vigtigste for os er at høre, hvordan I bruger medier. Så I skal ikke være generte med at snakke løs og diskutere med hinanden, hvis I ikke er enige.
- En anden vigtig ting, I skal huske: sig navnet på det, I snakker om. Fx "snapchat er...." og ikke "det er..." - og så skal I også huske at sige "ja" og "nej" frem for at ryste på hovedet eller nikke. Det kan vi ikke høre på vores optagelser.

Debriefing

- Hvordan har det været at være med?
- Tusind tak fordi I gad være med. I var alle sammen super gode. I gav os en masse viden, vi kan bruge i vores projekt.

Bilag 2: Spørgeguide

1. Start-spørgsmål:

- Hvilke digitale medier bruger I for tiden? (computer, tv, mobil, radio, PlayStation)

Deltagerne får udleveret et stykke papir hver, hvor de skal de medier ned, de bruger mest for tiden.

- Nu har I skrevet flere forskellige ned, men hvilke bruger I mest?
- Hvorfor lige dem?

2. Start-spørgsmål:

- Hvilket medieindhold bruger I mest for tiden? (spil, hjemmeside, radioprogram/kanal, apps, program, serie, en kanal - men det kan også være en streamingside som fx Netflix)

Deltagerne får udleveret 10 stykker papir, hvor de skal skrive det medieindhold ned, de bruger. Bagefter skal de rangere dem ud fra hvilke, de bruger mest. Runde med følgende spørgsmål til hver enkelt:

- Hvorfor er det lige præcis dem her, du har udvalgt?
- Kontrastspørgsmål ift. deres modsatrettede prioriteringer af medieindhold.

3. Fællesskabet/det sociale element

- Bruger I sociale medier?
 - Hvilke bruger I og hvorfor bruger I dem?
 - Hvad kan sociale medier, som andre medier ikke kan?
 - Betyder fællesskabet noget for den måde, I bruger medier på? (fx snakke om en serie, man følger med i/være sammen uden at være sammen)
- Deler I indhold med andre fx venner?
 - Hvad deler I og hvilke medier bruger I til det?
 - Hvad giver det jer at dele indhold?
 - Deler I nogle gange noget fra DR?

4. Øvelse om mediebrands

Deltagerne skal sortere mediebrands med udgangspunkt i DRs medieforskningsrapport + andre rapporter. De 12 forskellige mediebrands lægges på bordet i midten af fokusgruppen og deltagerne skal danne sig et overblik. I en runde skal de hver især nævne dem, de bruger mest.

- Danmarks Radio
- Spotify
- Netflix
- YouTube
- MetroXpress
- Mads og Monopolet
- Sjit Happens
- Kanal 4
- Forbrydelsen
- Facebook
- Snapchat
- Instagram

Når alle har udpeget "deres" favorit mediebrands spørger vi:

- Hvorfor I har netop valgt dem? (jeg valgte X fordi)
- Hvad giver det dig at bruge X?
- Hvilken betydning har X for dig i din hverdag?

I denne øvelse er det vigtigt, at vi er opmærksomme på kontrastspørgsmål, der får deltagerne til at forklare og fortælle omkring deres meninger. Eksempelvis:

- Hvad kan Facebook som DR ikke kan?
- Netflix vs. Kanal 4
- Instagram vs. YouTube?
- Spotify vs. Mads og Monopolet? (radio)
- Vær ekstra opmærksom på at spørge ind til DR (især hvis ingen nævner DR)

5. DR Ultra, DR3

- Kender I DR3 og DR Ultra?
- Hvad forbinder I DR3 med?
- Hvad forbinder I DR Ultra med?
 - Hvilke programmer ser I på disse kanaler?
 - Streamer I programmerne eller ser I dem på tv?
 - Bruger I DR3s og/eller DR Ultras andre platforme? (DR3: instagram, Facebook, snapchat. DR Ultra: Instagram, Facebook, snapchat, hjemmeside).

6. Public service

- Ved I hvad public service er?
- Synes I, I kan bruge noget af det DR laver? (DR3, DR Ultra, DR1, radio etc.)

7. Spil

- Bruger I medier til at spille spil?
 - Hvilke medier? Computer, mobil, iPad?
 - Spiller I spil med/mod andre, eller er det noget I gør hver især?
 - Hvad giver det jer at spille spil?

8. Refleksion over mediebrug ift. alder

- Har jeres brug af medier ændret sig over de seneste år? (X fra I gik i 5.-6. klasse?)
 - Hvordan/hvorfor (har I eller medierne ændret sig)?
 - Bruger I medier anderledes end jeres ældre søskende? forældre?
 - Hvad med jeres yngre søskende?
 - Synes I selv, at jeres mediebrug skiller sig ud fra dem, der er ældre og yngre end jer?

9. Mediernes betydning i dag

- Hvordan bruger I medier på en helt almindelig dag?
 - Hvor meget betyder de og hvornår er de vigtige?
- Hvordan ville en dag uden nogen former for medier være?
 - Hvad ville I mangle?
- Kunne I forestille jer en dag uden at bruge nogle af DRs medier?

Bilag 3: Interview med fokusgruppe A

Dato: 7. Oktober 2015

Deltagere

Alberte A

Frederik

Sara

Anton

Rasmus

Henriette

Moderator: M

Suppleant: S

M: nu deler Emilie et stykke papir ud til jer hver så må I meget gerne skrive hvilke medier I bruger i øjeblikket. Og med medier er det ikke sådan indhold vi snakker ikke programmer og hjemmesider vi snakker mere ligesom dem jeg nævnte før det kan være lige præcis sådan nogle ting

Sara:

fjernsyn

Anton:

tv

Rasmus: så det er ikke sådan facebook og sådan noget

M: nej det kommer vi til senere lige nu er det mere sådan platforme. P. I har skrevet noget alle sammen nu kan jeg se jeg tænker vi lige tager en runde og lige så vi lige kan høre hinanden hvad der lige så vi kan høre hvad hinanden har skrevet ned. Så nu hvis Anton starter med at sige hvad du har skrevet ned

Anton: jeg har skrevet jeg bruger min telefon tv og så lidt computer.

M: Rasmus hvad havde du skrevet?

Rasmus: jeg har skrevet min telefon min computer og så tv og så også iPad

M: Hvad har du skrevet nu skal jeg lige det var Henriette ja?

Henriette: tv min telefon og så iPad og en lille smule radio

M: og Alberte hvad har du skrevet?

Alberte: jeg har skrevet telefon computer tv og iPad

M: og Frederik

Frederik: ja jeg har skrevet telefon pc og så konsol ps4 ting

M: ja og Sara

Sara: jeg har skrevet mobil tv og radio

M: nå men nu har I skrevet flere forskellige ting hvad bruger I mest af de her er der et eller måske to I kan pege ud I bruger allermest?

Anton: jeg bruger nok mest min telefon eller også jeg glemte faktisk at sige det før men jeg hører faktisk også rimelig meget radio oppe på mit værelse

M: okay. Hvad hører du i radioen så?

Anton: så hører jeg bare musik og sådan noget. Den er næsten bare tændt hele tiden og nogle gange tænker man det der lyder meget spændende så hører man lige ellers kommer der en god sang eller et eller andet og så

M: ja hvilken radiokanal hører du eller er der flere?

Anton: jeg hører nok mest p3

M: mest p3 ja så bruger du din telefon meget allermest var det det du sagde?

Anton: ja

M: hvad bruger du den til så allermest for eksempel?

Anton: jeg bruger den nok mest til at spille nogle små sådan spil og sådan noget

M: spille spil ja

Anton: måske lige sende en sms til min mor eller sådan noget eller nogle af mine venner hvis det er

M: har du en smartphone?

Anton: ja

M: nå men er der andre hvad bruger i andre mest?

Rasmus: altså jeg bruger mest computeren og så kommer telefonen nok sådan som nummer to

M: hvorfor bruger du mest computeren mere end telefonen?

Rasmus: det er fordi der sidder jeg og snakker med nogle af mine venner mens jeg spiller med dem

M: hvordan snakker du med dem over hvilket program?

Rasmus: Skype

M: hvad med jer andre hvad bruger i mest?

Sara: jeg bruger mest telefonen for jeg har ikke nogen computer eller iPad og sådan noget og heller ikke radio inde på mit værelse så jeg sætter min mobil til og bruger mobilen til også at Skype og sådan noget

M:

det har du ikke

M: er det det du bruger den mest til?

Sara: ja og sådan skrive med vennerne nogle gange men mest hører jeg musik inde på mit værelse

M: høre musik hvad bruger du sådan? Bruger du en cd-afspiller

Sara: nej jeg bruger mit anlæg sætter et stik i og så hører jeg bare Spotify og youtube og sådan noget

M: okay ja. Har i andre noget at byde ind med hvad i mest bruger?

Alberte: jeg har tv og så min telefon

M: det er det du bruger mest

Alberte: ja

M: hvad ser du i fjernsynet?

Alberte: alt muligt forskelligt

M: alt muligt forskelligt er der nogle kanaler du foretrækker?

Alberte: dr1 og dr2 nej tv2 hedder det

M: hvad ser du på de kanaler for eksempel?

Alberte: den store bagedyst

M: hvad synes du der er godt ved den store bagedyst?

Alberte: det er sjovt

M: du ser det meget for at blive underholdt måske?

Alberte: ja

M: ja nå ja jamen jeg tænker vi går videre til næste øvelse nu får i udleveret ti forskellige stykker papir hvor i skal skrive på hvert papir i behøver ikke bruge hvert papir skal det lige siges men så skal i skrive et medieindhold i skal skrive det medieindhold i bruger allermest og medieindhold det er så det kunne for eksempel være facebook det kan være alt det kan være hjemmesider sociale medier det kan være apps spil tv programmer radioprogrammer alle sådan nogle ting

Rasmus: altså spil som for eksempel fifa og sådan noget

M: det kan for eksempel godt være det er sådan noget og det er vigtigt i kun skriver en ting per papir som sagt i behøver ikke bruge dem alle sammen og hvis i har mere end ti må i endelig byde ind med det når vi har snakken bagefter. P. Nu skal i endelig bare tage for jer af de ting der står på bordet hvis i har lyst ikke

Henriette: er det også kanaler i fjernsynet eller hvad

M: ja det kan være kanaler programmer serier det kan være alt sådan ja

S: radioprogrammer der var flere der sagde i hørte radio

Sara: må det gerne være et program i tv'et man følger med i

M: ja det må det gerne alt muligt indhold i medierne

S: det kan også være netflix for eksempel

M: ja det kan godt være streamingtjenester på computeren også

S: nogle gange hjælper det lige at tage en vindrue

M: haha ja lidt druesukker

Rasmus: Skype er det også et medie sådan

M: ja det kan også være et medieindhold

Rasmus: hvad så med beskeder

M: jo det kan være for eksempel din besked app din sms app eller messenger app eller hvad du bruger der

Anton: messenger der er også

Frederik: Messenger ville jeg sige gik lidt ind under facebook

Rasmus: det gør det

S: det er en del af facebook men man kan også få den alene i app

M: i går for eksempel snakkede vi med en som nærmest kun brugte Messenger og ikke brugte facebook

Sara: min søster hun har også hun har ikke facebook jeg ved ikke hvorfor uf

S: kan man godt det?

Anton: ja ja du skal bare være logget ind på din egen facebook

Sara: Hun har ikke facebook men hun har stadig Messenger og det forstår jeg ikke

Anton: nå men jeg troede det var ligesom mig jeg har bare slettet facebook og har kun Messenger så er det ligesom bare at bruge som beskeder i modsætning til hvis du kun har facebook så får du hele pakken så får du alligevel besked

Sara: hun har ikke facebook overhovedet

S: men er det ikke noget med du kan gøre din facebookprofil ikke-aktiv så kan det være man kan gøre det

Rasmus: hvad hvis det er nogle spil i ikke kender

M: det gør ikke noget. I skal ikke tænke på hvad vi kender vi vil rigtig gerne lære nye ting.

S: der er helt sikkert meget vi ikke kender det ved vi allerede nu.

M: ja det ved vi allerede nu der er. Er i ved at være der være igennem?

Frederik: næ

Henriette: hvad med sådan skoleapp

M: ja hvis det er en app så er det jo hvis det er noget du synes du bruger meget det skal være det i bruger allermest (uf) inden i lige tager det i har skrevet ned så kunne jeg godt tænke mig at høre Sara og Henriette der var jer der også hørte radio ikke?

Henriette: mmm

Sara: ja

M: hvad hører i af radio?

Henriette: sådan noget Mads og Monopolet hører jeg om lørdagen det er sjovt

M: er det noget sådan hvordan altså er det noget du hører sammen med familien eller noget du selv går ind og tænder for?

Henriette: hjemme i stuen så hører vi mig min mor og min søster og far det det er sådan mens vi laver alt muligt andet

M: ja så kunne du finde på at høre det selv eller er det kun når du er sammen med?

Henriette: det kunne jeg godt

Ukendt: ?(hvad er det?)?

M: hvad med dig Sara hvad hører du?

Sara: jeg hører den der Mads og Monopolet den hører jeg nogle gange når vi er ude og køre så hører jeg rigtig meget musik og jeg kan rigtig mange sange fordi jeg hører rigtig meget musik og så er det sådan noget POP FM eller Nova eller et eller andet jeg hører

Rasmus: jeg vil også sige at selvom jeg ikke har skrevet den på så hører jeg når jeg kommer ned i stuen om morgenen så har vi sådan et indlæg ud i hele stuen ikke hvor min mor og min far eller papfar de er stået op lidt før så hører de sådan radio eller noget så kommer man ned til radio

Anton: så plejer jeg også at høre det sådan om lørdagen når vi sidder og spiser morgenmad

Rasmus: og så også når man kører bil med sin mor eller

M: så det er noget er det noget i meget hører sammen med familien?

Flere: ja

Sara: to ting når vi spiser hjemme ved min far så sætter han den der Yousee info kanal på det er en del af fjernsynet og så kører der bare sådan nogle sange mens du kan se hvad der er og så hører vi bare de der sange i stedet for at slå over på radio og så nogle gange hjemme hos min mor når vi skal lave mad så skruer hun også bare op for radioen så kan vi stå og høre musik imens vi laver mad det er også meget hyggeligt

M: men kunne i finde på selv at tænde for radioen selv i stedet for at tænde for musik på Spotify for eksempel?

Flere: ja

M: det kunne i godt?

Frederik: nej det kunne jeg ikke

M: det ville du ikke Frederik hvorfor ikke?

Frederik: jeg synes bare jeg ved ikke jeg har normalt bare en playliste på TDC Play jeg kan sætte på hvis det er så jeg bruger ikke rigtig radioen

Rasmus: jeg ville nok heller ikke bare tænde radioen selv jeg har lavet min egen playliste på Spotify den ville jeg hellere foretrække at høre

Anton: altså jeg synes nogle gange hvis det er for eksempel lørdag når du har aftenen hvor du ikke laver noget som helst eller hvor du bare har siddet og hørt musik på Spotify på et tidspunkt din playliste du bliver bare træt af dem på et eller andet tidspunkt (uf) så tænder du bare for radioen for så vælger man jo ikke selv hvad der kommer og så kan man så kommer det jo bare sådan lidt i stedet så tænker man ej okay den var meget god den der det tænkte man ikke lige om. Spotify nogle gange det bliver også bare lidt fordi så går det sådan helt i

Sara: det bliver kedeligt i længden det er det samme hele tiden

Henriette: ja tit i radioen hører du nyt musik som man ikke har hørt før og sådan noget det er meget dejligt

Anton: jeg kan også bedst lide de der radiokanaler hvor der ikke hele tiden er reklamer The Voice og alt muligt og nova og sådan noget (uf)

Henriette: ja der er rigtig mange reklamer

Rasmus: jeg synes Nova det er godt for der er sådan de snakker tit imens og så lige når de er færdige med at snakke så sætter de en sang på og så snakker de lidt måske videre og sådan noget så man både hører sådan lidt info om hvad der sker og sådan noget og så lidt musik samtidig om morgenen også at der kommer sådan vejrudsigt hvis det kommer til at regne meget så kan man være forberedt på det når man skal i skole måske

M: ja nu siger du Rasmus at du for eksempel hører meget Nova hvad med jer andre har i det ligesom Anton at i gerne vil slippe for reklamerne?

Sara: der er rigtig mange reklamer også hvis du er på telefonen eller på youtube eller sådan noget så er der reklamer i starten

19.23

M: ja

Henriette: og så skal man se noget af det før man kan gå videre det er ret irriterende

Frederik:

så går der bare tyve
sekunder så skal du se den hele

Sara: ja så skal du se den hele

Henriette: ja

Anton: det er ret vildt faktisk sådan alt er bare blevet sådan en mediereklamesøjle alle steder helt vildt hele tiden

Rasmus: og hvis man ikke betaler for det så skal man se reklamerne

Anton: også bare lidt jeg tænker nogle gange hvem sidder seriøst og ser en youtube reklame på fire minutter hvis du vil høre en sang eller se en video eller sådan noget jeg synes ikke det giver nogen mening

Rasmus: ja når der alligevel står du bare kan springe over den

Anton: efter fem sekunder

Sara: der var på et tidspunkt så kørte min far så ligemeget hvor han skruede hen af radio så var der bare reklamer og så gad han ikke høre noget

M: havde du det på samme måde?

Sara: ja lidt det var fordi de sagde sådan der at T at to minutter med reklamer eller sådan noget men det varede bare mega lang tid synes jeg ligemeget hvor vi skruede hen var der bare reklamer så det endte med han bare slukkede musikken da der var reklamer

M: (uf) i radioen?

Sara: ja da vi var ude at køre

M: hvad med sådan alle på DRs radiokanaler dem der hedder P1 P2 P3 P4 og så videre der er jo ikke reklamer men dem vil i ikke høre eller?

Sara: jeg ved ikke hvilke radiokanaler det lige præcis var

Alberte: det kommer også an på hvor meget signal der er hvis det hele tiden sådan (uf)

Anton: jeg hører mest sådan det der P3 eller P4 eller P5 Beat jeg kan ikke lige huske hvad det hedder eller hvad det er. Så har jeg også sådan en på min telefon der hedder DR Radio så kan man bare høre det hele se hvad der kommer det er faktisk meget smart

Rasmus: jeg synes også det altid det er ret fedt så hører man en radiokanal hos sin mor og så når man kommer hjem til sin far så hører man en hel anden en hvor de bare snakker om noget helt andet (uf)

Sara: der er jo også den der radioplay app (uf) så er det sådan alle radiokanaler samlet på din telefon og så kan du sådan gå ind og vælge hvilken der er også sådan en playliste med en sanger hvor hans sange kommer og sådan noget

Alberte: den bruger jeg ret meget

M: vi skal lige videre til de her lapper her nu kunne jeg rigtig godt tænke mig at i nu har i alle sammen skrevet noget på dem så kunne jeg rigtig godt tænke mig i prøver hver især at tage jeres lapper og rangere dem efter hvad i bruger mest og hvad i bruger mindst

Anton: hvilken rækkefølge hvad skal ligge øverst og nederst

M: det er fuldstændig ligemeget bare du selv ved hvad der er nummer et og hvad der er nummer ti eller hvor mange i nu har syv eller noget andet P.

M: nå men jeg synes vi starter med Alberte. Jeg kunne rigtig godt tænke mig at høre hvad du har skrevet og hvilken rækkefølge og hvorfor du har skrevet dem her på så hvis du bare starter fra en ende af?

Alberte: altså jeg har skrevet facebook først fordi det er nok den app jeg bruger mest

M: som app?

Alberte: ja som app og

Rasmus: hvad handler den app om jeg hørte ikke hvad du sagde

Alberte: facebook

Rasmus: nå jeg troede du sagde et eller andet (uf)

M: du bruger det vil så sige du bruger det mest på telefonen eller hvordan?

Alberte: ja det er nemmere i stedet for at skulle sidde foran computeren for den bruger min far ret tit og så gider jeg ikke tænde min bærbar

M: hvad giver det dig at bruge Facebook?

Alberte: at man sådan kan følge med i hvad der sker og ja

M: følge med i hvad der sker hvordan med venner eller med nyheder eller?

Alberte: ja altså både nyheder og venner og så også bare ja. Og så har jeg messenger som ligger lidt under Facebook der er jeg begyndt at skrive ret meget med så har vi sådan en gruppe pigerne fra klassen også hele klassen af dem der har facebook og så kan man så skrive sammen derved også meget rart i stedet for at skulle skrive en over besked så har jeg Snapchat det bruger jeg også ret meget nogle gange er det nemmere at sende billeder til hinanden og så har jeg Angry Birds det spiller jeg ret meget det er ret sjovt når man ikke lige når man bliver lidt træt af de andre altså apps ikke mennesker så er det sådan rart at kunne gå ind på et spil jeg har selvfølgelig også andre spil men det er det jeg

spiller mest. Så instagram det er sådan (uf) før jeg fik facebook brugte jeg instagram rigtig meget men det er sådan det er begyndt at falde sådan hen nu

M: det bruger du ikke så meget mere nu? Hvorfor?

Alberte: det er bare blevet en vane at gå ind på facebook i stedet for instagram altså jeg bruger det da men ja det er fordi det er lidt det samme som facebook

M: hvordan bruger du det deler du eller kigger du eller?

Alberte: både deler og kigger men det er meget sjældent nu er jeg er begyndt at dele og så youtube der kan jeg godt lide at se youtube'ere fra forskellige youtube'ere i Danmark.

M: hvad sker du så på youtube?

Alberte: alle mulige T jeg ved ikke om i kender Armin ham ser jeg ret meget og T

M: er det hvem er det?

Alberte: det er en youtub'er som T deler alle mulige videoer. Han læser kommentarer op og andre ting så og så Netflix der ser jeg sådan serier og det er også hvis der nu er sådan en dag hvor jeg bare vil slappe af og sådan så ser jeg sådan ret mange film også fordi vi har noget der hedder Chromecast og så er det nemmere i stedet for at skulle ligge og kigge på sin telefon og se film og så bare sætte den over til fjernsynet. Og så Skoleintra det er sådan en app hvor man så kan se hvad man har for af lektier og skema og sådan noget det er meget nemmere end at skulle logge ind for så er man logget ind fra starten og så Radioplay den bruger jeg rigtig meget på sådan et lille anlæg jeg har det bruger jeg rigtig meget når jeg skal i bad for så kan jeg stå og synge i badet til de sange der er. Og så TV2 det er bare fordi det er sådan en fast kanal på mit fjernsyn står på altså Danmarks Næste Topmodel det følger jeg ret meget med i

M: ja Skoleintra er det en app i alle sammen har?

Alle: ja

Frederik: ja men jeg bruger den bare på nettet

Ukendt: jeg bruger den også bare på nettet

M: okay men du bruger den meget på mobilen Alberte?

Alberte: ja

Sara: jeg tror også det er lettere at du har den som en app hvor du er logget ind altså jeg har den ikke jeg går ind på internettet så søger jeg på skolen så skal jeg ind og så skal jeg logge mig ind og sådan noget først og hun er logget ind (uf)

M: og Netflix hvad ser du sådan hvad er det for nogle ting du ser på Netflix?

Alberte: T film og serier som for eksempel Bones den er jeg begyndt på og serie der hedder Scream den er lige kommet ud som serie T også fordi der er nogle ret gode gyserfilm og jeg kan godt lide gyserfilm så

M: hvad med TV2 hvorfor har du skrevet den?

Alberte: jamen altså der er sådan nogle ret gode programmer som for eksempel Station 2 Efterlyst dem kan jeg godt lide at følge med i bare for at følge med T og så også bare generelt jeg kan ikke lige komme i tanke om nogle programmer jeg sådan ser men jo

Anton: ser du det der Norskov som lige er kommet

Alberte: T ja det gør jeg men jeg fik ikke set det her i mandags fordi jeg ser den ikke sådan helt

Sara: du følger ikke med i den du har set den et par gange

Alberte: ja

Rasmus: der er også Vild Med Dans på TV2

Alberte: nå ja T Vild Med Dans følger jeg også med i

M: så når du ser TV2 så ser du det så i fjernsyn er det fjernsynskanalen TV2 eller streamer du programmer på nettet på TV2?

Alberte: på tv'et ikke så meget på nettet så

M: okay jamen Frederik lad os gå videre til dig. Det er samme procedure. Hvis du starter med den øverste

Frederik: yes ja altså jeg har sat den jeg bruger mest øverst og den jeg bruger allermindst nederst. GTA5 et spil til Playstation 4 det er meget sjovt

M: hvad GTA hvad er det noget du spiller sammen med andre eller sidder du selv?

Frederik:

ja jeg

sidder og spiller det med alle mulige fra hele verden online på nettet

M: okay

Rasmus: og så også nogle fra klassen

Frederik: ja også nogle få fra klassen

M: kan du finde på og sidde sådan fysisk sammen med andre og spille det eller er det bare sådan noget du helst gør alene og så spiller mod andre?

Frederik: jeg sidder helst alene og spiller mod andre som så også sidder alene og ja det er bare lidt mere spændende når der er to der kan spille på en gang i stedet for to skal sidde og dele en Playstation

M: okay

Frederik: ja og nummer to det er FIFA16 det samme igen det er online og jeg kan godt lide at spille på Playstation også mod nogen fra klassen og også mod alle mulige tilfældige fra hele verden på nettet.

M: på nettet så det nå ja det er din Playstation via nettet okay

Frederik: Playstation er koblet til nettet som så er koblet til hele verden

M: det er rigtigt ja

Frederik: og så nummer tre det er youtube der kan jeg godt lide at se videoer de fleste er på engelsk det er så også meget godt så kan jeg lære engelsk på den måde i stedet for at lære det herovre

M: hvad ser du på youtube?

Frederik: T musikvideoer alle mulige challenges udfordringer hvor at hvis man fejler i et eller andet skal man gøre noget klamt

M: hvorfor ser du dem?

Frederik: det er for underholdning og hvis jeg bare sidder og keder mig og lige sætter sådan noget på så kan jeg sidde og hygge mig med det

M: ja. deler du selvindhold på youtube laver du selv videoer eller noget du ligger op?

Frederik: nej jeg ser bare andre og så den næste den er ikke så kendt det er en hjemmeside der hedder Rockstar Games Social Club

M: og hvad går det så ud på?

Frederik: ja det har noget at gøre med den første GTA5 de har sådan en hjemmeside dem der har lavet spillet hvor man kan gå ind og downloade ekstra ting til det og købe nogle ekstra ting for rigtige penge så man ikke ville kunne få normalt og sådan noget

M: så det er i forbindelse med GTA du bruger den her?

Frederik: ja der kan man også dele alle mulige mærkelige ting man ser i spillet hvis man ser noget fuldstændigt fucked up så kan man dele det der. Hvis jeg ikke ved hvad jeg skal lave i GTA5 så tjekker jeg der så finder jeg normalt et eller andet jeg kan prøve

M: ja

Frederik: nummer fem det er messenger det er bare fordi at med at skrive med hinanden hvis der er et eller andet man skal eller bare for hyggens skyld bare skrive med folk den er ja der er ikke så meget at sige om den synes jeg. Så er der snapchat også bare mest for at skrive med folk for hyggens skyld hvis man lige skal snakke med nogen så kan man bare skrive der hurtigt den er der ikke så meget at sige om synes jeg. Så er der så facebook jeg deler ikke så mange ting jeg kigger bare på hvad andre folk deler og hvis jeg sidder og keder mig så kan jeg tjekke den så er der som regel nogen sjove videoer eller et eller andet eller billeder eller alt muligt. Så er der så en app der hedder Duolingo de har også en hjemmeside jeg bruger mest hjemmesiden T der kan man lære andre sprog hvis man kan tale engelsk så kan man så bruge den for den er på engelsk og bruger den i øjeblikket til at blive bedre til tysk og en lille smule spansk

M: hvad T nu er jeg lidt nysgerrig det er ikke noget jeg har hørt så meget før folk sige at de bruger meget men bruger du det meget? Går jeg ud fra fordi du har skrevet det på en lap der

Frederik: ja

M: og det hvorfor vil du gerne lære de sprog nu?

Frederik: det er fordi både fordi vores lærer har sagt de to der nået længst med det til jul får julegaver så der er lidt noget med den der julegave der og så er det bare for at lære flere sprog for at blive bedre til det for at høre det for der er også nogle sætninger der bliver læst op for en når man spiller det

M: det er ikke kun ren interesse det er også et konkurrenceelement eller?

Frederik: ja jeg tror også der er flere af de andre der har skrevet Duolingo på

Ukendt: ja

M: er det der er jeg lidt nysgerrig så er det så hvad kan man sige. Det her konkurrenceelement er det noget der er vigtigt for jer er det noget i går op i?

Anton: konkurrence

Frederik: vores klasse vi er sådan

Anton: jeg elsker konkurrencer

Sara: altså i vores klasse er vi sådan nogle rigtige konkurrencemennesker hvis nu vi er imod nogle andre så vil vi rigtig gerne vinde eller hvis klassen er delt op i to mod hinanden så vil man jo gerne vinde men jeg synes det der Duolingo skal man vinde der er det lidt ligemeget synes jeg

M: så hvad konkurrencer har det sådan generelt en betydning for jeres valg af medier når i nu for eksempel når de ting i har skrevet ned er der noget er der konkurrenceelement i de nogle af de ting i har skrevet?

Anton: ja altså der er da noget lidt konkurrence i det men ikke særlig meget i det jeg lige har skrevet her

M: det er måske også noget med altså spil nogle af de spil går jeg ud fra der vel også er lidt konkurrenceelement i

Rasmus: der er også så finder en i klassen et spil så begynder de flest at spille det og så er det bare så gælder det bare om at komme længst til de verdener eller sådan noget der er vi også ret konkurrencemennesker dem der kommer længst er sådan (uf)

M: ja okay. Nå undskyld Frederik du kan bare fortsætte

Frederik: ja T og den sidste det er så Skype jeg bruger den ikke så meget men det er mest fordi på min Playstation hvor jeg spiller med andre og alt muligt der har Playstation sådan et indbygget app agtigt ting til at kunne snakke med andre folk så den bruger jeg mere end Skype men hvis jeg sidder på computer så bruger jeg Skype for de har ikke den der app der

M: okay

Frederik: det var min top

M: ja jamen Sara så lad os gå videre til dig

Sara: ja jeg har Spotify som nummer et det er fordi hvis mine forældre de arbejder eller et eller andet så vil min søster aldrig være sammen med mig så sætter jeg mig ind på mit værelse og så hører jeg musik og så ordner jeg lidt på mit værelse eller et eller andet. Det synes jeg er meget hyggeligt.

M: så du vil sådan du vil hellere måske høre musik og lave nogle andre ting sådan imens som ikke har med medier at gøre eller hvordan?

Sara: ja jeg sætter næsten altid jeg hører mere musik end jeg ser fjernsyn for eksempel. Der er mange de kan godt lide bare at tænde fjernsynet og bare se et eller andet jeg hører sådan mest musik og så laver jeg et eller andet andet eller bare sidder og lytter til musikken. Og som nummer to har jeg facebook det er ligesom messenger det har jeg sat sådan sammen for jeg skriver meget med folk derinde og så tjekker jeg ting og så ja følger med i hvad de andre laver og så har jeg en serie på kanal 4 tror jeg det hedder som hedder Greys hvide verden det er sådan et hospital der sker alle mulige ting som jeg synes er spændende

M: hvorfor synes du lige det er spændende?

Sara: det fangede mig bare da jeg så det på et tidspunkt det er sådan noget at hvis jeg ikke skal til træning eller sådan noget så ved jeg at det kommer klokken fem til seks og så skal jeg bare se det og hvis der kommer nye afsnit eller sådan noget (uf)

M: så du ser det i fjernsynet?

Sara: ja jeg ser det i fjernsynet

M: kunne du finde på at streame det hvis du nu ikke når at se et afsnit eller

Sara: ja ja det kunne jeg. Det kunne jeg. Nogle gange min mor er også begyndt at følge med i det for hun synes også det er spændende og det ser jeg meget og så har jeg snapchat som nummer fire og så kan ikke dele billeder men sende billeder til hinanden sådan om hvad man laver og sådan noget og se billeder af hvad de andre laver og skrive med folk. Og så har jeg youtube som nummer fem samme grund som Spotify jeg kan godt lide at høre musik og sådan noget eller også ligesom Frederik så ser jeg et eller andet youtube eller sådan noget også for underholdning og sådan

M: men deler du også ting på youtube?

Sara: nej nej men det gør min papsøster og det er sådan lidt underligt at se

M: men hvad kan det så kan du komme med et eksempel på noget du ser på youtube

Sara: nogle gange kan jeg godt lide bare sidde og se en musikvideo det er sjovt

M: så det er primært musik?

Sara: ja ja og nogle gange ser jeg også det der Armin eller sådan noget. Sådan nogle mennesker der laver alt muligt sjovt

M: ja

Sara: og så har jeg TV2 og TV3 for det er ligesom de ting eller de kanaler jeg ser med min familie eller sådan noget hvis der kommer en film eller en serie eller sådan noget som de vil se så ser jeg den sammen med dem

M: så det er lidt grunden til at du har skrevet den på så er det fordi at når du ser tv så er det sammen med familien er det meget det (uf)?

Sara: ja eller Netflix for det har vi også men det ser jeg ikke så meget sådan ligesom andre folk gør hvis de keder sig så ser de en film der det gør jeg ikke. Jeg ser det sådan en fredag aften med min familie eller sådan noget.

M: hvad sker i så på TV2 eller TV3 for eksempel?

Sara: det er lige det der er hvis der kommer en film eller serie eller noget komiker noget eller

M: så det er mere i forhold til tidspunktet end i forhold til programmet?

Sara: ja altså den eneste sådan serie jeg sådan gerne vil se det er den der Greys Hvide Verden TV2 og TV3 er sådan mere ej hvad er der er det sjovt og så sætter vi os ned og ser det er ikke sådan nu kommer den det skal vi se

M: hvad med DR1 for eksempel ser i ikke det?

Sara: jo nogle gange men det er ikke så tit jeg ser næsten kun fjernsyn sådan inde i stuen sammen med min mor

M: og det er ikke det de vælger det er mere de andre kanaler de vælger?

Sara: ja også kanal 4 og sport nogle gange men det er ikke så tit. Og så har jeg Nova det er sådan det jeg hører sådan hvis jeg er ude og køre bil ikke fordi jeg selv vælger det men bare det der er. Og så har jeg Skype fordi så snakker jeg med vennerne eller et eller andet. Det gør jeg på min telefon for jeg har ikke nogen computer eller iPad eller sådan noget (uf).

M: du har en iPad?

Sara: jeg har ikke en iPad jeg har kun telefonen og så har jeg et lille fjernsyn med det bruger jeg ikke overhovedet det er mest telefonen jeg gør sådan ikke alt på men sådan snakker og skriver og kigger på ting lytter til ting og

M: kun telefonen yes

M: men du har et fjernsyn hvad du siger du næsten ikke bruger det er det fordi at du mere bruger det sammen med din familie eller?

Sara:

ja ja det er fordi vi er rigtig mange sammen hjemme ved min mor fordi at min mors kæreste har også børn og sådan noget. Så jeg ser tit fjernsyn enten når vi alle sammen er der eller hvis mig og min mor for eksempel er alene så ser vi en eller anden tøjefilm eller sådan noget det er der jeg bruger sådan tv'et eller hvis jeg skal sove og lige vil se et eller andet der kommer sådan lidt sent så ser jeg det. Jeg ligger altid med telefonen om aftenen ellers kan jeg godt finde på at ligge på den og kigge på ting sådan sent ud på aftenen så det er der om aftenen jeg ser fjernsyn mest

M: okay ja

Sara: og den sidste det er Duolingo ikke fordi der sådan er konkurrence i det fordi jeg vil have den der julegaveting ligesom Frederik men bare fordi så kan jeg blive bedre til tysk og sådan noget så lærer man både sådan lidt engelsk så skal man oversætte det til tysk og så lærer du både det grammatiske og sådan noget og så også omvendt så det tyske skrives på engelsk og så lærer du også engelsk.

M: så det faglige betyder også meget for jer eller hvordan i forhold til jeres brug af medier eller hvad er jeres tanker om det?

Flere: mmm ja

Rasmus: altså det er ikke sådan så jeg går ind frivilligt hvis det var vores lærer ikke havde sagt det vi skulle gå derind og det står på ugeplanen så havde jeg nok ikke gået derind for det er ikke et spil jeg sådan synes er sjovt men det er ret lærerigt

M: okay jamen Anton vil du fortsætte

Anton: jeg har også lavet sådan en top ti her hvor det er de øverste og så går det bare nedefter jeg har skrevet nummer et er tipsbladet.dk fordi at det er jeg faktisk rigtig rigtig rigtig meget inde på for tiden sådan hele tiden faktisk

M: tipsbladet.dk?

Anton: det er et sådan fodboldblad (uf) et sportsblad det synes jeg bare er spændende jeg går selv rigtig meget op i fodbold så kan man også gå derind og læse noget om det nogle gange så synes jeg også de har nogle jeg synes også det er lidt bedre journalisterne og sådan noget er måske lidt bedre end for eksempel på ekstra bladet og B.T. eller sådan noget fordi at det tipsbladet det er som om de går sådan lidt mere op i at du skal få noget rigtigt at vide om fodbold end i stedet for du skal få et eller andet at vide (uf) som har en fangende overskrift (uf) den går man lige ind på fordi der er en der har lavet en kæmpe skandale eller sådan noget ikke så. Det kan jeg godt lide. Så nummer to er et mobilspil der hedder NSS New Star Soccer sådan et fodboldspil som jeg er fuldstændig sindssygt afhængig af jeg spiller det hele tiden

M: er det en app eller?

Anton: ja det er en app det er sådan et spil på telefonen sådan en app

M:

okay ja

Anton: det synes jeg er meget sjovt eller det synes jeg faktisk er rigtig sjovt og så kan jeg ikke rigtig stoppe fordi at jeg er blevet sådan rigtig god til det

M: er det sådan noget singleplayer spil eller er det noget hvor man spiller?

Anton: det er ikke sådan et onlinespil hvor du har sådan en mand sådan en fodboldspiller så starter du i sådan en lille klub så kan du blive bedre og ældre så spiller du flere sæsoner og så kan du blive solgt til forskellige klubber det er faktisk rigtig rigtig sjovt

M: ja

Anton: og så har jeg skrevet sådan p3 DR radio fordi den er bare hele tiden tændt på mit værelse jeg ved ikke rigtig hvorfor medmindre jeg selv sidder og prøver at lave noget musik på min mixer og mit keyboard og sådan noget så er den bare tændt hele tiden

S: må jeg lige spørge om noget hurtigt er det fordi du har en radio eller er det mobilen du har til et anlæg eller hvordan gør du?

Anton: jeg har en radio på mit anlæg som den er nogle gange er der dårligt signal så kan jeg sætte mobil til

M: men du har måske været lidt inde på det men hvorfor lige p3 og ikke alle mulige andre hvad synes du p3 kan som andre ikke kan for eksempel?

Anton: T P3 kan det at der ikke hele tiden er reklamer der er jo ikke jeg kan ikke lige huske det men der er jo ikke reklamer på det det er ligesom DR1 og sådan noget der er lige sådan noget hvad kommer der i morgen og i aften og sådan noget men ellers er der jo ikke andet og så synes jeg også de har nogle gode værter og så synes jeg også bare de spiller god musik spiller også det musik jeg godt kan lide at høre og sådan noget. Og så har de nogle gode programmer og så ja ellers kan jeg godt lide at høre det der ligger fra femten til atten eller sådan noget

M: men hvad nu hvis de kommercielle de andre radiokanaler for eksempel Voice og Nova og dem Pop FM hvis der nu var ikke var reklamer på dem ville du så høre dem eller ville du stadig foretrække P3 for eksempel?

Anton: T den er lidt svær for jeg synes at Nova og sådan noget de spiller meget musik de spiller alt det der musik som alle hører der er i radioen hele tiden mest populære og sådan noget men det er måske ikke altid det der lige er min smag P3 de har et meget mere varieret bredt hvad de spiller og sådan noget og så kan jeg også lide det så kan man også høre noget nyt på P3. P3 spiller måske også nogle af de der nye artister og numre i stedet for de der Voice og Nova de spiller sikre det der som alle måske lige kunne høre sådan noget Jason Derulo Justin Bieber og sådan noget hele tiden

M: ja mm hvad ville du sige Sara?

Sara: det er fordi de spiller meget de samme det har jeg i hvert fald hørt de samme ti numre hele tiden det der Nova eller Pop FM eller sådan noget en af de der der er. Nogle gange spiller de top ti for ugen og så er det bare de samme numre der kører og den som Anton sagde der er mere forskellige numre som er ikke er helt nye men som folk stadig kender det er meget forskelligt

M: hvad med jer andre nu ved jeg Frederik du hører ikke så meget radio men jer andre som hører radio er i enige ville i måske foretrække at høre nogle af de andre kanaler hvis nu der ikke var så mange reklamer for eksempel eller hvordan?

Henriette: altså jeg vil helst høre radio uden reklamer og med nogle nye sange og ikke bare de samme der bare kører igen

Rasmus: jeg hører Nova de spiller ret meget det samme men synes alligevel at det er nogle sange jeg godt kan lide så derfor hører jeg det min smag det er det de spiller måske ikke lige Antons han har måske P3 som hans men ja

Alberte: jeg kan godt lide at spille sådan en station der hedder Digster Top 30 der spiller de for der spiller de sådan en rangliste for hvad der er mest downloadet og sådan noget af sange

M: det er på Spotify ikke?

Alberte: nej det er på den der radioplay

M: radioplay okay

Rasmus: og Nova de har vist også de kører også hver dag så får man at vide hvem der ligger førstepladsen eller sådan noget og jo og så får man at vide hvem der ligger på førstepladsen og så lister de sangene sådan igennem og så til slut hører man så førstepladsen

Anton: ugen darling har det ikke også sådan noget

M: ja og Anton du kan bare fortsætte

Anton: som nummer fire har jeg en app der hedder Ultimate Guitar Tapp det er fordi jeg spiller guitar og jeg har gået til det i tre år og så stoppede jeg til det her i sommers også fordi at jeg synes sku ikke rigtig jeg lærte noget af den lærer jeg havde og så kom jeg hjem min far spiller også guitar så downloadede jeg i stedet for den her app eller jeg prøvede selv at gå ind på nogle hjemmesider hvor der måske var nogle akkorder og taps og sådan noget så prøvede jeg der. Men det var bare som om at den der Ultimate Guitar det var bare den bedste man skulle downloade sådan en app for tredive kroner eller sådan noget så en dag tænkte jeg bare det er jo ikke særlig mange penge så gik jeg lige op og så spurgte jeg lige min far om han ville købe den så kunne jeg lige give ham tredive kroner og så købte han den til mig og jeg gav ham tredive kroner og så har jeg bare brugt den rigtig meget fordi den er bare rigtig god og du skal du kan jo bare ind på den i stedet for at skulle på nettet hele tiden i stedet for også selvom der er mange ting i den som koster ekstra så skal du lige købe det her så får du den fulde version og sådan noget. Sådan er det vel med alle ting. Den kan jeg meget godt lide den ligger på fjerdepladsen. Og så femtepladsen det er så Spotify det er en god app man kan høre musik på den (uf) og jeg kan godt lide musik så der laver jeg mine egne playlister. Jeg er ikke så god til det der med at lave playlister med forskellige genrer på samme playliste så man har det der uden Premium så blandet den det hele sammen så derfor er den røget lidt længere ned også fordi nogle gange kommer der det der med nu får du tredive minutter uden reklamer så får du en sang tilbage så kommer den igen. Så tænker du T bare måske for en måned eller to siden så havde den måske ligget på andenpladsen for mig. Men den er røget lidt ned. Og så på sjettepladsen har jeg en app der hedder Forza det er en fodboldapp hvor du kan tjekke resultater T og den bruger jeg også rigtig meget der kan du også gå ind

og så spille altså ikke spille om penge eller noget men bare spille på hvem tror du vinder og har du tiltro til deres træner og alt muligt den ligger på en cirka sjetteplads. Og så Viaplay på syvendepladsen
Viaplay ja det kan jeg godt lide det er

M: Viaplay ja
kan du fortælle mig hvad det er?

Anton: Viaplay det er en app hvor du kan streame serier streame livetv og film du kan se fodbold og du kan se serier du kan se alt det der hører ind i Viasat pakken

Rasmus: ja det er lidt det samme som Netflix

Anton: det er det samme som Netflix det er bare med Viaplay

M: nu sagde du en app betyder det du bruger den på din telefon?

Anton: jeg har den også på min telefon men så har jeg den også på min Playstation og vores fjernsyn og min søsters og min mors computer så jeg bruger den mest på Playstation og telefon. Den kan jeg gode lide der plejer jeg at se sådan noget som NCIS og Bones og sådan noget. Det synes jeg er meget sjovt sådan noget og så

M: det er nå ja det sagde du også Frederik det kunne du godt lide at se

Alberte: nej det var mig

M: nej det var dig Alberte der også kunne lide at se Bones også

Alberte: ja

Henriette: jeg har også set hele serien Bones

Frederik: ja ja ja

M: ja det er noget der rykker det er Bones

Henriette: den er rigtig god

M: og du giver thumbs up Frederik kan jeg se

S: hvad går Bones ud på?

Henriette: det er sådan noget hvor der er nogen der bliver dræbt hvor man skal finde ud af hvordan man bliver dræbt

Anton: det er sådan noget
slags detektiv

Frederik: krimi

Sara: der er rigtig mange

Frederik: kriminalreportage agtigt er det ikke

Henriette: ja

Anton: NCIS det kan jeg jeg kan bedre lide NCIS det er sådan det er som om at der er nogen der har sat sig noget og lavet en leg og så har de lavet det til en tv-serie. Der er jo forskellige serier hvor det er forskellige steder og så noget det er sådan noget årh det kunne man det synes jeg virkelig virkelig er fedt og der er NCIS Miami tror jeg og NCIS Los Angeles

Ukendt: New York

Anton: der er forskellige steder og så er der de der Los Angeles er der de der fire nogle der er ude i krig ikke krig men ude på de der spioning og så er der de der to tre inde i det der kontrolpanel hvor de skal fortælle alt muligt hvad de skal det kan jeg rigtig godt lide

Sara: og når de udforsker døde kroppe og et eller andet jeg ved godt det overhovedet ikke har noget med det at gøre men det er også en del af det

Anton: det plejer jeg at se sammen med min søster og så youtube på en ottendeplads der ser jeg der hører jeg musik og så ser jeg også lidt youtube'ere sådan noget da jeg var lidt mindre så jeg sådan noget Armin og sådan noget. Ikke for noget men det ser jeg bare ikke rigtig selv mere så nu ser jeg sådan noget Oddmoles de laver pranks og sådan noget nogen der går ud på gaden og spørger folk om sådan nogle mærkelige ting og så noget fordi jeg føler sådan på en eller anden måde det er sådan mere det danske youtube community er sådan lidt det ligger lidt under hvad jeg måske synes er sjovt fordi det (uf) nu laver jeg en video og så hvis de giver mig titusinder likes så hælder jeg en spand vand over mig selv bare sådan lidt ja come on så ser jeg mere sådan noget det synes jeg er sjovere. De er også lidt ældre dem der laver det tror jeg og så

M: så det er mere udenlandsk?

Anton: nej de er danskere dem der laver det

M: nå

S: hvad hedder de siger du?

Anton: Oddmoles o d d m o l e s

M: nu var det bare fordi du sagde danske youtube communities så fik jeg et indtryk af at det var meget nogle udenlandske ting du så

Anton: nej jeg mente bare det danske community det ligger meget lidt for børn der måske er under tolv eller noget og det er så nogle af de ældste måske der langer ud til de ældste der ser det og så Duo

M: laver du selv noget indhold på youtube?

Anton: nej Duolingo jeg ved det ikke helt jeg har bare brugt det rimelig meget her på det seneste det der tysk noget og så var jeg lige hjemme i weekenden og spillede det rigtig meget så tænkte jeg nu skal jeg bare lige over i skolen og blære mig med jeg er den bedste så fandt jeg så ud af jeg var den dårligste så

Flere: haha

Anton: jeg kan godt lide det og så noget og så jeg skal lige komme lidt efter det hvis jeg lige skal op og vinde den der julegave der og det sidste jeg har skrevet Instagram og jeg ved ikke helt ja. Facebook og messenger og snapchat og alt det der det har jeg næsten det har jeg slettet faktisk altså ikke slettet bare altså jeg brugte det ikke rigtig. Eller jeg brugte det rigtig meget og så tog det min tid og sådan noget så tænkte jeg det jeg har jo ikke brug for jeg laver jo ikke rigtig noget der er jo ikke noget vigtigt synes jeg

M: du føler ikke du går glip af noget ved ikke at have det?

Anton: det gjorde jeg lidt i starten men så synes jeg næsten at det er dejligere når du ikke har det fordi at du føler ikke du har ikke en eller anden trang til at du hele tiden skal gå ind på det fordi du har det ikke du kan ikke bare gå ind på det bare lige

M: men hvorfor så Instagram hvorfor lige beholde den?

Anton: det ved jeg ikke det har jeg haft i tre år tror jeg

M: og hvordan bruger du det så hvad er der godt ved Instagram?

Anton: på et tidspunkt lagde jeg nogle billeder ud og sådan noget. Men nu ligger jeg ikke rigtig noget ud nu sidder jeg bare kigger på hvad andre folk ligger ud

M: hvad var det du ville sige Sara?

Sara: jo det der Facebook og Messenger og sådan noget jeg føler man bliver ikke afhængig af det men du bliver sådan lidt hvis mobilen vibrerer så skal du lige hen og tjekke det og sådan så det er sådan og hvis du får en SMS inde på Messenger så skal du lige ind og se hvem det er og sådan noget og jeg har prøvet at slette det et par måneder og du følte slet ikke den trang til at gå ind på din telefon hele tiden og tjekke hvad laver de andre og sådan noget man følte sig ikke fri men man følte sig ikke sådan afhængig af at skulle inde og tjekke det

M: kan det være sådan lidt et stresselement eller hvordan?

Sara: nogle gange kan det godt det var bare dejligt ikke at have det faktisk at du skal ikke ind og bekymre dig om hvem skriver og hvad sker der ind og tjekke og sådan noget

M: men hvad så Anton også og Sara dengang du havde slettet hvad gør det ved det sociale element i forhold til at komme væk fra de her sociale medier hvad gjorde det for jer eller hvad gør det for dig?

Anton: T altså hvad mener du med det?

M: ja undskyld der mener jeg at T at det er jo sociale medier hvor man for eksempel meget opretholder kontakten med venner og hvad så T hvordan holder du så kontakt med venner gjorde det nogen forskel for dig til venner og familie og så videre?

Anton: mine venner jeg har jo mange venner fra vores klasse og dem ser man jo alligevel hver dag jeg tror (uf) næsten jeg er venner med alle fra klassen men dem ser man jo hver dag alligevel så man behøver ikke at ligesom det ved jeg ikke jeg ser dem hver dag alligevel. Hvis det er meget vigtigt så ringer man jo også bare til en hvis det er fordi jeg synes jo også bare Messenger og sådan noget det er jo egentligt bare noget hvor man skriver hey hvad så hvad laver du spiser du en banan jeg spiser en banan

Flere: haha

M: mmm det er i andre enige i kan jeg se (uf)?

Sara: altså det er bare

Frederik: der er seriøst aldrig noget vigtigt på Messenger overhovedet

Anton: nej altså min mor skriver vigtige ting til mig min far min søster ikke andre

Rasmus: ja min mor bruger også mest Messenger så sidder jeg sådan oppe på mit værelse så skriver hun sådan det er ved at være sengetid klokken der ved ti tiden så skal man sådan skrive der jeg forstår ikke hvorfor hun ikke bare skriver en besked over mobilen men

Sara: altså jeg synes det var rart ikke at have det men det var lidt irriterende for alle dem fra mit fodboldhold vi har sådan en gruppe derinde ligesom vi havde med klassen hver gang hvis man skulle køre til kamp eller være sammen med nogen fra holdet eller sådan noget så var det sådan lidt svært for jeg var ikke inde i den der gruppe

Anton: ja det har jeg faktisk haft lidt med den jeg spiller fodbold og vores hold har sådan en side der hedder det er også ligemeget men så skriver de for eksempel hvem der er udtaget til kamp og sådan noget og så bliver jeg nødt til at spørge min træner om jeg er udtaget til kamp (uf) for jeg kan jo ikke bare lige tjekke det bare lige fordi at T

Sara: ja eller hvis vores træning er aflyst eller sådan noget så skriver de det nemlig inde på den gruppe fordi der er alle inde men jeg havde det ikke så jeg kunne risikere faktisk bare køre ud til træning hvor der ikke er nogen fordi det er aflyst eller et eller andet

1.58

Anton: jeg har også en ven der hedder Emil så derfor spurgte jeg ham lige jeg spørger ham altid har du skrevet ned noget der er vigtigt eller noget så siger han bare nej eller ja og så også det der med at holde kontakten jeg spiller jo også fodbold og mine fleste venner de er nok bare i klassen og til fodbold og så har jeg nogle venner som ikke lige går i vores klasse eller noget men så snakker jeg bare med dem til fodbold og så alligevel så

M: okay Rasmus hvad undskyld du var færdig ikke Anton? Rasmus hvad med dig?

Anton:

ja ja

Rasmus: ja T jeg har Facebook som eller i toppen fordi det er bare det er blevet sådan en vane bare lige at gå ind og tjekke sådan hver halve eller sådan om der er sket noget og så om der er nogen der har lagt noget op og så har jeg som nummer to fordi så tænder man sin computer der er lige en af vennerne der er online og så ringer man lige og snakker med ham ja og så har jeg et spil der hedder The New Set det er sådan et spil jeg spiller med mine venner

M: hvad går det ud på?

Rasmus: det er sådan hvor der også er en masse andre overlevende så det er sådan agtigt også skydespil hvor det er man skal finde hinanden i sådan en verden så kan det være sådan fyrrer inde så gælder det bare om at dræbe hinanden

M: hvor spiller du det det var på telefonen sagde du eller hvad?

Rasmus: nej det er på nettet på computeren og så har jeg et program på computeren der hedder Steam det er sådan et program hvor du kan downloade alle mulige spil football manager alle mulige skydespil og sådan noget det du har lyst til at spille. Og så Spotify også som nummer fire fordi herovre i skolen når man er lidt ukoncentreret så kan man lige tage høretelefoner i ørerne og høre lidt musik eller når man sidder og arbejder. Og så Snapchat det er også sådan man kan lige gå ind og nu tjekker jeg det ikke så meget nok en gang en gang om dagen går jeg lige ind og kigger om jeg har fået noget sådan en snap eller noget.

M: du sender ikke noget selv eller?

Rasmus: jo altså hvis der er nogen der skriver direkte til mig så skriver jeg tilbage men hvis det er sådan nogle der ligger noget op på MyStory for eksempel hvis der er nogen der siger så er jeg på vej til Odense så skriver jeg ikke tilbage god tur eller noget fordi det er jo ikke direkte til mig det er til alle vennerne så er der også Duolingo den er også rykket sig meget fordi hvis det havde været for nogle uger siden tror jeg ikke den havde været på min liste så tror jeg ikke den havde været fordi det er bare lige fordi den her konkurrence er her og vi er blevet bedt om at lave det det står på ugeplanen og

sådan noget og så tjekker man det lige lidt mere og bruger lidt mere tid på det. Så har jeg Instagram det er lidt noget af det samme som Facebook det tjekker man også lige nogle gange hvis der er lagt noget sjovt op der . og så FIFA det er også et fodboldspil på Playstation det kan jeg også godt finde på at spille nogle gange det er også meget hyggeligt når ens venner er hjemme og man kan spille to mod hinanden eller sådan noget

M: så det er noget du spiller meget sammen med andre eller?

Rasmus: ja det er mest når mine venner er hjemme jeg spiller det ikke online jeg spiller det kun sammen med mine venner når de sådan er hjemme hos mig og så har jeg Netflix som også er sådan hvor du ser serier og sådan

M: hvad ser du så på Netflix hvilke serier ser du for eksempel?

Rasmus: det er forskelligt det er når mine brødre er i gang med at se et eller andet som jeg også lige synes er sjovt så kan jeg også godt lide finde på at se det (uf) når min lillebror bare lige ser en serie om morgenen og jeg er lidt træt så kan jeg bare sidde sådan følge lidt med i det og så noget når man er lidt træt stadigvæk

M: så der er ikke det er ikke fordi du sådan er du er ikke selv aktivt opsøgende efter programmer derinde eller serier derinde?

Rasmus: jo jeg synes det er meget fedt man kan downloade ellers er det Viaplay hvor man kan downloade film eller serier sådan ned når man skal til Jylland eller sådan noget så er det meget fedt at downloade serierne hvor man kan sidde og se det offline hele vejen på til Jylland og så har jeg Viaplay som sidste. Det er lidt det samme som Netflix jeg bruger det også til det samme. Bare det er sådan Netflix har det ene og Viaplay har det andet. Jeg tror Viaplay de har flest serier og Netflix har mest sådan film ja hvor de T

M: ja så må det være din tur Henriette

Henriette: ja som nummer et har jeg en app Playtube hvor man kan sådan downloade musik så kan man høre det uden at man hele tiden skal vælge en ny sang og sådan noget

M: det er en app siger du har det noget med youtube at gøre?

Henriette: T nej du altså på en måde du går på en måde ind på youtube for at downloade sange og så ligger de så på app'en jeg hører det ret tit. Ja. Nummer to har jeg snapchat hvor man kan se hvad andre laver og så kan man skrive med hinanden ja. Så Instagram hvor man ja hvor man kan se hvad nogen har lagt op og sådan noget ja

M: bruger du det ikke selv til at ligge noget op?

Henriette: nogle gange ikke særlig tit. Og så har jeg DR1 og TV2 fordi at det om aftenen så er det ligesom vores familie det er sådan så ser vi sådan et program sammen om aftenen hver dag eller sådan et eller andet

M: hvad ser i så? Bagedysten sagde du

Henriette: ja og sådan noget Rundt i Danmark og Størst og sådan noget

M: er det noget du kunne du finde på at se det hvis du er alene hjemme en dag for eksempel kunne du så finde på selv at gå ind og se de programmer eller er det kun sammen med familien?

Henriette: det kunne jeg godt finde på jeg synes det er meget sjovt. Og på en femteplads så har jeg så beskeder hvor man skriver til hinanden det giver lidt sig selv

M: ja

Henriette: og så har jeg Duolingo også det der tysk hvor der står man skal lave det og den der konkurrence og så har jeg Netflix hvor at jeg kan se film og serier når jeg har lyst

M: hvad ser du for nogle serier på Netflix?

Henriette: altså jeg ser Bones men nu har jeg set alle afsnit så nu skal jeg vente på der kommer en ny sæson så ser jeg en masse film og så har jeg så UV Tårnby for det er sådan skolens hjemmeside for så kan jeg se min ugeplan og så noget. Og så har jeg youtube hvor jeg bare ser alle mulige videoer og sådan noget prank og vine og sådan noget.

M: okay ja

Henriette: og så har jeg DR TV som jeg bruger hvis der er programmer jeg gerne vil se men som enten kommer mens jeg er i skole eller sent om aftenen så jeg ikke kan se det så ser jeg det lige på DRTV

M: så det er streamingtjenesten den bruger du?

Henriette: ja

M: hvad kan det for eksempel være du streamer?

Henriette: altså jeg ser sådan nu Hvad sker der dansker fordi der er jeg i seng når det er det kommer ja

M: nu sidder i andre og griner lidt hvorfor gør i det?

Frederik: hvad sker der dansker

Rasmus: det er fordi det er bare meget et meget sjovt program jeg tror mest det er derfor vi griner

M: kender i godt det ser i det selv jer andre?

Ukendt: ja

Alberte: jeg kender det ikke jeg ved ikke hvad det er

Anton: jeg har faktisk ikke rigtig set det endnu

Flere: (uf)

Ukendt: er det det der Adam og Noah?

Frederik: jeg ved ikke hvad de hedder det er sådan to udlændinge der render rundt og laver sjov med dansk politik og alt muligt

Alberte: jeg har aldrig set det

M: det er to udlændinge der render rundt og laver sjov med dansk politik?

S: Noah og Adam er det dem?

Flere: ja

Frederik: ja danske traditioner og sådan

M: okay

Rasmus: den ene står mest bare og siger ja ja i baggrunden mens ham der Adam han snakker mest

M: okay mm

Anton: ej nu skal jeg lige være lidt nørd ikke men det er faktisk Noah der snakker og Adam der siger ja

Flere: haha

M: hvad kender i andre til den her DR streamingtjeneste?

1.10

Alberte: nej

M: er det noget i kunne finde på at bruge nu hvor i ved den er der og den er gratis?

Rasmus: måske vil jeg gå ind og tjekke den jeg har også noget der hedder TV plus tror jeg det hedder eller sådan noget det er er sådan også på nettet hvor du kan gå ind og se ting der blevet vist på TV2 hvis nu du lige har misset det afsnit eller et eller andet

M: hvad kunne det være for et afsnit du missede?

Rasmus: det er forskelligt T The Voice er det ikke på TV2

Anton: jo det tror jeg også

Alberte: gud ja det ser jeg også

Rasmus: hvis man misser det kan man gå ind og se det

M: okay

Anton: der var faktisk en fra vores skole der var med i det her i år

Henriette: hun røg så ud i lørdags men

M: har det lige haft ekstra betydning for at i har set programmet (uf)?

Flere: ja (uf) haha

M: nå nu har vi været igennem jeg skal simpelthen lige rejse mig op og danne mit et overblik over jeres sedler her

S: jeg ved ikke om vi skal holde en pause nu der er gået over en time

M: er der det nå for søren så har vi travlt

S: ja vi har lidt travlt nemlig

Sara: bare tag jer god tid

Flere: haha

M: nej vi holder lige fem minutters pause

-
S: jeg har lige hurtigt nogle spørgsmål jeg har lige lyttet lidt med T nu fortalte du Henriette lidt om i så TV2 og DR1 med familien meget

Henriette: ja

S: holder i så øje med hvad der kommer i løbet af ugen og tænker torsdag aften skal vi altså se det eller er det bare

Henriette: altså vi normalt så kigger vi om aftenen hvad der er og så kan vi huske det og det er normalt sådan der kommer hver uge så husker vi hvad det er der kommer så ved vi så for eksempel onsdag der kommer Den Store Bagedyst så vi kan ligesom huske det

S: vil i hellere sidde klar og se det nu kendte du også DR TV end at bare vælge at se det når i har lyst?

Henriette: så vil jeg hellere sidde klar og se det om aftenen

S: hvorfor det?

Henriette: det ved jeg ikke jeg synes bare det er hyggeligere

Rasmus: så hvis man allerede har haft hvis man har læst noget om Voice Junior for eksempel ikke så har man hørt herovre i skolen nå hun røg ud så er der ikke så meget at se hvis det er man kun holder øje med en person for eksempel Henriette hun ser Den Store Bagedyst hun holder med en person og så man allerede ved at hun er videre eller sådan noget så er der ikke så meget at se men så er det federe at se det live så kan hun komme over og snakke om det i skolen hvis det i stedet for sådan at se det efter skole

Henriette:

altså folk siger

hvem det er der er røget ud eller sådan noget

S: men for eksempel det der Rundt i Danmark er det et DR program?

M: er det noget

Henriette: jeg tror det er TV2

S: okay nå men der er det jo ikke sådan noget hvor man afslører er det det?

Henriette: nej men det er bare

S: hvad hvis det er et program hvor man ikke afslører noget?

Henriette: der er det det samme der kan man sådan hvis der er nogen andre der snakker om det. Bare ikke så meget men

Rasmus: ja det er også lidt federe at kunne snakke om det sådan næste dag når det man også selv ved noget om det i stedet for at komme over og så jeg har ikke helt set det jeg skal hjem og se det efter (uf) man har fulgt med i det så

M: betyder det noget for jer det her med at kunne altså snakke i meget om programmer i skolen altså er det noget der altså kan man sige betyder noget for jer at føler i jer lidt mere med hvis i kan snakke om de her programmer med hinanden eller?

Rasmus: ja for eksempel fodboldkamp i stedet for at finde den frem eller at streame den så man kan se den næste dag og så se den samme dag så har man også noget at snakke om herovre

M: hvad med dig Alberte hvad ser du nogle gange nogle programmer bare for at kunne eller ikke bare for men for at du kan snakke med nogen om det næste dag?

Alberte: det ved jeg ikke nogle gange for eksempel det der Voice det ser jeg. Jeg fulgte rigtig meget med i det i starten det da var at hende fra skolen var med men jeg har tænkt mig at følge med i det alligevel men det ved jeg ikke rigtigt om jeg gør

M: det er også helt i orden

S: Henriette nu sagde du du kendte DR TV hvordan kender du det?

Henriette: det var min søster der har fundet ud af det og så har hun lagt det på iPad'en og så har jeg så set hvordan det er og så ja

S: var det en overraskelse at man lige pludselig bare kunne se det hele på nettet?

Henriette: T nej egentlig ikke fordi man kan jo godt i forvejen se alt muligt på nettet og ikke kun på fjernsynet fordi at alting bliver streamet

M: hvor gammel er din søster?

Henriette: hun er fjorten nej femten haha

S: hvad med jer andre kendte i til DR TV?

Flere: nej

S: okay

Rasmus: jeg tror jeg har hørt reklamer om det eller sådan noget

Sara: det har man nok for alle ting reklamer

S: ja men hvad T så lige et andet spørgsmål hvad er forskellen mellem tv og Netflix for eksempel. Det der med at sidde og vente på at noget kommer på et bestemt tidspunkt og så?

Rasmus: Netflix det er mere sådan det er ikke så meget ting som har været i tv'et ting som er blevet optaget for eksempel Station 2 det ligger jo ikke på Netflix eller Viaplay det ligger kun på der hvor det er TV2 ligger kun på TV2 Play fordi at ja det er sådan deres egen kanal

S: for eksempel altså det er et dansk program hvor meget af det på Netflix måske ikke er dansk lavet?

Rasmus: jeg forstår ikke helt spørgsmålet

Henriette: der er meget at det der ligger på Netflix der ikke er dansk måske en serie eller sådan noget ellers er det amerikansk eller sådan noget

S: ja kan man så ikke helt sammenligne TV og Netflix for eksempel?

Sara: jeg synes godt man kan

S: ja hvordan det?

Sara: man kan jo se ting og sådan noget men jeg synes bare Netflix det er bedre fordi at hvis ikke der er noget i fjernsynet så kan du jo bare gå ind og vælge det du gerne vil se hvis det er der det er ikke lige alt der er på Netflix

Anton: altså Viaplay det synes jeg minder lidt mere om fjernsyn for der kan du også se live fodboldkampe og du kan se serier som er der og du kan se og på Viaplay er der altså de der er måske lidt flere film på Netflix men på Viaplay kommer der bare de nyeste film meget rigtig rigtig rigtig hurtigt og så synes jeg også det synes jeg er godt. Jeg synes ikke helt det er det samme som at se noget i tv'et men man kan godt sammenligne Viaplay og tv lidt mere end jeg synes man kan sammenligne Netflix og tv

S: okay ja hvad hedder det nu der er også nogle af jer der sagde man nogle gange tændte for tv og radio og så var det afslappende og så så man noget af det der var eller hørte det der var. Hvad betyder det at man tænder og så er der et eller andet og så er der noget frem for at man altid selv skal ind og vælge?

Henriette: så kan man ikke altid sådan helt årh hvad er det der er for så bliver det sådan noget nyt så kan det være man kan følge med i det eller sådan i stedet for det bare er det samme man ser

Sara: det kan også være sådan lidt man tænder for tv'et det første man ligesom ser det fanger en og så er det bare sådan så gider man ikke helt slå væk fra det hvis man havde tænkt sig at gå over på en anden kanal. Nogle gange glemmer jeg at gå over på en kanal min papfar og min mor de plejer at se TV2 om aftenen så starter den også med TV2 om morgenen og så er det lige noget spændende så bliver jeg lige der og så går jeg så over på et eller andet morgen tv som jeg gerne vil se om morgenen i stedet men det fanger lige en til at starte med sådan andre kanaler vi lige starter på synes jeg

S: hvad synes i andre?

Henriette: jeg synes også hvis der er noget der fanger en så ser man det så gider man ikke skifte kanal

S: kan man så godt altså er det så rigtig forstået at nogle gange så det der med at tænde for tv'et det er faktisk lidt fedt fordi man kan blive overrasket med noget man normalt ikke ville vide hvad var eller vælge selv?

Henriette: ja så er det sådan nå det er faktisk ret godt det der

S: ja det var måske også lidt det du sagde med radio Anton det der med at hvis man bare hørte sin playliste hele tiden det var måske også dig der sagde det Sara så hørte man bare de samme og de samme og de samme

Sara: det er kedeligt i længden

S: ja og det er måske også det samme hvis man bare hele tiden ser de serier så kommer der ikke rigtig noget nyt

M: er det fordi at i skal udfordres lidt på nogle ting måske?

Sara: det kan godt være

Henriette: ja måske

Alberte: det er ikke noget jeg rigtig tænker over

M: nej selvfølgelig ikke men det kan jo godt være nogle gange man tænker at man vil have nogen til at tage et valg for en i stedet for at man selv tager det valg

Flere: ja

Anton: det kan nogle gange være meget dejligt

M: ja

S: ligesom den app der i har i skolen Duolingo der den er også der er også flere af jer der siger den er virkelig sjov og sådan noget det er måske federe at lære sprog på en app fremfor kun i skolen sådan kan det også være med tv nogle gange det er federe bare at få serveret nå men der kommer det her program i fjernsynet og så

Henriette: altså jeg synes det der Duolingo det er sådan det er okay men det er sådan hvis det er første opgave eller sådan noget så tror de man kan alle bøjninger og sådan noget det er ret irriterende men henne i skolen der er det sådan okay nu lærer i bøjningerne og sådan noget men på app'en nu skal du kunne det sådan selvom man ikke kender særlig meget

M: ja jamen nu skal vi i gang med en ny øvelse Emilie hun lægger lige en masse forskellige medieindhold en masse forskellige brands på bordet og så får i lige et øjeblik til lige at orientere jer i hvad det er der bliver lagt ja

Anton: MetroXpress

Frederik: Facebook Spotify

S: ja vi har en oplæser det er godt

Frederik: jaaa jeg ved ikke hvad halvdelen er det er

Anton: hvad er det der er derovre?

Henriette: det er Forbrydelsen

Sara: en virkelig god tv-serie (uf)

1.20.30

M: ja og så kunne jeg godt lige tænke mig vi tager en lille lynrunde hvor at i alle sammen siger hvad for noget altså af det her jeg lige har lagt på bordet her T der skal i ligesom udpege jeres favorit indhold det i bruger mest

Sara: må vi vælge et?

M: i må vælge jeg skulle lige til at sige så mange i vil men helst dem i bruger mest hvis det så er en eller seks så det er ikke det der betyder noget men Alberte vil du starte?

Alberte: ja T jeg bruger facebook og så T Snapchat og Instagram og youtube og Netflix

M: og undskyld du var ikke færdig måske?

Alberte: jo jo

M: mm Frederik

Frederik: jeg bruger youtube og så det bruger jeg allermest og så lidt Facebook og en lille bitte smule Snapchat ellers ikke noget

M: hvad med dig Sara?

Sara: ja nu skal i høre her jeg bruger Snapchat og rigtig meget det der Spotify og Kanal 4 og youtube og Facebook og Netflix og så den der

Flere: Forbrydelsen

M: Forbrydelsen ja og Anton?

Anton: yes jeg bruger Spotify og youtube og DR og det der Sjit Happens så jeg faktisk også på et tidspunkt

Ukendt: og P3?

Anton: og P3 det var det jeg mente nok mere ja og Sjit Happens det så jeg også på et tidspunkt

M: det skal lige siges det er specifikt Mads og Monopolet vi tænker på her

Flere: nåå

Anton: ja det så den kan også godt komme med så og så en lille bitte smule Instagram

M: okay Rasmus hvad med dig?

Rasmus: min det er nok mest Facebook og så Spotify Snapchat youtube Sjit Happens det ser jeg også og Forbrydelsen nogle gange og så DR

M: ja det var mange

Henriette: jeg har nok DR så har jeg Snapchat og så Mads og Monopolet

M: ja de tre. Ja der blev jo sagt en masse forskelligt MetroXpress det synes jeg ikke jeg hørte nogle af jer sige kan det passe?

Henriette: jeg læser det når jeg sådan er i toget så kan jeg lige tage sådan en

Ukendt: ja

Anton: jeg synes det er meget sjovt når ham der Anders Hemmingsen lige har sådan et par sider eller så synes jeg det er meget sjovt. Ham følger jeg også på Instagram men ellers ikke rigtigt

M: ja men Forbrydelsen hvem var det nu der sagde pegede på den? Det var dig Sara

Sara: og Rasmus tror jeg

M: og Rasmus? Det er et program i følger med i?

Sara: men det er der ikke mere

M: eller fulgte med i nej det er der ikke mere nu

Sara: det var kun mig der så det derhjemme faktisk fordi at min søster syntes det var sådan for gyseligt og min mor og papfar de så det bare ikke og jeg var sådan mega optaget af det faktisk

M: hvorfor lige Forbrydelsen og ikke Sjit Happens for eksempel?

Sara: jeg det jo Sjit Happens det er sjovt også sådan noget men det er Dybvad og sådan noget også så synes jeg bare Forbrydelsen er mere sådan spændingen og sådan noget det kan jeg godt lide du ved ikke hvad der sker og så får du et chok og så ej det forventede du ikke og sådan noget

M: så du det i fjernsynet eller streamede du?

Sara: ja jeg så det i fjernsynet jeg vidste hvornår det kom og så så jeg det hver gang

M: ja okay T Rasmus men du sagde du så Sjit Happens ikke men du så også Forbrydelsen?

Rasmus: ja Sjit Happens T det er sådan hjemme hos min far fordi der kan vi godt lide at se comedy og alt muligt nogen hvor man får grin på Dybvad og alt muligt og så ved min mor og min papfar og min mor de ser meget sådan T Forbrydelsen og da Anna Pihl var der og Broen og sådan noget så hvis det lige er noget jeg kender så sidder jeg bare lige og følger lidt med i det sammen med dem

Anton: og det der Borgen og sådan noget

M: ja så det er meget noget du har set sammen med familien det er ikke noget du sidder og ser alene?

Rasmus: nej men jeg kunne godt måske finde på at se Sjit Happens alene men ikke Forbrydelsen

M: okay T hvad hedder det der var rigtig mange af jer der startede ud med at sige der prioriterede de sociale medier T hvad giver det jer at bruge de sociale medier jer der prioriterede dem højest?

Rasmus: de giver sådan hvis dine venner lige ligger noget op så kan man lige like det facebook for eksempel så kan man lige like det og se hvad der sker hvad dine venner laver på det tidspunkt man kan spørge om de vil med ud og spille fodbold og sådan noget spørge om de vil spille et eller andet spil

Alberte: også hvis der er en person man for eksempel vil finde eller sådan noget så kan man prøve at søge på hendes navn og så se om han eller hun er der eller sådan noget også hvis nu der er et navn der bliver nævnt og man er i tvivl om hvem der er om personen har facebook så kan man jo så se hvem det er og så om man kender dem og så hvis der er nogen der nævner den person og sådan noget. Det er også meget rart at kunne det det kan man blandt andet over Facebook det synes jeg er meget rart

M: okay Sara hvorfor Kanal 4 og ikke DR?

Sara: jeg er bare mere til Kanal 4 altså de ting der er på det det er lidt mere mig end DR tror jeg synes jeg

M: du nikker Alberte?

Alberte: ja

M: du ville også foretrække Kanal 4 fremfor DR?

Alberte: ja

M: mm hvorfor?

Alberte: altså DR sender sådan meget P

Sara:

nok ikke vel

mere sådan lidt til ældre mennesker

kan man sige mere ungdom nej det kan man

Alberte: altså det er det jo ikke men det er mere sådan voksen synes jeg det er TV2 jo også og Kanal 4 jo også lidt jeg kan bare bedre lide at se Kanal 4 for der kommer lidt mere sådan serier og sådan noget. Noget man sådan synes er lidt mere spændende end DR

M: okay ja. Nå men så skal vi lige snakke lidt mere om DR faktisk. Kender i DR3 og DR Ultra?

Flere: ja

Sara: ja der har nogen af os været med

M: i har været med i Ultra?

Flere: ja

M: okay

Anton: ja min søster er i praktik lige nu faktisk på DR Ultra fordi vi kender ham der er chef for det

S: hvem er det?

Anton: Ramasjang eller det der Ultra kan jeg ikke helt huske han hedder Pelle. Pelle Møller

S: okay

M: men T altså nu sagde i alle sammen ja betyder det i alle sammen kender både DR3 og DR Ultra er der nogen af jer der ikke kender noget af det?

Sara: altså jeg er ikke så meget inde på DR3 tror jeg

Flere: det er jeg heller ikke

Sara: DR Ultra det er ikke sådan at man ser det hver dag men der er nogen af os der har været med i det og

Rasmus: DR3 er det ikke der hvor det er DR og så er der sådan et grønt tretal

Flere:

tretal

Frederik: jeg har hørt om begge dele før jeg har aldrig set det

Rasmus: er det ikke sådan noget dokumentar

Flere: (uf)

Anton: jeg kan godt lide det der DR3 noget

M: du kan godt lide DR3 Anton hvorfor det?

Anton: fordi at jeg synes bare der kommer også nogle fede ting og det er også som om at de laver nogle ting hvor man lidt tænker det er sgu da lidt vildt at de tør for eksempel de laver også nogen programmer som måske er lidt grænseoverskridende overfor mennesker overfor kongehuset og sådan noget kunne de godt finde på at lave grin med sådan noget og sådan. Jeg synes det er fedt på en eller anden måde. På den der måde det er lidt flabet ikke.

Flere: haha

M: hvad nu siger du flabet hvad forbinder i ellers DR3 med hvis i skal komme med nogle ord i forbinder DR3 med?

Sara: frihed ej jeg tænker det der TV

Alberte: TV2 Fri

Sara: ja udendørs dyr og gamle mennesker

Flere: (uf)

Rasmus: de fleste gange jeg har været i Sverige har de vist DR3 som sådan dokumentar hvor man så alt muligt om jeg tror det var noget engelsk noget hvor det var du var ude i sådan en safari ting hvor du kunne se dyr og alt muligt

Sara: det er rigtigt altså DR1 tænker jeg jo også er sådan noget dokumentar i forhold til Kanal 4 det er

Rasmus: DR1 det er der hvor der kommer Vild med Dans er det ikke

Sara: nej det er TV2

Rasmus: nå ja

M: hvad med DR Ultra hvad forbinder i det med?

Sara: børn

Alberte: ungdom

Henriette: jeg synes at det er kedeligt

Alberte: det er for barnligt det er sådan det er sådan tegneserie

Anton: min lillebror

Flere: haha

M: du forbinder DR Ultra med din lillebror hvor gammel er han?

Anton: otte ja

M: ja

Sara: DR Ultra er det også lidt indenunder Ramasjang

M: faktisk så Ramasjang der hedder aldersgruppen tre til seks år og Ultra hedder den syv til tolv år så der er sådan en lille opdeling der men T ja hvad var det i jeg synes Alberte du sagde også et ord lige før gjorde du ikke til DR Ultra

Sara: du sagde ungdom

Alberte: ja ungdom sådan lidt mere

Sara: ungdomsnyheder ligesom er det ikke det

Alberte: altså også jeg kan godt lide det der Ultra Nyt fordi de forklarer tingene sådan så det er børnevenligt ikke som TV2 hvor de nærmest siger det nærmest ligeud på DR Ultra der gør de det mere børnevenligt

M: kan du godt lide at få nyheder på den måde så og følge med i nyheder?

Alberte: altså jeg er sådan lidt ligeglad jeg kan gøre det på begge dele så

M: okay ja. T så skal jeg lige høre

S: må jeg lige spørge om noget til det her? Nu sagde du du så DR3 hvordan kan det være du ser det?

Anton: T ser det er måske også lidt jeg spoler over på det nogle gange hvis det lige er der og sådan noget fordi der er nogen ting de har der er lidt fangende titeloverskrifter og sådan noget og altså jeg synes bare på en eller anden måde det er lidt federe end de andre DR programmer

S: ja du sagde også det var grænseoverskridende overfor mennesker hvad er det for nogle programmer du har set sådan eller hørt om eller?

Anton: jeg kan ikke sådan helt huske bare lige hvad de hedder og sådan noget men jeg synes nogen af tingene er det bare sådan hvor de siger det bare ligeud i stedet for der med at ligge skjul på det sådan i stedet for at ligge skjul på for eksempel så siger de for eksempel hvis der er nogen der synes et eller andet med regeringen eller et eller andet så siger de det bare i stedet for sådan at pakke det ind og alt muligt. Det synes jeg er fint nok.

M: hvad T ja ja hvad med DR3 og DR Ultras platforme som de har faktisk Instagram de har Facebook de har Snapchat de har hjemmesider. Ultra har i hvert fald en hjemmeside er det noget i kender til og bruger i eventuelt nogle af de her andre tiltag end bare tv?

Rasmus: jeg følger dem på Instagram tror jeg

Ukendt: jeg følger dem

M: hvem følger du på Instagram?

Rasmus: DR Ultra

Alberte: jeg har ikke gidet følge dem for jeg synes ikke det er særlig sjovt (uf)

Anton: må jeg lige sige en ting hurtigt igen det er fordi at det der med DR3 bare lige hurtigt det er jeg tror ikke jeg ved ikke om det er DR3 eller DR2 eller sådan noget men så kender jeg også ham der Mikkel Frey som er vært på en af de der kanaler ham kender jeg også godt måske også derfor jeg har set noget af DR2

S: han er nyhedsvært ikke?

Anton: ja ja han er nyhedsvært

M: men Alberte du følger også Ultra på Instagram eller hvad?

Alberte: ja også på snapchat

M: også på snapchat?

Alberte: ja altså det er også bare for at se hvad der sker om der er noget sådan vigtigt i det der Ultra Nyt det er ikke fordi jeg ser det der Ultra Nyt fast hver dag men hvis det er det sådan bare er der og der ikke rigtig er andet så kan jeg godt finde på at se det

M: så hvad får du ud af at følge Ultra på Instagram og Snapchat?

Alberte: altså på Snapchat får jeg sådan nok ud af at P for at se hvad der sker i deres program i stedet for sådan at skulle ind og læse om det så er det sådan ja de laver også sådan sjovt at se på deres

MyStory men på Instagram der kigger jeg ikke så meget på dem det er bare jeg tror bare jeg følger dem ja

Sara: jeg synes Ramasjang er sjovere

Flere: haha

Sara: nej ikke at jeg går hjem og ser Ramasjang og Rosa fra Chokoladegaden juhuu det er ikke det men det er fordi at min lillesøster hun er sådan om morgenen når hun står tidligt op så ser hun det og så sidder jeg og ser det med hende og det er meget hyggeligt

M: hvor gammel er hun du har måske sagt hvor gammel hun er?

Sara: jeg har to men hun er tre

M: hun er tre okay

Sara: og så sidder hun så og ser det og sådan og så kan jeg bare huske nogen af de der ting det så jeg jo mega meget da jeg var lille og så ser jeg det igen og så synes jeg bare det er hyggeligt

M: det er lidt nostalgisk eller sådan

Sara: ja så tænker jeg sådan lidt tilbage fra da jeg var lille og har man sådan nu er jeg ikke så gammel endnu men så kan man sådan tænke tilbage til hvad man lavede og sådan noget synes jeg

M: ja

Rasmus: jeg ser mest sådan Disney Channel og sådan noget i stedet for alt så noget Ultra og

Henriette: ja det gør jeg også (uf)

M: hvorfor synes du Disney Channel er bedre end DR Ultra?

Henriette: det er fordi det er for ældre børn

Sara: (uf)

Rasmus: ?(Lindy og Logan)? der har de nogle gange jeg fulgte en gang med i sådan noget hotel 13 det var meget sjovt T jeg synes også bare Ultra nogle gange kan de godt lave noget der er ret sjovt hvor de er ude at interviewe eller sådan noget

Sara: ligesom de var med os

Rasmus: ja men hvad hedder det Disney Channel det er bare sådan så er der lige nogle reklamer så kommer deres en masse serier og sådan noget og ja

M: okay

Rasmus: det synes jeg bare er fedt

M: så skal jeg lige høre sådan hvad ved i hvad public service er?

Anton: hvad

M: public service ved i hvad det er?

Henriette: T nej

Flere: nej haha

Frederik: jeg har hørt navnet før T ikke meget mere end det

M: i kan ikke der er ikke nogen af jer der kan komme med et bud på hvad i tror det er kunne være?

Anton: en streamingtjeneste

Henriette: et eller andet med folk

Frederik: offentlig tjeneste

M: noget med (uf) streamningtjeneste?

Anton: det er bare fordi i snakkede meget om det der streamingtjeneste så kunne det godt være

Frederik: offentlig tjeneste

Alberte: jeg aner ikke hvad det er

M: du er lidt inde på noget Frederik

Frederik: ja direkte oversat

M: det er fordi vi betaler jeres forældre betaler til staten for at staten DR kan levere tv indhold eller bare generelt medieindhold til jer det gør i via licens kender i til licens?

Flere: ja

M: når i betaler licens så betaler i faktisk til public service så betaler i til at der kan leveres medieindhold til jer

Ukendt: nåå

S: licens det er sådan en regning der kommer ind af døren to gange om året på tusind kroner eller sådan noget

Henriette: nå licens nå okay

Alberte: har den ikke lige været der næsten

S: jo det kan godt være i har set det i postkassen det er i hvert fald noget jeres forældre betaler

M: nå det var egentlig bare det skulle vi lige høre om T jeg skal lige høre der er flere af jer der har nævnt noget med at i spiller spil flere af jer spiller mange spil især dig Frederik du spiller mange spil. Hvad giver det jer at spille spil?

Frederik: det er bare det er sådan jeg underholder mig selv haha

M: ja hvad med jer andre der var flere af jer der var inde på noget med spil? Ja Rasmus du kan bare

Rasmus: jeg begyndte at spille da mine venner forklarede mig de har sådan et nyt spil kørende hvor de forklarede mig lidt om det og så hvis jeg synes det er sjovt så downloader jeg det så spiller jeg det bare sammen med dem som jeg synes spil er sjove. Jeg kunne ikke finde på at sætte mig og spille et spil sådan alene uden at der var nogen af mine venner der spillede det fordi T jeg synes det er sjovest når man har nogle sådan at snakke med mens man spiller det nogen at være sammen med måske til at spille sammen med i stedet

M: hvad tænker i andre om det har i det på samme måde hvis i spiller spil at i skal være sammen med nogle andre imens?

Flere: nej næ

Frederik: jeg sidder jeg startede bare sidde alene og spille online og så på grund af det har jeg nu et netværk af venner over de fleste hvad hedder det nu

Henriette: kontinenter

Frederik: ja kontinenter så jeg kender rigtig mange folk rundt i verden på grund af det det er meget hyggeligt at sidde og spille med dem

M: så du har fået sådan lidt et netværk af at spille spil?

Frederik: ja

M: ja T vi går hurtigt videre her vi har lidt travlt så skal vi høre hvad synes i at jeres mediebrug har ændret sig over de seneste år for eksempel bare i forhold til i gik i femte sjette klasse har i. I nikker kan jeg se hvordan har det ændret sig?

Henriette: jeg synes ikke særlig meget for jeg fik først en iPhone i påsken ellers har jeg haft sådan en med tastatur der ikke kan gå på nettet

M: så du har ikke hvad med sådan i forhold til ting du bruger altså i forhold til programmer det er bare generelt alle mulige ja programmer hjemmesider også hvad i bruger iPods mobiler og?

Alberte: meget mere de seneste år også med Netflix og sådan noget. Det var ikke særlig udbredt for nogle år siden

Sara: der er jo rigtig rigtig mange der står og så har de iPhones og alt muligt og så har de jo alle de der sociale medier og være på og det synes jeg at selve iPhonen har bare bredt sig rigtig meget og alle de der sociale medier en iPhone har typisk har bare spredt sig eller er blevet meget stor

Henriette: nu er det også bare sådan at nu skal alle have iPhone

Sara: ja ja alle har og så har de sådan en 5'er eller en 6'er eller et eller andet

Alberte: eller en Samsung vil jeg sige der er også

M: men T nå undskyld

Alberte: der er da nogen fra klassen der har Samsung i vores klasse

Henriette: det er de fleste der har iPhone

M: men hvad tænker i at det mest er på grund af at medier har udviklet sig at i har ændret jeres vaner eller er det også fordi i har fået nye interesser eller hvordan?

Henriette: begge dele

Sara: jeg tror vi er blevet ældre kan man ikke sige det sådan

Rasmus: man får også nye interesser når man bliver sådan ældre

Sara: man gider ikke hjem og lege med LEGO og barbie dukker og sådan noget mere

Anton: snak for dig selv ikke

Flere: haha (ud)

M: Frederik du er ikke begyndt at spille nogle andre spil nu end du gjorde for et par år siden?

Frederik: nej det har faktisk altid reelt været de samme. GTA de er jo nået til deres femte spil nu dem har jeg også spillet i flere år alle de der fra etteren til fem det sammen med FIFA dem har jeg også spillet i flere år så dem er de har ikke rigtig ændret sig. Mest Snapchat den fik jeg sådan for en måned siden så den er ny

Rasmus: og Facebook er også ret nyt er det ikke?

Frederik: ja det fik jeg sidste år eller sådan noget tror jeg

M: okay T hvad bruger i medier anderledes end jeres ældre søskende hvis i har det eller forældre måske?

Anton: ja

Alberte: ja

M: hvordan det du siger nej Sara?

Sara: nej det er fordi jeg ved ikke om jeg sagde ja eller nej min søster hun går i femte nu og hele deres klasse tror de er sådan fjorten femten år. Nej det er ikke en gang løgn og da vi gik i femte der var vi overhovedet ikke sådan der alle sammen skal have mascara iPhone og Snapchat og alt muligt

Anton: årh ja

M: så i er måske meget ens i forhold til dem der lige er sådan yngre søskende har i måske meget de samme medievaner med eller hvordan?

Rasmus: nej

M: nej?

Anton: der er mange af de der ting der er meget anderledes. Om man så bruger de samme medier eller hvad man gør så synes jeg der er mange ting der er anderledes

Rasmus: jeg synes også det er lidt overdrevet hvilke mobiler forældrene giver sådan nogle børn i den alder

Henriette: ja det synes jeg også nogle gange giver de bare en iPhone 6 plus de er sådan til en på fem år

Frederik: ja

Sara: og iPads til en toårig Siri jo jo jo

M: men hvad er det der er anderledes fra jeres mediebrug i forhold til jeres ældre og yngre søskende?

Anton: jamen jeg har en storesøster hun er femten og hun går i niende hun bruger medier rimelig meget mere end mig hun har sådan to computere tror jeg og en iPhone 5 og Facebook og alt det der hurtige ikke hele tiden men hun bruger det meget hun har også bare (uf) ja det

Rasmus: min storebror han sidder også han har to skærme på sin computer så sidder han bare sådan så hvert evig eneste sekund så sidder han bare og bladrer op og ned af den der Facebookside for at se om der er kommet noget ny

M: hvor gammel er din storebror?

Rasmus: han er går i P tredje g nu tror jeg

M: sytten atten år?

Rasmus: ja

Sara: hvem af dem er det vi snakker om?

Rasmus: Frederik

Frederik: min storesøster på femten hun sidder også på iPad og iPhone og Mac Book og sidder og snakker med alle mulige hele tiden nonstop

1.42.50

M: så i mener måske at dem der er altså jeres ældre søskende måske de bruger medier mere end i gør?

Flere: (uf) ja nej

Anton: de bruger det bare på en anderledes måde end vi gør

Henriette: min søster bruger det mindre end mig

Anton: bruger hun det meget meget end dig

Henriette: nej mindre end mig

Anton: det er også fordi at ens søskende er blevet sådan lidt mere det er sådan lidt svært at forklare det er sådan med alting så er det bare ligemeget hvad du gør så er det bare sådan lidt ja ja det totalt det gjorde jeg også da jeg var syvendeklasser og sådan noget

Rasmus: ja dengang jeg var lille der

Anton: de gør det måske på en anden måde og så prøver de på en måde der måske sådan lidt er sejere eller ikke sejere hvad de synes det er bare det er sgu lidt svært at følge med i det der

Frederik: ja

M: hvad med jeres forældre bruger de medierne anderledes?

Rasmus: min mor hun er helt afhængig af Facebook her forleden skulle jeg til Bornholm med mit fodboldhold og jeg var ikke en gang kommet ind i bussen så havde hun taget et billede og lagt det op på Facebook

Flere: haha

S: hun er hurtig

Henriette: min far han er sådan helt væk han kender sådan nærmest ingenting til det han kan ikke jeg tror lige han kan finde ud af at gå på nettet på sin smartphone (uf) han gider heller ikke prøve på det altså og min mor hun kan godt finde ud af det hun har også Facebook hun bruger det bare ikke specielt meget faktisk overhovedet ikke

Anton: min mor hun bruger også Facebook rigtig meget sådan jeg tror måske at ens forældre bruger måske Facebook på en anden måde med at holde kontakten med gamle skolekammerater og sådan noget bruger det til hvis ens forældre har lagt et eller andet op så bliver det også bare kommenteret af sindssygt mange mennesker man bare tænker hvem i alverden er det der

Flere: ja

M: hvordan bruger i så Facebook til forskel fra jeres forældre for eksempel?

Anton: jeg bruger ikke Facebook

M: nej det er rigtigt

Rasmus: min mor hun ligger flere billeder op end jeg gør jeg kigger mest på sådan noget man bliver nødt til at holde min mor sådan når hun tager et billede så bliver man nødt til at sige du skal ikke ligge det op på Facebook for man ved bare at hvis man ikke siger det så er det oppe inden for to sekunder

M: hvad ville du sige Sara?

Sara: det er fordi jeg ved rigtig meget om telefon og sådan noget ikke og så min far og bonusmor de har de kan ikke finde ud af noget som helst på deres telefoner og tablets og sådan noget de forstår ikke noget af det så jeg er nødt til at hjælpe dem med at gå på nettet eller hvis der ikke er noget netværk så er det fordi de har slået WIFI fra det kan de ikke huske de har gjort og de er altså rigtig unge. Min mor hun er sådan lidt mere indeni det hun har sådan Facebook og Instagram og sådan noget og det er så pinligt hvis jeg er sammen med nogen ej skal vi ikke lige tage et selfie og sådan noget hun kan slet ikke finde ud af det. Det er ikke en gang løgn og så står hun sådan her når hun skal gøre det fordi hun gerne vil være yngre end hun er

Frederik: hip

M: okay

Sara: fireogtrediven så er man jo ret gammel i hendes verden

M: T ja så skal jeg lige høre hvordan sådan på en helt almindelig dag hvordan bruger i så medier hvad kan man sige hvor meget betyder medierne for jer i løbet af sådan en helt almindelig dag du kan bare Sara?

Sara: hvis jeg nu ligger min telefon fra mig en hel dag og så kommer jeg hjem så er der sådan tolv snaps eller der er virkelig virkelig når man har så mange venner

Anton: årh fame

Sara: nej nej det er ikke det

Anton: det er bare så svært at holde sig til at (uf) folk snapper til mig hele tiden

Sara: nej det var ikke det. Det er fordi at hvis man har mange venner så får man tit alt muligt det der med at man har sådan lysten til at tjekke det

Flere: haha

Sara: lad nu vær

M: det er helt okay du skal ikke tage dig af de andre

Anton: vi er bare ikke vant til det der med at have så mange venner og sådan noget

Sara: bare glem det

M: Alberte jeg synes du skulle til at sige noget også før?

Alberte: jeg synes at det sådan henne i skolen når det er vi spiser eller et eller andet så er alle sådan på telefonen nærmest så det er nærmest bare sådan okay

Frederik: ja

Rasmus: det er slet ikke sådan som det plejer at være

Alberte: nej

Rasmus: da vi gik i sådan femte og ned da var det sådan hygge og sådan i spisefrikvarterene hvor man sad sammen og sådan noget nu sidder alle bare selvom der er to fra vores klasse der sidder lige overfor hinanden næsten så sidder de og tager billeder og sender beskeder til hinanden

Anton: det er sindssygt mand (uf)

Henriette: jeg synes det er jeg synes faktisk det er sådan er hvis man ikke har sin telefon med så føler man sig sådan lidt udenfor for alle de andre sidder bare med deres telefon og laver et eller andet

Ukendt: ja

M: men sker det at man at du ikke har din telefon med eller hvad?

Henriette: ja altså i går der glemte jeg den så

Anton: eller når der ikke er strøm på (uf)

Rasmus: også når det er man glemmer at sætte strøm på i løbet af natten så den er rød om morgenen (uf)

M: i kan godt finde på hvis i nu ikke glemmer den kan i så godt finde på bare at lade den ligge derhjemme?

Flere: ja yes

Sara: det er også irriterende når alle har iPhones og sådan noget og så har de en eller anden app som man ikke kan få til smartphones det er også sådan pænt irriterende hvis de sidder og jeg tror vi er fem eller seks der har smartphones i klassen

Alberte: ja

Sara: og så er der også de der atten andre der sidder og har apps og alle mulige som vi ikke kan få det er måske også lidt irriterende for vi har ikke sådan nogle apps som de ikke har

M: men hvad T hvordan ville sådan en dag helt uden medier hvis i skulle forestille en dag helt uden medier uden fjernsyn telefon iPad Playstation og så videre hvordan ville det være?

Rasmus: så tror jeg folk ville være meget mere sammen end de var nu altså

Sara: det kunne faktisk være rigtig sjovt eller ikke sjovt men bare at prøve ikke have nogen

Rasmus:

der er stadig nogen der bare sidder inde i klassen med sin mobil

Henriette: jeg tror det kommer til at være rigtig dejligt for så kan man være sammen og har ikke nogen mobil ikke de der sociale medier at tænke på så er det bare sådan væk hele dagen

Anton: ja det tror jeg også

M: der er ikke noget i vil savne i løbet af sådan en dag?

Flere: nej

M: hvad nu hvis så var en uge for eksempel og undskyld Frederik jeg ville lige høre?

Frederik: jeg har prøvet at gøre det i en dag og jeg synes ikke jeg manglede noget fordi at jeg var bare aktiv hele dagen så løb en tur og alt muligt

Rasmus: men man føler sådan

Sara: de har lavet i min søsters klasse jeg ved at nogen af de andre skoler de bruger deres telefon rigtig meget så de samler dem ind om morgenen og så får de dem først når de har fri og så må de kun bruges i sådan nogle fag som dansk og hvis man skal søge på et eller andet (uf) matematik bruge en lommeregner ellers så tager de dem og samler dem ind og så har de dem bare oppe i klassen så må de ikke tage dem. Så de har en hel dag uden telefoner fordi de hele tiden sidder på dem

Henriette: det vil jeg faktisk også godt have i vores klasse

M: hvis i nu havde sådan en dag uden medier eller en uge uden medier hvad ville i savne allermest tror i?

Sara: musik

M: musik

Alberte: ja

Anton: New Star Soccer

Henriette: jeg tror også musik

Rasmus: musik når man sidder og arbejder det er meget dejligt

Flere: ja

Sara: hvis du nu har taget høretelefonerne med

M: ikke noget der er ikke nogen af jer der ville savne et eller andet fjernsyn?

Henriette: næ

M: du nikker Alberte?

Alberte: jeg ville ikke jeg ville nok savne at se Danmarks Næste Topmodel fordi det er sådan noget jeg er inde i og så ja det ville jeg nok savne

M: okay jeg tror lige

Anton: nej jeg har lige en ting også jeg tror også jeg ville savne at se fodboldkampe hvis der var Champions League eller sådan noget eller tipsbladet

Henriette: jeg har sådan ret mange ferier hvor der ikke har været internet og det har bare været sådan virkelig dejligt fordi man så var helt fri for det så kunne man bare være sammen med sin familie hele tiden og ikke sådan hvad laver du og sådan noget

Anton: da jeg var på Kreta der måtte jeg slet ikke have min mobiltelefon med

Rasmus: nej det er hyggeligere at være sådan sammen med familien end at sidde oppe på sit værelse med mobilen når man er på ferie skal man bare ud og opleve

Alberte: sammen med familien

Sara: eller hvis du bare lige har en dag på hotellet hvor du ikke der er rigtig mange hvis de er på ferie så tager de billeder af det og sådan noget jeg ved ikke hvordan men jeg slår alt mit internet fra og så slukker jeg den bare jeg ved egentlig ikke hvorfor jeg har den med

Henriette: jeg kan altså når jeg har min telefon med på ferie så bruger jeg den sådan til at tage billeder men jeg går ikke på internettet eller sådan noget det gør jeg ikke

Sara: jeg kan godt tage nogle billeder men det er ikke sådan at jeg har den med rundt når jeg er ligesom når jeg er herhjemme hvis jeg skulle et eller andet i Fields og sådan noget så havde jeg taget den med men hvis man er på ferie eller et eller andet så er det virkelig rart bare at lade den ligge så

Henriette: medmindre jeg skulle bruge den til noget (uf)

M: jeg har lige et sidste spørgsmål inden Emilie får lov til at supplere hvad kunne i forestille dig at bruge en dag helt uden DRs medier?

Henriette: ja

M: det kunne du godt hvad med jer andre?

Flere: ja

M: der er ikke noget på DR i sådan en streamingtjeneste eller en hjemmeside eller en app eller sådan noget i vil savne?

Anton: P3 ville jeg nok savne på et tidspunkt ej ikke savne jeg tror nok jeg ville ikke savne det tror jeg men

Rasmus: i en dag ville jeg nok ikke have noget imod det

Anton: det ville jeg heller ikke

M: hvad så hvis det var mere end en dag hvad nu hvis det var et år for eksempel?

Anton: så ville jeg måske gerne have det alligevel

Henriette: det

Frederik: jeg bruger aldrig DRs tjenester alligevel

Sara: hvis det nu var din bærbar eller et eller andet (uf) det du bruger allermest måtte du ikke have et år

Henriette: det ville jeg faktisk have det fint med

M: også med DR?

Frederik: giv mig din telefon (uf)

Anton: jeg ville faktisk gerne tænde for radioen og Den Store Bagedyst

Henriette: også hvis man er sådan uden internet så bliver man tvunget til at finde på noget selv at lave det synes jeg er meget dejligt (uf) så er man sådan bedre til at finde på ideer og sådan noget

S: ja men så har jeg lige nogle spørgsmål nu snakkede du om Bagedysten der er flere af jer der ser det?

Flere: ja

S: det er der faktisk

Alberte: problemet er bare at det kommer samtidigt med det andet program så vi ser det bare på et andet tidspunkt

Sara: så i streamer hedder det ikke det?

Alberte: ja vi sætter det bare sådan vi sætter det bare til fjernsynet en anden dag hvor vi sådan keder os eller noget så ser vi det der

S: så i streamer faktisk Bagedysten?

Alberte: ja

S: det må være på DR TV så altså så det som Henriette fortalte om?

Alberte: ja det er det. Det er mest min mor jeg kender ikke rigtig til noget til det det er min mor der bare går ind et eller andet sted og finder det der og så sidder vi bare og ser det

Rasmus: jeg synes grunden til jeg ser det også lidt det er også fordi der er en komiker der hedder Dybvad han har lavet også lidt sjov med det og så skulle jeg bare se hvad det var og så var jeg også bare fanget af det. De laver mad (uf) det er meget sjovt og så konkurrenceforholdet

S: ja man bliver hurtigt fanget af det selvom det godt kan lyde lidt åndssvagt i starten at folk bare står og bager rigtig meget

Alberte: ja men så lærer man også personerne at kende lidt altså sådan

S: hvad med nu er det jo også DR der laver X-faktor er det noget i ser det er noget der kommer?

Flere: ja

Sara: ja der er en fra klassen over os der er med i det

S: i år?

Sara: ja

S: så i skal til at se det her til efteråret eller hvornår det kommer?

Anton: ja januar

S: januar først

Henriette: jeg ser det ikke

Anton: jeg gider faktisk heller ikke rigtig se det

Sara: kun nogen gange

Anton: jo jeg vil faktisk gerne se det da City Bois var med

Henriette: hvis der ikke er andet så kan man godt se det hvis der er andet så gider ikke jeg ikke se det

Sara: sidste år der ikke fordi at ham fra vores skole er med i år men sidste år der synes jeg bare det var lidt kedeligt og men sådan en fredag aften kommer det ikke fredag en fredag aften og der ikke var noget at se så kan det godt lige være det var noget jeg så men det er ikke sådan jeg sad og ventede til klokken var otte og så skulle jeg hen og se det hver fredag det var ikke sådan

S: nu snakkede vi lidt om det der public service og sådan noget nu ved i hvad det er det der med at jeres forældre rent faktisk betaler til at DR kan lave en masse indhold som det hedder og TV2 det er faktisk også betalt for noget af det de laver de har selvfølgelig også reklamer så det er kun nogle af de penge de får. Men på den måde hvad tænker i så nu er det ikke jer der betaler af egen lomme men det gør jeres forældre får i så nok ud af det altså hvad DR laver?

Henriette: altså

Anton: hvor meget er det om året?

S: jamen altså jeg tror det er omkring to tusinde kroner per familie om året

Henriette: altså vores fjernsyn vi har sådan alt for mange kanaler som vi ikke ser i hvert fald så vi skal også have sådan valg hvad det er vi skal

Anton: altså hvad for nogle kanaler man har eller er det alle mennesker der betaler det ligemeget om du har et tv eller?

S: alle mennesker skal faktisk betale

Henriette: også dem der ikke har fjernsyn?

S: nej men DR laver ting til mobil og til computer man kan bruge DR på mange forskellige måder på deres for eksempel hjemmeside der kan man se alt tv'et ikke

Sara: hvad med pensionister og sådan noget skal de også?

S: ja

Sara: også selvom hvis man er på plejehjem og sådan noget?

S: ja jeg kender ikke helt reglerne som udgangspunkt skal alle betale men det er bare for at høre om i synes altså giver det mening når i ikke bruger det så meget i nævner rigtig mange andre ting i bruger på et tidspunkt skal i også selv til at betale den der licens når i er over 18 år og flytter hjemmefra?

Henriette: altså jeg ser sådan rimelig meget DR så jeg har det sådan fint med man skal betale for de laver noget. Hvis der ikke er nogen der gider betale til det så laver de bare sådan nogle skodprogrammer

Anton: jeg tror jeg synes det er fint nok. Altså to tusinde kroner om året nu er jeg ikke voksen eller noget men det er jo ikke særlig sindssygt mange penge vel ligemeget om du ikke tjener så meget eller jeg ved det ikke hvad jeg synes om det

S: nej men det er måske mere det der med at man kan ikke rigtig undgå at betale for det det er ligesom SKAT man skal når man bor i Danmark så skal man betale

Henriette: jeg synes det er fint nok fordi det er ligesom noget du skal overholde og sådan noget ligesom loven eller et eller andet

S: ja okay T jamen jeg synes faktisk vi har været meget rundt så spørger jeg bare lige nysgerrigt på i sagde i havde været med i Ultra hvad er det for noget?

Sara: ja det er nogen af os

Alberte: vi har været med også

S: er det Ultra Nyt i har været med?

Alberte: ja

Ukendt: nej

Flere: (uf)

S: Marie skal vi runde af så?

M: ja det skal vi T ja men tusind tak fordi i ville være med det har været super godt i har været rigtig gode. Vi vil lige høre hvordan har i synes det har været?

Henriette: sjovt

Flere: sjovt

M: man må altså gerne også være helt ærligt i skal sige lige hvis i har nogle kommentarer

Sara: mega kedeligt

Flere: haha

Anton: sjovt

M: det er også okay hvis man synes det

Anton: ej jeg synes faktisk det var sjovt eller ikke sjovt (uf) jeg kom med på et afbud så det er bare super tak Lauge

Flere: (uf)

S: nå ja

S: har i nogen spørgsmål til alt det vi har snakket om?

Flere: (uf)

Henriette: næ

Anton: må jeg lige spørge om noget som ikke har noget Aalborg går i ikke på Aalborg Universitet inde i Sydhavnen?

M: jo de har en afdeling en meget meget stor afdeling i København

Bilag 4: Interview med fokusgruppe B

Dato: 7. Oktober 2015

Deltagere

Nina
Luna
Anthony
Sebastian
Oliver
Nadia

Moderator: M

Suppleant: S

M: først vil vi spørge jer om hvilke medier i bruger for tiden og Marie her giver lige et stykke papir hvor i skal skrive dem ned i bruger

Nadia: og det er sådan Facebook Snapchat og?

M: nej for det kommer vi til lige om lidt men det her det er mere sådan tv PlayStation mobil computer sådan noget

Oliver: hvad hvis man bruger flere?

M: så skriver man bare alle dem ned

Sebastian: okay

Nadia: tæller det så ikke også for så bruger jeg jo computer når jeg laver lektier fordi ellers bruger jeg ikke computer

M: jo det tæller også

Flere: (uf)

M: jo det tæller også. Er i ved at være der? Yes Anthony siger man det sådan engelsk agtigt eller siger man det bare Anthony

Anthony: det bestemmer du selv

M: okay nå men hvad har du skrevet?

Anthony: jeg har skrevet mobil computer iPad PlayStation og tv

M: yes og Luna

Luna: jeg har skrevet iPhone Mac Book tv og Apple tv

M: ja Sebastian

Sebastian: jeg har skrevet computer tv mobil og iPod

M: iPod yes Nadia?

Nadia: jeg har skrevet telefon tv og meget lidt computer

M: telefon tv og meget lidt computer ja Oliver

Oliver: jeg har skrevet tv mobil PlayStation Xbox og iPad

M: ja og så er det Nina

Nina: jeg har skrevet mobil computer og sådan tv i parentes for jeg ser ikke så meget tv det er sådan mere film på internettet eller sådan noget og iPad

M: nu har i skrevet flere forskellige ned hvilke bruger i mest er det den i har skrevet først?

Flere: ja

Anthony: ja på min er det

Sebastian: også på min

Luna: på min er det også

M: er det mobil iPhone og hvad havde du Sebastian?

Sebastian: computer

M: telefon tv har du faktisk skrevet?

Oliver: jeg tror mest jeg bruger PlayStation

M: du bruger mest PlayStation og du har også skrevet mobil?

Nina: ja

M: så flertallet af jer bruger faktisk mest mobil ja hvorfor er det lige mobil det i bruger mest?

Nina: for eksempel med en computer ikke den er sådan meget mere nyttig end en mobil der kan man for eksempel også printe og sådan noget og så hvad hedder det men den er bare for stor at have med nogle gange så er det bare sådan hurtigere med mobilen bare lige hurtigt at tage den op af lommen

M: ja Nadia

Nadia: det er fordi det er det eneste jeg har der er sådan mit tv det deler jeg med mine brødre og søskende så det er derfor jeg har ikke andet

M: okay hvad med jer andre har i også er det også fordi jeres mobil er jeres egen eller T har i flere af tingene eller det bare mobilen der er det bedste at bruge?

Anthony: det er bare mobilen der er det bedste at bruge fordi den kan flest ting

M: du siger det kan flest ting og Luna hvad sagde du?

Luna: det er bare nemmere

Sebastian: ja den har man med overalt

Oliver: man kan bare sidde med den i skolen man tager ikke lige computeren frem også du tager ikke lige playstation med i skole

M: nej super godt nu så jeg Sebastian du skrev iPod gjorde du ikke det?

Sebastian: jo

M: jo er der andre der har skrevet iPod

Nadia: jeg har ikke en

Nina: min er gået i stykker

Oliver: jeg plejer bare at bruge telefonen til musik

M: ja men det var også det jeg tænkte for der er rigtig mange der bruger deres mobil til musik men du bruger iPod hvordan kan det være?

Sebastian: det er fordi min iPod den er nyere end min telefon så den kan lidt flere ting end min telefon kan

M: okay så hvis du havde en nyere telefon så ville du bruge den til musik også

Sebastian: ja det tror jeg

M: yes T jamen jeg synes faktisk vi kan gå lidt videre i får lige ti stykker papir hver og

Anthony: ti

M: ja nu bliver det krævende nej det i skal skrive på dem det er alle de ting i bruger på de ting i så har skrevet ned her hvad laver i så på dem det er sådan i skal tænke på det. Så de ti ting i skal skrive på dem her et på hvert papir det kan være Facebook det kan være en app det kan være et radioprogram det kan være et tv program det kan være film det kan være dit og dat

Anthony: skal vi bare skrive hvad vi laver på dem her?

M: ja altså de medier i bruger. Medieindhold kalder vi det

Oliver: hvis man nu ser noget på Netflix skal man så skrive hvad man ser på Netflix eller Netflix

M: det må du faktisk selvom hvis du. Det er dem du bruger mest du skal skrive det er sådan i skal tænke det

S: i behøver ikke udfylde alle ti

M: nej

Nadia: jeg har ikke jeg ser meget Anime men jeg har ikke sådan et specielt sted hvor jeg gør det det er sådan lidt forskelligt

M: ja det er bare fint hvis du ser det meget så er det jo en af de ting du gør mest

Anthony: gør det noget det kommer til at se grimt ud

M: nej vi går ikke op i om det ser smukt ud bare vi kan læse det nogenlunde. P. Er der noget i er tvivl om i må skrive?

Anthony: FIFA

M: det må i gerne skrive det har vi set før i hvert fald

Nina: hvad med google drev

Flere: det har jeg skrevet på

M: ja

S: hvis det er noget du synes du bruger rigtig meget

Anthony: kun i skolen

M: men i er også meget i skole. P. Godt er i ved at være der?

Luna: jeg mangler lige en men jeg kan ikke rigtig komme på noget

Anthony: skal man skrive ti?

M: nej ikke hvis man ikke bruger mere end dem i har skrevet godt men så synes jeg bare i skal liste dem foran jer fra det i bruger mest og så ned så i kan bare lave sådan en række eller hvordan i nu vil ligge dem foran jer

Nadia: må man godt ligge to for jeg kan ikke finde ud af

M: ja så kan du bare lige knytte en kommentar til det hvis det er. Ja det er en meget god ide at ligge dem sådan der så kan de være der. P. Har du dem i række der Oliver?

Oliver: ja

M: yes

Oliver: ja den har jeg brugt rigtig meget tid på (uf)

Sebastian: hvad er det?

Oliver: det er en serie

Nina: det er bare sådan en serie sådan en tøset serie

Flere: ja haha

Oliver: det var Magnus der fik mig til det og nu er jeg blevet hooked på den det er lidt sløvt

M: nå okay vi starter lige ved Anthony hvis du bare forklarer hvad du bruger som det første og forklarer hvorfor

Anthony: jeg bruger Facebook mest fordi at jeg bruger det til at skrive med folk så kigger jeg bare på de nyeste ting

M: ja altså skrive med folk er det mest det eller følger du også nyheder eller hvad det ellers kunne være kendte eller sådan noget

Anthony: altså jeg følger også kendte men det er mest for hvis jeg keder mig så kan jeg se nogle sjove videoer

M: okay så du følger nogle sider der viser videoer eller der kommer bare ting op?

Anthony: det er forskelligt for det meste er det nogen jeg følger som har lagt nogle sjove videoer op

M: ja og hvad er den næste?

Anthony: det er Snapchat det er bare det bruger jeg meget fordi at jeg har mange sådan historier stories så jeg kigger bare dem igennem og der kommer hele tiden nye så jeg kan ligeså godt bare se dem

M: ja går du også op i selv at lave stories som andre skal følge med i

Anthony: ikke så tit måske hver tredje dag eller sådan noget

M: det er okay tit synes jeg eller hvad er det meget normalt?

Anthony: det ved jeg ikke

M: hvad siger i andre til det?

Nadia: hvad

M: med stories MyStory i Snapchat

Nina: det er meget normalt

Flere: ja

M: ja hvad med den næste

Anthony: der har jeg skrevet FIFA for det spiller jeg måske en time på hver anden dag det er sådan

M: er det på computer

Anthony: PlayStation

M: spiller du så alene eller mod andre online?

Anthony: jeg spiller for det mest mod mine venner online

M: altså venner fra skolen eller venner du finder fra andre lande eller

Anthony: de venner jeg går til fodbold med

M: så aftaler i at spille FIFA hjemmefra så det er ikke sådan noget med i er nogle venner sammen og så spiller i FIFA sammen?

Anthony: T nej det er lidt forskelligt det er bare dem der er online så skriver jeg til dem og så spiller vi

M: okay ja og hvad var den næste

Anthony: Google drev det bruger jeg nærmest hver dag i skolen så det er kun derfor den er på

M: hvad bruger i det til er det til forskellige fag og sådan noget?

Anthony: til at gemme vores mapper i er det ikke

Sebastian: jo

Nina: vi laver dokumenter i den

Anthony: vi laver dokumenter i den

Nina: stil

Anthony: ja

M: den er ret højt oppe synes jeg

Anthony: det er kun fordi vi er i skole næsten hver dag jo og vi bruger det også ret tit gør vi ikke

Oliver: vi har også rigtig mange lektier for stile og sådan noget som vi skal sidde og lave så næsten hver gang man kommer hjem så har man et eller andet at lave

Anthony: og det hele foregår på Google drev

M: okay det er meget smart ja hvad er næste?

Anthony: det er så Instagram det er det bruger jeg det er også nogle gange når jeg først er kommet ind på det så kan jeg godt bruge lang tid på det bare på at se alting ellers laver jeg bare det samme som jeg gør på Facebook bortset fra at skrive med folk

M: ja det gør man ikke så meget på Instagram eller hvad?

Anthony: næ man kigger bare på andres billeder de har lagt op

M: hvad med ligger du selv mange billeder op?

Anthony: næ en gang om måneden

M: det er federe bare at kigge på andres

Anthony: ja det synes jeg

M: er det så venner eller hvad følger du?

Anthony: T fodboldhold jeg følger rigtig mange fodboldspillere

M: okay så kan du forklare det sidste

Anthony: Spotify det bruger jeg bare til at høre musik når jeg keder mig der er ikke så meget andet

M: nej og TDC Play?

Anthony: det er det samme for nogle gange så det er bare forskelligt hvad jeg bruger det kommer an på hvad jeg har lyst til. Det er fordi det ene er på iPad det andet er på computer

M: nå Spotify er på iPad

Anthony: nej Spotify er på computer og TDC Play er på mobil og min iPad

M: okay TDC Play er det også tv og sådan noget

Anthony: nej det er bare sådan hvor man kan høre musik ligesom Spotify

Sebastian: du kan faktisk godt se tv

M: okay du bruger det til musik

Anthony: jeg vidste ikke man kunne se tv men så er det også en anden app er det ikke. Er det ikke hvis man kan se film T

M: hvad så med den sidste app?

Anthony: det er sådan noget hvor man kan stille hinanden spørgsmål det bruger jeg næsten aldrig men det er stadig noget jeg bruger lidt

M: hvad går det ud på er det en app eller?

Anthony: ja du kan stille andre spørgsmål og så kan du gøre dem anonyme så man ikke kan se hvem der har stillet det

M: så du kan få et spørgsmål af en eller anden

Anthony: ja en jeg ikke ved hvem er

M: hvad kunne der så stå?

Anthony: du er lækker

M: det er da ikke et spørgsmål

Anthony: nej nej okay der kunne stå T

Nina: hvad er din livret

Anthony: ja sådan nogle gange sådan nogle dumme spørgsmål men dem svarer jeg ikke på

M: som man kan altså lade vær med at svare hvis det er et eller andet latterligt

Anthony: ja

M: okay hvorfor er det sjovt?

Anthony: fordi at T hvis man gerne vil spørge andre om noget men ikke tør og sige det i virkeligheden så skal du bare gøre det der?

M: hvis man vil spørge en eller anden pige om hun havde en kæreste for eksempel

Anthony: så kan man godt gøre det på Ask (uf)

M: det er da meget smart så kan man lige tjekke sådan lidt ud ja okay Luna vil du gennemgå dine og forklare hvorfor

Luna: ja jeg har skrevet Instagram som den første det er bare jeg bruger det bare ret tit sådan generelt det er bare følge med i andres liv og sådan noget

M: ja hvad ligger du også meget op selv så

Luna: nej nej det ved jeg ikke måske lidt

M: måske lidt hvad vil det sige?

Luna: måske to billeder om ugen eller sådan noget lignende

Anthony: det er sgu da fucking meget i forhold til Instagram er det

M: er det det? Det tror jeg er meget individuelt hvor meget man bruger det ikke hvad står der så?

Luna: Facebook og det er bare lige for at tjekke og skrive med folk på Messenger

M: ja tjekke hvad mener du?

Luna: det er bare sådan lige rulle igennem startsiden agtigt det er ikke lige fordi det er noget jeg går så meget op i men jeg bruger det ret meget

M: hvad følger du så nu sagde Anthony han brugte meget sjove videoer og sådan noget

Luna: ja det er det samme ja og så Snapchat det er bare altså jeg tror bare det er en vane hvis man lige hvis man skal skrive ting så i stedet for på besked så er det på Snapchat lige sende en snap

M: er det sjovere eller hvad hvorfor bruger man mere Snapchat end bare at sende besked?

Luna: jeg tror også det er lidt sjovere sådan med billeder og sådan noget men jeg ved det ikke

M: ja

Luna: så er det Spotify det bruger jeg rigtig meget til at høre musik og så Ask det ja jeg stiller ikke rigtig så mange spørgsmål og jeg får ikke så mange men jeg kigger på andres svar

M: kommer der også svar op og se de andres

Luna: man kan se de andres svar

M: okay

Anthony: dem man følger

M: nå okay ej jeg er nødt til lige at se den der app senere nu har vi hørt flere snakke om den vi kender den slet ikke

Nadia: det gør jeg heller ikke

M: det gør du heller ikke nej okay hvad havde du ellers?

Luna: google drev og det er for lektier og så har jeg Netflix og det er bare serier og film

M: hvilke serier?

Luna: Pretty Little Liars og Prison Break

M: Prison Break ja

Luna: og Viaplay det er bare det samme der er det nok mest sådan noget der kommer i tv'et T ja

M: tv'et som mener du dansk tv

Luna: det er bare serier der kommer i tv'et som for eksempel Paradise eller ja sådan noget reality noget

M: ja det bruger du det mest til

Luna: ja og så YouTube

M: ja hvad laver du derinde?

Luna: T det er lidt forskelligt nogle gange hører jeg musik og nogle gange ser jeg sjove videoer og så følger jeg nogle youtube'ere så

M: hvad er youtube'ere?

Luna: det er sådan nogle der ligger videoer ud på YouTube for eksempel sådan noget makeup og tøj og sådan noget

23.00

(snak om card er full)

M: Sebastian så må du forklare dine

Sebastian: min første det er Steam

M: hvad er det?

Sebastian: det er et program hvor man spiller på så kan man have alle sine spil et sted og så kan man

Oliver: en spilleplatform

Sebastian: ja en spilleplatform og så kan man snakke med sine venner og alt muligt

M: skrive eller

Sebastian: ja du kan også snakke med dem du kan sådan ringe til dem på Steam hvis de er på

M: er det på mobilen du spiller eller

Sebastian: T nej det er på computeren

M: det er på computer okay yes hvad har du ellers?

Sebastian: så har jeg google drev og det er fordi det bruger jeg meget i skolen og jeg bruger det også rimelig tit i fritiden hvis jeg skal have et eller andet vigtigt så går jeg lige hurtigt ind på google drev og opretter et dokument der

M: hvad kan det være

Sebastian: T det ved jeg ikke et link til en video på youtube hvis jeg skal bruge det eller en hjemmeside som jeg godt kan bruge en gang imellem

M: så gemmer du det i et dokument?

Sebastian: ja så har jeg det hele tiden så har jeg youtube jeg ser rimelig tit videoer om spil og hvordan man hacker spil

M: er det for at blive bedre til at spille så?

Sebastian: nej lidt og så er det bare for sjov og så har jeg også kanal fem der ser jeg rimelig tit fodbold på og krimiserier

M: krimiserier hvilke?

Sebastian: NCSI og NCIS og sådan nogle og så har jeg skrevet Facebook der skriver jeg men venner og ser sjove videoer og alt muligt og så kanal 6 der ser jeg også fodbold og krimiserier

M: det er lidt det samme som kanal 5

Sebastian: ja hvis det ikke er på kanal 5 så går jeg lige over på kanal 6 og kigger især om aftenen der er der tit krimiserier og så kanal 9 der ser jeg fodbold og alt muligt andet sport og TV2 det er mest om morgenen der ser jeg nyheder og vejret

M: er det Go'morgen Danmark også?

Sebastian: ja og så har jeg skrevet FIFA det spiller jeg på klubben og en gang imellem derhjemme

M: på klubben oppe i fodboldklubben

Sebastian: nej ovre i fritidsklubben

M: fritidsklubben ja er det så online eller

Sebastian: nej det er bare med dem der er der gider

M: så sidder i bare sammen og spiller?

Sebastian: ja

M: nu peger du på dig selv Anthony

Anthony: ja

Nina: ja og mig

Sebastian: og Nina

M: i spiller det nogle gange sammen?

Sebastian: ja og Oliver også lidt

Oliver: og mig

Anthony: nogle gange nogle gange

Oliver: jeg er for dårlig

Sebastian: og så har jeg skrevet Netflix bruger jeg ikke så meget mere men det gør jeg snart igen håber jeg på

M: hvorfor siger du det?

Sebastian: det var fordi jeg var i gang med en serie og der mangler jeg en sæson som lige er i fjernsynet nu

M: nå så du venter faktisk på den kommer på Netflix lige nu hvad er det for en serie?

Sebastian: Dr. Who

M: Dr. Who hvorfor ser du den ikke i tv så?

Sebastian: fordi den kører på BBC1 og den kan vi ikke tage i Danmark så

M: så må man vente

Sebastian: ja

M: ja Nadia

Nadia: jeg har tre som der kommer på førstepladsen og det er Anime fanfiction og så noget musik

M: har du skrevet musik

Nadia: det er på youtube men nogle gange så lytter jeg til noget fra Anime i stedet for bare at søge på det på nettet på alle mulige hjemmesider men hovedgruppe det er bare overordnede det var Anime for det har alt sammen noget med Anime at gøre så derfor har jeg puttet det op på nummer et og så google drev som nummer to

M: må jeg lige høre lidt mere om Anime hvad er det helt præcist det er?

Nadia: det er japansk animerede (uf)

M: altså er det serier eller film?

Nadia: det er forskelligt det kommer an på mange ting hvilke genrer du godt kan lide

M: hvad kan du gode lide?

Nadia: jeg kan godt lide T det er forskelligt for jeg har gang i mange serier men jeg kan godt lide ?(YuriYuri)? the Dragon Ball Yo-Gi-Oh og alle mulige andre jeg er bare dårlig til navnene (uf)

M: ser du det på din computer

Nadia: telefon jeg har ikke nogen computer

M: nå okay og så kan man se det via nettet på en side eller hvad?

Nadia: nogle gange kan man se det på youtube men jeg ser det på engelske undertekster fordi når de taler engelsk lyder det fucking dumt og det skal det bare ikke gøre det skal man ikke det er vildt dumt og så hvis det ikke er der sådan så folk kan se det hele så søger jeg for eksempel på google og så kommer der alle mulige hjemmesider og så finder jeg bare en

M: okay og så siger du de andre har lidt med det at gøre hvordan kan det være?

Nadia: det er fordi at fanfiction det er (uf) så er det at fanfiction det er nogen der kan lide (uf) som mig som så har lavet en historie for eksempel der handler om ?(daroto)? hvis nu der er noget der skal ændres eller man gerne vil putte noget så laver man bare lige sin egen historie og det læser jeg sådan agtigt meget

M: ja

Nadia: men jeg laver ikke nogen historie

M: okay så du læser folk der skriver historier om det du ser

Nadia: ja for eksempel og så musik fordi jeg hører for eksempel meget nightcall og AMV (uf) det er bare alle mulige andre og så ser jeg også nogle gange Anime på youtube

M: musikken er det fra Anime eller?

Nadia: nej ja nogle gange AMV for eksempel så er det det er sådan musik som er baggrund AMV står for Anime Music Video så de har taget alle mulige Anime klip fra forskellige Animes og så puttet på og så har de lavet sådan en video ud af det

S: men jeg kan se du har skrevet youtube under

Nadia: ja men det er fordi jeg kom til at skrive musik stort og så (uf) skrev jeg den nederunder

M: ja men mest på youtube

Nadia: og så har jeg skrevet google drev som nummer to fordi det bruger vi i skolen

M: ja har du skrevet flere?

Nadia: nej

M: nej det er de medier du bruger al din tid på?

Nadia: ja haha

M: ja godt. Oliver?

Oliver: ja jeg har måske en lidt piget ting forrest siger folk haha Teen Wulf

Nadia: hvad er Teen Wulf?

Oliver: det er en serie på Netflix

Nadia: okay hvad handler den om?

Oliver: den handler om små børn der er varulve faktisk

M: handler den om små børn der er varulve

Oliver: vores alder og så højere op ikke teens jeg ved ikke hvad man skal sige teenagere. Det er måske en lidt pigeserie men Magnus fik mig til at se den og så det er en fra vores klasse og så blev jeg så synes jeg sgu den var meget god så jeg tror jeg har set fire sæsoner på en uge eller et eller andet jeg har været lidt (uf)

M: okay så det er det du bruger allermest tid på lige nu?

Oliver: ja men det jeg er snart færdig så det er bare sådan fordi det lige nu ikke så nummer to det er Facebook jeg bruger tit bare tid på at hvis jeg skal lave haha

M: hvad griner du af Anthony?

Anthony: jeg ved det ikke

Flere: haha

M: okay

Oliver: hvis jeg nu skal til et eller andet fodbold så plejer jeg bare sidde på Facebook indtil fordi jeg ikke kan nå at lave noget andet så det er hurtigt bare sidde og se det

M: sidde bare at kigge på

Oliver: ja sidde og se videoer eller et eller andet

M: er det også sjove videoer eller sådan noget

Oliver: ja sådan noget folk der falder og alt muligt mærkeligt

Flere: haha

M: ja hvad er den næste du har?

Oliver: det er Snapchat det er også det samme med Facebook hvis jeg bare skal sidde og slappe af eller et eller andet så plejer jeg bare at kigge folks historier igennem eller et eller andet så sidder jeg bare skriver med folk eller et eller andet

Anthony: sender grimme billeder

Oliver: ja T det kan ikke være andet med det her ansigt vel

M: hvad er den næste?

Oliver: det er FIFA 16 ja jeg spiller det meget når det bare sidder og slapper af og skal bruge om aftenen eller et eller andet bruge noget tid plejer jeg lave. Plejer at lave ?(karriere)? så spiller jeg et eller andet hold eller laver min egen person og så bruger jeg noget tid på det

M: spiller du mod andre så?

Oliver: nej det er mod computer kan man godt kalde det

M: så det er ikke online

Oliver: nej

M: okay hvad har du mere?

Oliver: Diablo 3 det er et computerspil det mange af mine gamle venner fra min gamle klasse spiller det og nogle også fra før det. Jeg har gået på en del skoler så sidder jeg og spiller der og snakker med dem og så er det meget sjovt. På grund af så hører man hvad de laver og sådan noget på deres skolen nu hvor de bor femogfyrre minutter væk så det er sådan jeg møder dem ikke så tit så er det meget sjovt bare at sidde og snakke med dem og bare spille imens

M: okay så det er et spil der måske for at holde lidt kontakt med nogen eller

Oliver: ja bare sidde og snakke med dem over Skype for eksempel

M: ja Nadia hvad siger du?

Nadia: hvad er Diablo 3?

Oliver: T et computerspil og lidt det er lidt svært at forklare

M: er det sådan et krigsspil eller strategisk eller hvad er det?

Oliver: man er en person og så skal man smadre en masse monstre kan man godt kalde det det er en sværere forklaring så skal man igennem nogle baner og sådan noget. Så er det Netflix så sidder jeg bare tit og ser en serie hvis om aftenen eller et eller andet.

M: mm hvad for en serie så?

Oliver: Teen Wulf lige nu i hvert fald og så T har jeg set en masse film også sådan noget Avengers og alt muligt jeg kan godt lide mange film

M: hvilke?

Oliver: Avengers og så har de lavet en masse serier som Daredevil og alt muligt. Så google drev fordi jeg plejer at være rigtig rigtig lang tid om mine lektier når jeg sidder og laver dem (uf) jeg plejer sidde tre timer for at lave en dansk stil eller et eller andet så det tager noget tid. Så det bruger jeg også det meste af min tid på og så er der Instagram der sidder jeg og ser sportsvideoer folk der laver en fed touchdown i amerikansk fodbold eller et eller andet

M: er det fra mobilen så eller?

Oliver: ja

Anthony: hvad er der?

Oliver: ikke noget havde bare (uf)

M: hvad er den næste?

Oliver: så er det app store spil. Det er bare alle mulige spil på min telefon jeg sidder og spiller i skolen eller et eller andet for at fordrive tiden

M: ja altså i timerne?

Oliver: nej pauserne

Flere: haha

M: godt super Nina vil du gennemgå dine?

Nina: ja nummer et har jeg som Spotify fordi om morgenen når min familie lige er stået op så er det meget dejligt at høre noget musik og sådan noget og fordi at jeg har premium så er det lidt nemmere på grund af ja hvis man bare downloader app'en så kan man ikke springe sange over og alt muligt og det er virkelig nederen

M: okay så du har investeret i premium

Nina: eller jeg fik det sådan gratis i min mobilpakke

M: okay

Nina: så ja og to'eren Messenger eller sådan Facebook jeg ved ikke sådan hvordan på grund af nogle gange hvis man skriver over direkte beskeder altså fra nummer til nummer så svarer de ikke særlig hurtigt så er det bare hurtigere med Messenger

M: ja

Nina: og nummer tre er Snapchat ja det er sådan jeg bruger det til at se folks historier også selv sætte noget op nogle gange tager folk min mobil ret tit og sætter nye historier op (uf) og tager grimme billeder af mig og alt muligt men så bruger jeg det også til at tage grimme billeder af folk blandt andet Oliver og så gemmer jeg dem på min telefon til hans fødselsdag eller sådan noget og sætter dem op på hans tidslinje på Facebook

Oliver: ja det er rigtig rigtig grimt

Nina: og nummer fire er youtube det ser jeg ret tit det ser jeg næsten hver dag sådan om aftenen hvor jeg bare ligger i min seng så ser jeg det på min iPad og det er sådan forskelligt hvad jeg ser derinde

M: ja hvad kunne det være?

Nina: det kunne for eksempel være sådan nogle gaming videoer eller sådan noget PweDiePie eller sådan noget men det kan også være beauty relateret

M: hvad er PweDiePie?

Nina: det er en youtub'er det er ham der har flest subscribers inde på youtube men det kan også være beauty videoer bare fordi så ja det kunne være noget meget interessant eller noget men nogle gange er det også fails og sådan ja noget matematik relateret eller sådan noget i skolen og så er der google drev det er ja fordi vi bruger det meget i skolen for det mest men også nogle gange hvor det jeg for eksempel selv sidder og skriver noget billeder eller et eller andet så er det også bare hurtigere at gemme det inde på google drev for så kan jeg altid gå ind og kigge på dem

M: altså i har alle sammen en Gmail så det skal man vel have?

Oliver: det får man jo af skolen

M: det får i af skolen okay

Nina: og så er der Instagram jeg lægger ikke særlig meget op jeg kigger mere hvad folk hvad andre folk har lagt op eller sådan noget så ja der er ikke så meget

M: ja hvad følger du så derinde nogle af drengene sagde fodboldvideoer og sådan noget er det også det du kigger på?

Nina: nej ikke så meget det. Det er mere sådan sport forskellige sportsgrene for jeg kan godt lide at se på forskellige sportsgrene og prøve nye sportsgrene og så er det selvfølgelig venner også jeg følger og så ja kendte sådan sangere eller skuespillere eller sådan noget

M: danske eller er det sådan fra udlandet eller?

Nina: jeg følger meget få danske så det er mest sådan fra udlandet og så har jeg skrevet film/serier jeg har ikke sådan en hjemmeside jeg ser det på for nogle gange ser jeg det på DRs hjemmesider og nogle gange er det bare sådan nogle hjemmesider jeg finder på internettet og så meget tit eller meget lidt Netflix eller sådan noget

M: nu sagde du DRs hjemmesider altså inde på deres streaming DR TV?

Nina: ja

M: hvad kunne du så finde på at se der?

Nina: T dokumentarer om for eksempel mord eller et eller andet på grund af jeg synes det er virkelig spændende eller bare sådan for eksempel nogle serier de også har derinde det er så meget korte serier men altså så ja

M: hvilke serier?

Nina: lige nu ser jeg Den Store Bagedyst fordi jeg synes det er sjovt at se de får så meget stress over at bage en kage og jeg kan virkelig ikke forstå det og så er det også sådan fascinerende at de kan lave så meget pynt på nogle af deres kager og ja

M: ser du det så mest på hjemmesiden eller når det kommer nu kommer det onsdag aften ved jeg også selv fordi jeg ser det men ser du det så hjemmesiden eller?

Nina: jeg ser det ikke så meget i fjernsynet fordi at jeg går også til meget i fritiden så jeg har ikke rigtig tid til det så det er også sådan nemmere at se det inde på deres hjemmeside

M: må jeg lige hurtigt spørge er der andre der også gør det bruger DRs hjemmeside?

Flere: nej

Anthony: sjældent

Nadia: aldrig nogensinde

M: Nadia du siger aldrig nogen siden

Nadia: jeg har aldrig været derinde

M: okay er der nogen der siger ja?

Ukendt: (uf) ja

M: Anthony du siger fodboldnyheder

Anthony: ja

Ukendt: hvornår

M: okay men det er for at læse om nyheder så?

Anthony: ja

M: så det er ikke for at se tv derinde?

Anthony: nej

M: Luna hvad sagde du?

Luna: jeg siger ja fordi at jeg så en dokumentar om mord og sådan noget det synes jeg var rigtig spændende

Nina: og tøj der har også været en Chanel dokumentar

Luna: ja

M: så i ved godt der er den her DR TV på nettet

Luna: T ja men jeg har også brugt den til at se nogle andre ting fordi jeg kender nogen der har været med i ting og sådan noget

1.38

M: ja i behøver ikke række hånden op i kan bare sige

Nadia: men jeg vil ikke tale oven på de andre. Men jeg kommer til ændre mit svar efter det her når jeg kommer hjem kommer jeg til at gå derover på hjemmesiden

M: så vil du ind og tjekke det ud?

Nadia: nej fordi Nina sagde der var noget (uf) derovre så jeg vil se

Nina: der har været

Nadia: jeg skal stadig se hvad de har skrevet

M: der har været hvad?

Nina: Naroto det er Anime

M: Oliver hvad med dig og Sebastian kender i det?

Sebastian: jeg kender det godt jeg bruger det bare ikke

M: du bruger det ikke Sebastian nej

Oliver: hvis det skulle være noget skulle det være fodbold ikke andet

M: okay godt så kan du bare gå videre

Nina: okay så er det spil der er det for det mest Tetris fordi at jeg virkelig hver gang i pausen eller sådan noget så er det nogle gange jeg har min computer med så spiller jeg det bare især i sidste time tror jeg nok ej vi har noget der hedder lektiecafe hvor vi laver lektier men jeg havde så ikke nogen lektier for så jeg spillede Tetris men det er sådan ja bare sådan ja spil generelt også på mobilen eller sådan noget. Og så er det ja Ask FM det er den app de andre også har talt om eller næsten hvor man stiller spørgsmål til hinanden og ja besvarer spørgsmål. Jeg stiller ikke så mange spørgsmål jeg får heller ikke så mange spørgsmål jeg kan godt lide sådan at kigge på andres fordi nogle gange er der sådan noget virkelig dårlig drama over en sko eller et eller andet over et billede eller ej det er virkelig dumt synes jeg

M: er det nogen man kender så eller?

Nina: det er forskelligt der er også nogen sådan nogen rygter/sladderhjemmesider derinde eller profiler

Anthony: det er lidt en stalker app

Nina: ja

M: en stalker app

Anthony: hvor man bare stalker folk

Nina: ser hvilke spørgsmål de har fået og hvad de har svaret på det

M: ja jeg hørte også en der snakkede om den anden dag at det var en hate app?

Nina: ja der virkelig mange forældre der sådan stemmer imod at deres børn skal have den og at den bare skal lukkes. For der er også nogle der stiller sådan der skriver spørgsmål det er så ikke spørgsmål vel hvor de skriver ej du er grim og du er fed og ej hvor ser du dårligt ud eller et eller andet og så det kan godt tage rigtig godt på folk hvis de får rigtig mange af dem. Så der er ikke så mange forældre der kan lide den app

M: det kan også hurtigt blive sådan en mobbe app?

Nina: ja

M: okay hvorfor gider man bruge den så hvis der kan være sådan nogle bagsider ved den?

Nina: jeg tror altså hvis man godt selv ved man ikke er så god til at håndtere hate så synes jeg ikke man skulle downloade den

M: mmm hvad med jer andre (uf)?

Anthony: altså det sker ikke så meget for mig det der det er bare at lave sjov med mine venner og sådan T ja

Luna: heller ikke for mig

M: så i har ikke været udsat for det agtigt?

Nadia: jeg har ikke app'en jeg bruger det ikke

M: nej okay hvad var det sidste?

Nina: det er Vine det er ja T jeg ved ikke om det er blevet opdateret men for nylig det er for det meste seks sekunders videoer hvor ja man prøver at være komisk (uf) er det syv ja okay syv hvor man prøver at være komisk eller sådan noget eller fortælle rigtigt hurtigt om hvordan deres dag er gået eller sådan noget eller. Jeg ligger ikke selv nogen op men jeg ser rigtig mange

M: mm er det en app eller er det på computeren eller?

Nina: det er begge dele jeg bruger det mest som app så ja

M: så har man en profil lidt ligesom Instagram men så er det bare kun videoer på syv sekunder?

Nina: ja

M: hvad kan den som Snapchat ikke kan for det er jo også videoer nogle gange?

Nina: jamen det er bare sådan Snapchat der er det nogle gange irriterende for så skal man trykke på videoen for at få lyden frem og så nogle gange er der ikke lyd i og nogle gange downloader den ikke videoen ordentligt og. Og så er det nogle gange bare hurtigere med den her og så er det også så kan man gå ind og kigge på forskellige tags med sådan komisk og kærlighed og film og dans og alt muligt mærkeligt

Ukendt: sport

Nina: ja også sport

M: okay så man søger lidt efter hvad det er for nogle slags videoer man gerne vil se?

Nina: mm men man kan også følge folk så det er lidt ligesom Instagram

M: ja hvad hedder det nu. Nu vil jeg lige høre er det noget nu har i alle sammen nævnt en masse er der noget der har overrasket hinanden er der noget i tænker det vidste jeg ikke hvad var eller?

Flere: haha haha

Nadia: Teen Wulf

Oliver: ja den

Anthony: Diablo vidste jeg faktisk ikke du spillede

Oliver: næ

M: okay Oliver nogle af dine ting kendte de andre ikke

Oliver: jeg overrasker folk nogle gange

M: du overrasker ja

Oliver: yes

M: okay T nu skal jeg lige se her der er ikke så mange for eksempel dig Anthony du har ikke skrevet noget tv ned?

Anthony: nej

M: hvordan kan det være?

Anthony: jeg ser kun tv når der er fodbold

M: det er et princip?

Anthony: ja og det er nok ja T jeg ser næsten aldrig fjernsyn

M: hvorfor ikke?

Anthony: altså jeg kan ligeså godt bare se videoer på Facebook

M: ja du gider ikke følge med nu er der mange af de andre der ser serier det gider du ikke

Anthony: jo det har jeg gjort i perioder men T når der kommer nye så tænker jeg bare jeg har lige set en hel og nu gider jeg ikke se en ny

M: okay nå hvad men sådan noget nu sagde nogle af pigerne også dokumentar ville du se det?

Anthony: altså jeg har faktisk set det der sådan T hvad hedder det i Station 2 eller sådan noget det der politi noget det er kun fordi jeg har set sådan nogle politifolk der går amok på Facebook og så ville jeg lige tjekke det i fjernsynet

M: nå okay

Anthony: men ellers så ser jeg ikke så tit fjernsyn

M: hvad med hjemme ved din familie ser i fjernsyn der?

Anthony: ja min lillesøster ser ret tit meget fjernsyn men det er bare sådan noget tegnefilm

M: hvor gammel er hun?

Anthony: hun er ti

M: men det er ikke så tit i alle sammen sidder ned om aftenen og ser et eller andet sammen?

Anthony: altså det kan vi godt finde på hvis der er X faktor eller sådan noget

M: X faktor ja okay så når der kommer X faktor til januar så kan det være i skal til at se det fredag aften hvad med Vild med dans eller sådan noget?

Anthony: det er seriøst kun min mor der ser det

Ukendt pige: haha

Anthony: jeg forstår ikke det sjove i det

M: det er ikke sådan hun siger Anthony nu skal du fanme se Vild med dans?

Anthony: nej

M: hvad med jer andre ser i tv med familien eller nu er der nogen af jer der nævner tv især Sebastian han havde rigtig mange kanaler

Sebastian: ja vi ser tit tv hjemme hos mig sammen

Nadia: både og ja

M: Nadia hvad siger du?

Nadia: det er fordi jeg ser meget Anime så det er hvis nu for eksempel vi skal spise så går jeg op og så har de mine brødre jeg har sådan fire brødre de ser sådan noget meget fodbold så nogen gange så ser jeg bare sådan fodbold men mine forældre kan godt lide at se sådan noget Vild med dans og sådan noget der

M: det gider du ikke se?

Nadia: nej der vil jeg hellere se Anime

M: ja så vil du hellere sidde alene og se noget som du vil se? mm

Nadia: men jeg har heller ikke noget imod fodbold eller Vild med dans jeg har ikke sådan meget imod det det er bare jeg orker bare ikke at se på sådan nogen der danser haha

Ukendt pige: haha

M: okay hvad med jer andre Nina hvad med dig du så noget tv?

Nina: ja men jeg er sådan min familie sådan jeg er halvt dansker og halvt thailænder og min storebror er hel thailænder og min mor er hel thailænder og min far er helt dansker så det er sådan min mor hun vil helst se thai tv eller hvad man kalder det så hun ser sådan serier bare på thailandsk og jeg kan ikke forstå særlig meget af det og det kan min far heller ikke så det gider vi jo ikke at se det er sådan og min storebror han har travlt med sin kæreste og hans uddannelse så han er heller ikke særlig meget hjemme

M: hvor gammel er han så?

Nina: han er enogtyve (uf) toogtyve (uf) lige pludselig så det er mest sådan hvis vi skal se noget så er det mest bare mig og min far.

M: hvad ser i så?

Nina: det kan være forskelligt det er sådan det kan være dokumentarer det kan være sjove film det kan være danske film altså de gamle Dirch Passer og sådan noget

M: tænder i bare for fjernsynet og ser nå hvad er der eller går i ind og vælger inde på DR tv eller hvad gør i?

Nina: det er lidt forskelligt vi ser sådan for det meste i fjernsynet fordi at ja hans computer er meget langsom så ja

M: Oliver hvad med dig havde du noget tv med overhovedet der?

Oliver: jeg havde kun Netflix og PlayStation men jeg ser det nogen gange hjemme hos far der har jeg ikke computer eller noget så vi sidder tit bare i stuen og ser fjernsyn

M: ja hvad ser i så?

Oliver: for det meste CSI også

M: okay så det er også det du ser på Netflix er det ikke det?

Oliver: jo eller Voice junior eller et eller andet i den stil alt muligt mærkeligt

M: er det sådan lidt tilfældigt?

Oliver: ja

M: eller sidder i med tv programmet og kigger nå klokken otte kommer der det så skal vi se det

Oliver: nej det er bare hvad vi finder det er kun i weekenderne så der plejer kun at være film eller et eller andet

Nadia: jeg glemte at sige mine forældre de kan godt lide at se sådan noget bollywood halløj og indisk haha jeg kan virkelig ikke forstå det men de kan godt jeg tror også de kan sådan noget indisk og pakistansk men det kan jeg ikke

M: okay ja Luna hvad med dig ser du fjernsyn derhjemme?

Luna: T altså det kommer an på hvad det er for (uf) hvis der lige kommer en film eller et eller andet Taken eller sådan noget så kan vi godt finde på at se det sammen men ellers så sidder vi alle sammen bare inde i studen og så vi ser ikke rigtig tv så laver jeg for eksempel stil eller et eller andet

M: okay så i er alle sammen sammen i samme lokale men i laver hver jeres ting nogen gange?

Luna: mm

M: hvad laver de andre så?

Luna: altså det meget forskelligt min papfars far han bor i Spanien så min papfar snakker ret meget med ham og min mor ser så tv og jeg laver stil eller et eller andet.

M: okay ja Marie har du noget?

S: T egentlig bare lige en ting bruger i andre det her Anime som du for eksempel bruger rigtig meget?

Nadia: nej

Oliver: nej det er kun hende

Nina: nej

Sebastian: engang imellem

Anthony: jeg har faktisk gjort det

Luna: jeg har også men det er sådan

Oliver: da jeg var lille

S: hvorfor bruger i det ikke mere?

Nadia: ja

Anthony: altså jeg så det der den samme serie (uf) sådan for to år siden eller sådan noget og så er det bare så har jeg ikke set det mere siden

Oliver: ja

Anthony: ja der er kommet noget andet

Oliver: jeg hader de der stemmer der er jeg synes virkelig de er irriterende at høre på

Anthony: de er
urealistiske

Oliver: ja

Nina: jeg har aldrig set det

Nadia: men det er rigtige mennesker der har lavet de der stemmer

Oliver: jaja men så sidder de og snakker på en anden måde for at lyde som en karakter og så synes jeg det lyder dårligt

M: hvordan er deres stemmer? kan i sige sådan

Nadia: japansk

Nina: kom så Nadia

Nadia: haha det kan jeg ikke

Anthony: ?(jeg kan godt)?

Sebastian: de er meget

Oliver: ligesom

M: hvordan?

Oliver: tegnefilm

Sebastian: ja det er meget

M: bare sådan babystemme agtig?

Oliver: ja

Sebastian: meget lyse nogen gange

Nadia: så er (uf) ?(lavet af)? en dame en gammel dame (uf)

Sebastian: ja

Nina: jeg tror din mobil er blevet våd

M: det er fint nok hvad hedder det nu så lad os lige gå lidt videre i kan bare lige samle dem her i den rækkefølge i havde lagt dem i

Luna: jeg har faktisk set det Nadia

Nadia: hvad

M: så skal vi nemlig have noget ind på midten af bordet her

Luna: jeg har set (uf)

Nadia: har du

Luna: ja

Nadia: hvor meget

Luna: ikke særlig meget fordi at jeg ikke har fritid til at se det hele

Nina: jeg har aldrig set det

Nadia: ja det havde jeg heller ikke (uf)

Sebastian: jeg har set det

Anthony: jeg har også set det

Nadia: virkelig

Sebastian: (uf)

Nadia: det er virkelig irriterende hvorfor er der ingen der ser det nu

Anthony: fordi det ikke er sjovt

Sebastian: jeg ser det ?(stadigvæk)?

Luna: fordi jeg går til meget om vinteren jeg har meget (uf)

Anthony: det er ikke sjovt mere Nadia

Sebastian: jeg ser det rimelig tit

Nadia: jeg kan stadig godt lide det (uf) sjovt

M: men er der andre i klassen der bruger Anime?

Nadia: T jeg tror Emilie gør

M: okay der var nemlig snakkede med nogen fra niende klasse i går der var der faktisk tre af pigerne som så det

Nina: åh Nadia

Nadia: haha

M: ikke på den her skole det var en anden skole

Nadia: okay det forklarer alting

M: nu lægger vi lige nogen forskellige vi kalder dem mediebrands ned her på bordet og så skal i lige kigge på dem danne jer et overblik og så kommer jeg lige til at spørge om nogen ting

Anthony: er det der ikke i radioen

Ukendt pige: jo

M: jo altså det her Mads og monolet det er i radioen jo
P

M: har i fået kigget lidt?

Luna: ja

Sebastian: ja

Nadia: nu har vi kigget

M: okay så tager vi lige en runde igen her vi starter med Nina

Nina: ja

M: kan du pege på dem du eller ikke pege sige dem du bruger mest

Nina: altså hvor mange er det

M: det vælger du selv

Nina: nok Spotify og Instagram og YouTube og DR og så også Snapchat og så meget lidt Facebook

M: så det er faktisk alle dem der lå hernede

Nina: ja

M: i enden her

Nina: fordi at ja det er hernede jeg hører ikke så meget radio og det Mads og monopolet og sådan i min familie der bruger der hvad hedder det alt det der tv to og tv tre og sådan noget det er kanaler man skal betale for og det gør vi ikke i min familie så jeg kan ikke rigtig se det andet jeg har set lidt af Sjit happens det er ikke særlig meget

M: er det grunden til du bruger DR det er fordi i ikke skal betale til det eller hvordan?

Nina: nej det er fordi vi ikke skal betale det er grunden

M: ja så det er bare det har i på tvet når i tænder

Nina: ja

M: okay godt Oliver

Oliver: T jeg bruger nok mest Facebook Snapchat og Netflix

M: Facebook Snapchat og Netflix

Oliver: ja

M: ja så det er to sociale medier og så er det også serier film

Oliver: ja

M: er det sådan?(du vil sige det)?

Oliver: yes

M: Nadia

Nadia: jeg bruger YouTube

M: du bruger bare YouTube

Nadia: ja

M: okay hvad med alle de sociale medier nu nævnte både Oliver og Nina Facebook og Snapchat og Instagram

Nadia: jeg er outsider jeg kender ikke verden haha

M: hvad mener du med det?

Nadia: jeg kender ikke når min søster gør (uf) så er det meget på Facebook og så taler hun meget om sådan nogen kendte der er og så ved jeg ikke hvem de er

M: gider du ikke være på de ting

Nadia: nej men det interesserer mig bare ikke jeg vil meget hellere se Anime

M: okay så du bruger ikke Facebook til at snakke med nogen med eller?

Nadia: jo jeg tror det var ej det var ikke sådan ment men min søster hun var på Facebook og så var det hun var på Vine og så var der Anime Vine og så ville jeg gerne se hvad det var og så tog jeg hendes bærbare og kiggede lidt på det (uf)

M: og ellers så bare YouTube?

Nadia: mm

M: ja og så Sebastian

Sebastian: YouTube Spotify og engang imellem metroxpress

M: ja YouTube Spotify er det på grund af musik?

Sebastian: Spotify er YouTube det er mere spil

M: spil var det det der med at du kunne hacke?

Sebastian: ja

M: yes og metroxpress er det avisen?

Sebastian: ja

M: er det det? hvornår bruger du den?

Sebastian: det gør jeg hvis T jeg skal hjem til en af mine venner og jeg sidder i bussen og jeg ikke har noget at lave så tager jeg en avis og så kigger jeg i den

M: ja det er ikke fordi du følger metroxpress på Facebook eller?

Sebastian: jo det gør jeg også der ser jeg også engang imellem hvad der sker

M: ja du følger for eksempel ikke DR på Facebook?

Sebastian: nej

M: vidste du godt de også har nyheder på Facebook?

Sebastian: næ

M: nej okay hvad med du kigger ikke på dem på deres hjemmeside?

Sebastian: engang imellem men ikke så tit

M: på metroxpress nej okay Luna?

Luna: ja jeg bruger Instagram og Spotify Facebook YouTube Snapchat og nogen gange ser jeg Sjit happens

M: så det er også mange sociale medier

Luna: ja og Netflix

M: og Netflix også. sjit happens er det på tv to

Sebastian: Zulu

Luna: Zulu

M: Zulu ja hvad synes du om det?

Luna: jeg synes det er meget sjovt

M: er det noget du følger med i?

Luna: nej altså det er bare nogen gange så kunne jeg godt bare lige finde på at se det sådan

M: på tv eller?

Luna: det er forskelligt

M: går du nogen gange ind på er det ikke også ViaPlay?

Luna: nej det er jeg tror det er tv to Play

M: ja der har du set det?

Luna: ja

M: så du går også ind og henter det

Luna: ja

M: okay Anthony?

Anthony: jeg bruger nok mest Instagram Spotify Facebook Snapchat YouTube jeg tror Facebook så har jeg faktisk følget Sjit happens hjemmeside så de sjoveste ting kommer frem

M: via Facebook?

Anthony: ja

M: jeg kan fornemme på dig Anthony at du kan bedst lide at se små bidder af alt

Anthony: ja

M: igennem ting og du gider ikke sådan se det hele måske?

Anthony: nej bare det sjoveste

Ukendt pige: haha

M: så du ville for eksempel ikke følge med i Sjit happens du vil hellere bare se hvis der er et eller andet sjovt fra det på Facebook?

Anthony: ja altså jeg (uf) se det hele hvis det kun er en sjov ting i spild af tid

M: spild af tid

Ukendt pige: haha

M: nu lagde jeg mærke til der ikke rigtig var nogen der sagde Mads og monopoleet eller Forbrydelsen der var faktisk heller ikke nogen der sagde kanal fire hvad tænker i om det?

Anthony: altså dengang vi havde bil så så vi meget hørte meget det der Mads og monopoleet

M: hvad havde det med bil at gøre?

Anthony: fordi det er i radioen så hvis vi er på vej hjem hos min moster så tænder vi det

M: hvornår kom det? kan du huske det?

Anthony: nej jeg kan bare huske at det er nogen år siden så hørte vi det hele tiden et år to år siden tror jeg

M: hvad med jer andre?

Nadia: jeg har hørt om det

Luna: mine forældre hører det men altså det der Mads ting

Nina: ja det samme her det hører min far sådan radio i weekenderne hvor han står og vasker op eller et eller andet og så hører vi bare Mads og monopoleet

M: hvad synes i om det?

Nina: det er meget lang tid siden nu men altså jeg lyttede ikke rigtig hvad de sagde det var bare sådan

Anthony: er det ikke det der med de der dilemmaer og sådan noget er det ikke

M: jo præcis man kan ringe ind med et dilemma og så diskuterer de hvad man skal gøre

Nadia: jeg tror jeg har hørt om det tror jeg kan ikke huske det

M: men synes i det er sjovt eller er det lidt ligegyldigt

Ukendt dreng: jeg synes det er meget hyggeligt

Ukendt pige: nogen gange er det ret sjovt ja

M: ja okay så det er måske mest hvis jeres forældre bestemmer i skal høre det så hører i det?

Nina: nok ikke bestemmer men hvis man er i selskab med dem så hører man det jo også

M: i kunne ikke finde på selv at man kan faktisk hente podcast inde på deres hjemmeside inde på DRs hjemmeside

Nina: det kunne jeg nok godt hvis for eksempel vi skulle ud og køre et eller andet sted hen eller et eller andet eller hvor jeg ja var på ferie eller et eller andet så kunne jeg nok godt

M: hvad med jer andre?

Luna: ja det samme

M: Anthony?

Anthony: kun når jeg sidder i bilen jeg synes hele tiden det er der

M: ja hvad med Forbrydelsen kender i det?

Sebastian: næ

Luna: ja

Oliver: næ

Nina: jeg kender det godt

Anthony: jeg kender det overhovedet ikke

Nadia: har hørt om det

M: er der nogen der har set det?

Luna: jeg har set et afsnit eller sådan noget
p

M: hvad kan du sige om det?

Luna: altså det er ret spændende men jeg så kun et afsnit fordi jeg kendte en der var med i det det var ikke rigtig lige noget jeg ville se sådan når det kommet i tvet

M: nej og i andre i sagde også sådan ret meget nej

Nina: ja

Oliver: ja jeg tror ikke jeg gider se det

Nina: haha

Oliver: jeg vil hellere se noget andet

Nina: Teen Wolf

Nadia: kender det ikke

M: og du kender det ikke hvad med kanal fire hvad forbinder i med kanal fire det var der ikke nogen af jer der sagde

Anthony: hvad er det der er på den kanal

Sebastian: det er meget drama og sådan noget

Luna: jeg kan ikke huske det

Oliver: er det ikke sådan pige

M: du kender alle de andre kanaler der

Sebastian: ja

M: du nævnte ikke kanal fire hvad var det Sebastian?

Sebastian: der er alle mulige drama og sådan noget det gider jeg ikke se

M: ja hvad for et program er det?

Sebastian: De unge mødre

Luna: haha

Sebastian: (uf) kanal fire

Oliver: er det ikke sådan en pigekanal ligesom sekseren er mandekanal

Luna: nåh ja det er den der er lidt lilla i det

Anthony: ja og lyserød

Nina: så (uf) godt til dig

Luna: og lyserød

M: okay så jeg kan fornemme det er ikke rigtig noget i ser?

Nina: måske ville jeg se

Luna: nogen gange

Nina: hvis den ikke var spærret

M: nåh ja du har ikke kanalen

Nina: nej

M: nogen af jer i bruger både tv og for eksempel streamingtjenester som Netflix og sådan noget. hvad vil i sige forskellen er mellem at se noget i tv og så streame?

Oliver: reklamer

Sebastian: ja

Alle piger: haha

Nina: nåh ja

Oliver: det er sindssygt irriterende at sidde og se reklamer jeg kunne godt stoppe med bare at se et eller andet bare på grund af der kom reklamer

M: ja okay så det er reklamerne der afholder dig fra at se tv?

Oliver: ja for det meste det eneste jeg gider og se med reklamer det er fodbold det er i halvlejen (uf) og sidde og hente nogle chips eller et eller andet i pausen

M: hvad med jer andre?

Sebastian: jeg gider ikke se så meget når det er der er reklamer midt i en film og det er sådan meget tæt lige når man er faldet ind i den igen efter sidste reklamepause så kommer der en til

Nadia: (uf)

Anthony: jeg plejer bare nogen gange kan jeg blive så sur jeg ikke gider se den mere og så går jeg bare ind og spiller FIFA

Alle piger: haha

M: så du bliver ligefrem sur af reklamer?

Anthony: ja når der kommer noget totalt spændende så stopper de bare

Nadia: ja det er sandt det gør de altid det er sådan man bliver ved med at se det det er virkelig irriterende når man ser for eksempel South Park og så kommer der reklamer og så kommer det så kommer der reklamer igen og det er lige kommet

M: hvad med altså for eksempel på DR der er der faktisk ikke reklamer ved i godt det?

Nina: ja

Ukendt dreng: mm

Nadia: hvad

Luna: det har jeg ikke lige tænkt over

M: Luna du har ikke tænkt over det Nina du siger ja

Nina: ja fordi at sådan vi ser svenske kanaler også og så hver gang jeg sidder inde på mit værelse fordi mit værelse er lige ved siden af min fars så kan jeg høre ham når han ser tv så siger han åhr fucking reklamer og alt muligt det er virkelig sjovt at høre på men sådan når han ser et eller andet på DRs kanaler så siger han det ikke så meget

M: nå okay hvad med dig Sebastian du så ret meget tv

Sebastian: ja

M: der må være meget reklamer i det du ser?

Sebastian: det er der også men det er okay fordi at de reklamer de kommer hvert kvarter cirka og det passer med at så kan man lige hvis det er om aftenen og man skal i seng så er der reklamepause så kan man lige gøre sig klar og sådan noget til at sove og så når man er færdig så kommer det igen. så nogen gange er det irriterende andre gange er det okay.

M: men hvad med DR det ser du ikke?

Sebastian: nej jeg ser ikke DR

M: hvorfor ikke?

Sebastian: det ved jeg ikke jeg ser det nogen gange men det er ikke så tit

M: hvad ser du så hvis det endelig er?

Sebastian: T det kan jeg ikke huske det er så lang tid siden

M: okay hvad med radio nogen af jeg havde hørt Mads og monopolet hører i ellers radio?

Sebastian: ja

Oliver: når jeg er ude og løbe for det meste eller ude og cykle lange ture så hører jeg radio på vejen

M: hvad for noget radio?

Oliver: for det meste musik sådan radio (uf) hvor der er musik og så snakker de ikke mellem sangene eller et eller andet

M: hvad for en kanal kan det være?

Nina: Nova FM

Oliver: ja

M: Nova?

Oliver: jeg kan ikke lige huske dem jeg plejer bare (uf)

S: Voice eller sådan noget

M: hvad med jer andre?

Sebastian: der er et spil jeg har der kan man høre radio i så der hørte jeg hører radio

Oliver: GTA?

Sebastian: nej det er sådan rigtige radiokanaler også

M: altså danske eller?

Sebastian: ja jo altså hele Europa og den jeg hører lige for tiden det er Vejle radio

M: ja okay hvorfor hører du lige den?

Sebastian: jeg synes de spiller noget godt musik og så deres reklamepauser de er rimelig korte

M: okay ellers så er radio ikke så meget noget i bruger?

Nina: engang gjorde jeg da jeg bare havde en Nokia eller sådan noget så fik jeg en radio i fødselsdagsgave og så hørte jeg meget radio om morgenen og når jeg skulle i bad og sådan noget men der var det også irriterende med reklamer blandt andet på Voice der var virkelig mange reklamer og det gad jeg bare ikke høre på sådan køb en tandpasta for ti kroner eller et eller andet det er virkelig trættende.

M: ved i godt at DR de har jeg tror de har seks radiokanaler ligesom de har P tre kender i det?

Anthony: ja

Oliver: ja ?(det hørte jeg)? også

M: P tre P et P to P tre P fire fem der er faktisk syv der er også en der hedder P syv er vist pop

S: P syv Mix

M: ja P syv Mix

Sebastian: der er også

M: med en masse popsange og det er uden reklamer i hvert fald alt det de har men det er ikke noget i bruger eller hvad?

P

Anthony: altså hvis man kun hører radio for musik kan man lige så godt bare bruge Spotify

M: ja så der skal ligesom være et eller andet andet eller en anden grund til at høre radio end bare musikken?

Anthony: ja

M: men hvad med nu hørte vi før fra nogen andre at det er fedt nogen gange med radio at man kan høre noget nyt musik så man ikke selv kendte i forhold til hvis man bare går ind på Spotify og tager den playliste som man har hørt tusind gange

Sebastian: jeg hører når det er vi skal køre så hvis der er en sang jeg synes der er god de spiller i radioen hvis de spiller to sange i træk og jeg ikke kendte den første sang og jeg ikke hørte titlen når de sagde den

Nina: ja

Sebastian: det synes jeg er lidt irriterende for så kan jeg ikke finde den på YouTube eller Spotify

M: men der er også den der app der er der ikke det? (uf) eller et eller andet

Nina: jo og sound et eller andet jeg kan ikke huske (uf)

M: man kan trykke når man hører en sang og så finder den den

Sebastian: jamen det i radioen i bilen så

M: ja men den optager

Sebastian: nå okay

M: ja den optager og så hvis du hører noget af en (uf)

Nina: det bruger jeg tit i film hvad hedder det når jeg ikke lige gider gå ind på det der IMDB og kigge alle deres sange igennem hvad der er med i filmen så bruger jeg det sådan ret tit

M: ja det er meget smart. Marie har du noget til det her?

S: jeg har lige et par enkelte spørgsmål jeg tænkte bare Nadia det der Anime er det rigtig sagt?

Nadia: ja

S: har du kontakt med andre over det eller er det noget hvor du bare selv sidder eller er der et forum hvor man kan snakke med andre eller hvad?

Nadia: det kan man sikkert godt men det gør jeg bare ikke

S: det gør du ikke nej

Anthony: det er der der er også sådan et festival med det

Nadia: ja hvis (uf) og så laver man sådan en (uf) hvor man klæder sig ud (uf)

S: så vil jeg lige høre fordi der er rigtig mange af jer og især lagde jeg mærke til Anthony og Luna og Nina at i prioriterer rigtig meget sociale medier over mange andre medier men hvorfor egentlig hvad kan de sociale medier som Facebook Snapchat og Instagram og så videre som for eksempel radio og tv og andre ting ikke kan? hvad giver det jer at bruge det frem for alt muligt andet?

Anthony: altså på Facebook så kommer der også nogen gange klip fra fjernsynet sådan frem jeg kan ikke ?(lide at)? se så lange klip så hvis jeg bruger Facebook så er det næsten det hele

Nina: på de sociale medier så kan man sådan mere vælge hvad man vil høre i stedet for for eksempel på det der Mads og monopolet der er det sådan forskellige ting der kommer op det er selvfølgelig også meget spændende men nogen gange så har man bare lyst til at for eksempel hvis man ikke vidste særlig meget om en ting så kan man lige slå det op på Facebook og sådan læse lidt om det

S: jamen så det er meget det altså det er meget sådan få nogen informationer og få nogen nyheder og se nogen film det er ikke så meget det der med at snakke med ens venner eller interagere med dem eller se hvad de skriver og gør?

Luna: jo

Anthony: lidt også

Nina: det er sådan Messenger hvor man skriver med andre eller sådan hvis der er en eller anden der har fået en kæreste eller et eller andet

Luna: haha

Nina: det er også meget sjovt at kigge på på grund af kommentarerne og så er det sådan tillykke og hvornår er brylluppet og alt muligt

M: men Anthony det der med at du kun gider se små ting af det hele hvad så hvis andre de følger med i en eller anden serie og ser den hver uge og sådan noget er det så lidt irriterende ikke at vide hvad der sker og det hele eller er det bare sådan det er lige meget (uf)

Anthony: altså de siger for det meste bare hvad der sker i den og så men ja jeg synes ikke jeg kan ikke selv få mig til at se det

M: nej hvorfor?

Anthony: altså jeg er ikke god til at følge med i noget fordi jeg har prøvet sådan et par gange før i The Walking Dead så har jeg prøvet at følge med i et eller andet og så finder jeg bare ud af der er sindssyg mange så giver jeg bare op mine venner de er bare nået meget længere end mig alle sammen så jeg gider ikke så skal jeg bruge rigtig meget tid på at komme op til dem og så er de ikke det de snakker om det

ved jeg ikke og så er det lidt nederen så spoiler de bare hele serien. så det måske lidt fordi jeg også er lidt bagud i de serier de fleste ser

M: er det fordi du ikke altså kan du ikke koncentrere dig i så lang tid eller synes du bare ikke det er spændende?

Anthony: jeg synes det er lidt kedeligt jeg orker ikke hvis det er sådan nogen hvor de snakker meget så har jeg ikke lyst til at se det

M: okay Marie har du mere?

S: nej

M: godt jamen super vi tager lige en lille pause

P

M: men så vil jeg bare lige høre noget om vi har snakket en lille smule om DR men så vil jeg lige høre om i kender DR tre og DR Ultra?

Anthony: ja

Sebastian: ja

Nina: mm

Luna: ja

Oliver: ja

M: alle svarer ja? Nadia du ryster lidt

Nadia: jeg ved det ikke

M: du kender dem ikke?

Nadia: måske jeg ved det ikke jeg kan ikke huske det

Nina: du ved ikke om du kender dem

Nadia: nej det ved jeg ikke

M: okay hvad med jer andre i svarede ja hvad forbinder i DR tre med?

P

Nina: krimier og sådan noget og nogen gange også dokumentarer men sådan mere mord for eksempel på DR to så er det sådan mere om gamle dage eller en eller anden ny opdagelse eller sådan noget så på DR tre er det sådan lidt mere spændende eller hvad man siger

M: ja kan du nævne nogen programmer fra DR tre?

Nina: T et eller andet monster et eller andet havmonster eller sådan noget jeg kan ikke huske hvad det hedder men det ser mig og min far med sådan noget hvor der er en mand der rejser rundt i forskellige dele i verdenen

Oliver: nåå okay

Luna: nåå

Nina: og hvad hedder det fisker efter ja dyr i havet sådan nogen der skulle være uddøde og nogen fra dinosaurernes tid og sådan noget

Nadia: er det?(mega lord)? haj den største haj der var helt fra dinosaurtiden så jeg på sådan noget Animal Planet tror jeg og så var det den hed noget med?(mega lord)? jeg kan ikke (uf)

Nina: jeg tror ikke han kan fiske den op med en fiskestang (uf)

Nadia: haha nej men det var?(mega lord)?

Luna: haha

Nadia: det var slet ikke (uf) dinosaurtiden så tænkte jeg bare?(mega lord)?

M: okay hvad med jer andre hvad forbinder i DR tre med?

Sebastian: lidt det samme

Luna: jeg ser ikke DR tre jeg ved ikke altså jeg kender kun DR Ultra det er fra mine lillebrødre

M: okay fordi det er noget de ser eller hvad?

Luna: ja

Sebastian: Anthony har næsten lige været på DR Ultra

M: har du det?

Nadia: har du været der

Sebastian: ja jeg så det her i foregår der var det der afsnit der med

Luna: ahr Ramasjangskolen

Sebastian: Ramasjangskolen hvor jeg var med

Nina: haha nåh ja

M: hvad er det for noget?

Nina: T Ramasjangskolen det er noget der bliver sendt på DR Ultra og DR Ramasjang med sådan noget hvor at T ja hvor man skal klare eler sådan det er sådan noget hvor at tre elever fra skoler fra en skole bliver sendt ud sådan for at repræsentere resten af klassen så skal de sådan klare jeg kan ikke huske to eller tre er det ikke to

Sebastian: to

Luna: to

Sebastian: og så er det eksamen

Nina: ja så får de sådan to T dansk og matematik for eksempel så skal de lave noget derinde men det er ikke rigtig dansk det er sådan mere sådan fjolle agtig dansk

M: nåh men det var du med i Anthony?

Anthony: ja

Sebastian: du var mega god til det med glassene

M: er det længe siden du har været med i det?

Anthony: jeg ved ikke

Luna: femte

Anthony: tredje fjerde femte klasse

Nina: nej det ikke helt

Nadia: nej der kom jeg i hvert fald

Luna: ?(nej)? (uf) fjerde tror jeg

Nina: fjerde tror jeg også

Anthony: mellemtrinnet tror jeg fjerde femte og sjette

Nadia: nej jeg tror det var fjerde for da jeg kom ind så sagde i at i lige havde vundet Ramasjang og sådan noget så (uf) kommet før

Luna: haha (uf)

Ukendt: nåh

Anthony: nåh det er fjerde klasse

M: okay så det er noget tid siden

Anthony: ja

M: hvad med kender du DR tre?

Anthony: næ jeg kender kun DR Ultra

M: du kender kun DR Ultra hvad med dig Oliver?

Oliver: jeg ved hvad det er men jeg ser det ikke

M: hvad tænker du om det?

Oliver: jeg synes ikke det er så spændende det der er for det meste

Anthony: altså de prøver at gøre DR Ultra til en app for unge men de har gjort det meget babyagtigt

Ukendt: ja

Anthony: i starten så sagde de alt muligt med at det var tv eller tv avisen for unge og alt muligt men nu er det bare sådan lidt ligesom Ramasjang

M: nå okay hvad mener du med det tv avisen for unge?

Anthony: altså de prøver de der (uf) tv avisen bare sådan hvor de prøver at gøre lidt sjovt agtig det var bare ikke sjovt

Nina: ultra nyheder eller et eller andet

Luna: mm ultra nyt

Sebastian: ultra nyt

M: nåå okay har i set det så?

Sebastian: ja et par gange har jeg

M: men hvad så det var dårligt?

Anthony: ja

Sebastian: ja det var ikke så sjovt

Anthony: det er sådan noget hvor der står en dukke og taler et sted

Nina: haha

Luna: haha

M: ja så alle sammen i ved godt hvad DR Ultra er?

Anthony: ja

Nina: Nadia gør ikke

Nadia: (uf) ikke

M: Nadia gør ikke okay men det er en kanal den er for syv til tolvårige hvor der er ja der er nyheder og der er alle mulige programmer og DR tre der var kun nogen af jer der vidste hvad det er

Nadia: (uf) logo men jeg (uf)

Luna: altså jeg ved godt hvad det er men jeg ved ikke hvad der er på selve kanalen

M: okay du ved ikke hvad der er på kanalen der er ikke nogen der har set nogen programmer fra DR tre?

Nina: altså jeg har

Sebastian: jo jeg har set et par enkelte programmer jeg kan bare ikke huske hvad det var

Ukendt pige: det lød lidt

M: er det bare fordi det kom i tv eller?

Sebastian: ja gik bare sådan igennem og så synes jeg det så spændende ud og så

Anthony: er tretallet ikke grønt

M: jo

Nina: jo

Sebastian: jo

Luna: der er også en med lilla er der ikke

Nina: jo det er DR K

Luna: nå

M: ja du har styr på DR det er godt. okay ja vidste i godt at DR tre og Ultra de faktisk også er på Snapchat og Instagram og Facebook?

Nina: Facebook

Sebastian: jeg vidste godt de var på Facebook

Anthony: jeg vidste godt Ultra var på Facebook

Sebastian: ja

Luna: det vidste jeg ikke

Oliver: jeg vidste det ikke

Anthony: der er ret mange ting der er ved at være på sådan noget (uf) faktisk

Luna: mm

Nina: ja

M: er det så noget i tilføjer eller følger?

Sebastian: nej

Luna: det kommer an på hvad det er altså jeg havde ikke lige tænkt at tilføje DR Ultra

Nina: haha

Luna: det er ikke lige mig haha

M: føler i at Ultra måske er lige lidt for ungt?

Luna: mm

Anthony: ja

M: men DR tre det kan jeg så fortælle det er faktisk meningen at det skal gå fra de femtenårige til de niogtredive årige hvilket er meget bredt kan man sige

Anthony: ja

M: men nu er i jo snart femten år men i kunne ikke forestille jer at begynde at se DR tre?

Sebastian: jo (uf) godt

Nadia: det kommer an på hvad det er

Luna: det kan godt ske jeg ved det ikke

Nina: jo

M: Nina du kunne godt

Nina: ja

Nadia: det kommer an på hvad der er for jeg ved ikke hvad der er

M: nej kunne i finde på og tjekke hvad der er nu ved i jo at man kan se alt på deres hjemmeside

Nadia: nej okay

Anthony: ja

Nina: (uf) tid

Oliver: måske en dag

M: en dag måske

Sebastian: ja

M: nå så vil jeg lige høre om i ved hvad public service er?

Nadia: hvad

Luna: hvad for noget

M: public service

Oliver: altså bare i det hele taget eller er der et eller andet der hedder det

M: der er noget der hedder det

Nadia: (uf) kanal

M: det har noget med medier at gøre

Nadia: okay jeg ved

Nina: måske

Sebastian: infokanal

Luna: ej det ved jeg ikke

M: har i nogen bud? bare skyd

Oliver: public service er det ikke bare sådan noget sådan folk der hjælper sådan noget for eksempel folk der sidder i kommunen eller et eller andet og så kan man ringe til dem sådan døgnnet rundt er det ikke public service

M: jo det er det også altså faktisk bruges begrebet i den måde i England men i Danmark så bruges det det hedder faktisk public service broadcasting broadcasting det er er begreb for tv så det det handler om i Danmark det er at vi har public service som er at har i hørt om licens?

Nina: ja

Luna: ja

Nadia: a hvad

Anthony: jeg har

M: licens ja hvad ved i om det?

Nina: der er noget

Nadia: ikke noget

Nina: der hedder tv licens

M: hvad går det ud på?

Nina: er det ikke noget vi er begyndt at betale

Anthony: skal man ikke have licens for at se nogen specielle kanaler eller sådan noget

Nina: ja

Oliver: og for at have pistol og sådan noget

Nina: våbenlicens eller sådan noget

Oliver: ja

Anthony: der er også noget der hedder fodboldlicens

M: ja men det er rigtigt licens det er jo egentlig bare en tilladelse eller en eller måde adgang men licens i denne her sammenhæng det handler om at alle husstande altså der hvor i bor med jeres familie man skal betale et beløb for at betale til licens og det er så medielicens som er alt hvad DR laver det betaler man for og alle skal betale det i hele Danmark

Anthony: det var dårligt

Ukendt pige: haha

Nadia: jeg bruger det ikke engang

Sebastian: er det ikke også derfor at DR er gratis

M: jo altså der er jo gratis på den måde at man betaler det der beløb et par gange om året

Nadia: men så er det ikke gratis fordi man betaler jo

M: ja det er nemlig rigtigt men nu er der jo flere af jer der ikke bruger DR hvad synes i så om at T altså nu er det jo ikke jer der betaler lige nu det er jo jeres forældre går jeg ud fra

Anthony: ja

Nadia: ja

M: men på et tidspunkt så skal i jo betale det her

Nadia: jeg gider sgu ikke

Anthony: altså min papmor hun synes at DR ikke var så godt fordi at de ved de får penge så de behøver ikke at gøre det så godt og i forhold til altså hun ser DR tv avisen og tv to tv avisen og nyheder og sådan noget hun synes ikke DR er godt nok fordi de ved de får penge for det og tv to de skal jo gøre noget godt for at få penge så hun kan kun lide at se tv to

Nadia: ?(de er så nok garanteret at få)? penge

M: ja okay så altså der er jo tv avisen på DR og så er der toogtyve nyhederne for eksempel på tv to

Anthony: ja

M: og så mener hun at tv to de gør faktisk mere ud af det fordi de er nødt til at arbejde

Anthony: ja

M: for det?

Anthony: og DR et de er bare sådan lidt kedeligere de er på den sikre side de får penge (uf)

Nadia: uanset hvad

M: ja men det er rigtigt det gør de også

Nadia: det er nederen

M: men hvad tænker i så om altså synes i at det er fortjent eller hvad?

Nadia: nej

Sebastian: nej

Nadia: de skulle jo gøre noget ud af det også og så der også nogen der ikke bruger det

Anthony: jeg synes det er godt for at betale (uf) betale for et eller andet man ikke engang ser

M: men tror i der er mange der ser det er det bare fordi der ikke er noget til jer som interesserer jer eller?

Nina: nej der er mange der ser det

Sebastian: altså jeg ved der er rimelig mange der

Nadia: der er sikkert nogen af de ældre

Sebastian: der ser det ja ældre ser det meget

M: ja ældre hvad vil ældre sige ligesom mig og Marie?

Sebastian: nej min mormor og morfar agtig

Nadia: er det ikke sådan en sød måde at sige gammel på

M: tror i at vi ser det for eksempel?

Nadia: det ved jeg ikke gør i

Ukendt dreng: ja

M: ja det gør vi

Nadia: ja fordi du så Den store bagedyst

Anthony: ja

M: lige præcis ja og DR tre kan jeg også godt finde på at se men hvad med jeres forældre ser de DR?

Sebastian: ikke så meget

Nadia: ahr

Anthony: kun til nyheder

Luna: det ved jeg ikke

Oliver: de ser masser af nyheder

Nadia: ja nyheder

Anthony: ja også det der hvad hedder det julekalender er der ikke noget der hedder det

Luna: haha

Nadia: julekalender

Nina: Pyrus og alt det der

Nadia: hvad er det

Anthony: (uf) min mor faktisk min mor følger mere med i det end jeg gør

Luna: det gør min mor også haha

Nadia: julekalender

Nina: haha ja Pyrus og

Nadia: nå undskyld (uf)

Oliver: jul på Vesterbro og

Luna: (uf)

Nina: (uf)

Sebastian: jeg følger ikke med i det mere

M: jeg tror Tidsrejsen var det ikke på DR?

Nina: jo Frigg

M: så i det?

Sebastian: ja

Nadia: nej

Anthony: ja lidt

Nina: en i vores klasse var med i det

M: men det er jo for eksempel noget af det pengene gå til det er til at lave sådan en julekalender i kan se

Nadia: jeg ser det ikke

Anthony: det er så fint nok

Sebastian: jeg tror jeg så fem afsnit

Oliver: jeg så et halvt tror jeg

M: der var også den her indsamling for nyligt til Syrien så i det?

Sebastian: næ

Nadia: hvad

M: der er indsamling til Syrien

Nina: ja de var over alt

Luna: min mor gjorde

M: ja det er jo også sådan noget DR for eksempel der er jo rigtig mange ting de laver og radio også og ja Forbrydelsen det er også DR der har lavet den. nu skal vi snakke lidt om spil der er jo flere af jer der bruger alle mulige forskellige former for spil hvad bruger i mest er det computeren mobilen eller iPaden til at spille med?

Sebastian: computer

Ukendt pige: computer

Oliver: ja computer

Ukendt: mobil

Ukendt pige: haha dilemma

Ukendt pige: Tetris

M: to siger computer

Anthony: altså jeg spiller altså hvis PlayStation ikke er med så er det mobil

M: okay nå men også PlayStation det er også med

Anthony: PlayStation eller mobil

M: Oliver hvad med dig?

Oliver: jeg bruger nok mest computeren til at spille

M: og computer ja og nogen af jer i spiller for jer selv og andre spiller online

Anthony: ja

Nina: ja

Sebastian: ja nogen spiller begge dele

M: hvad betyder det der med at spille online er det fedt at man kan sådan være sammen med folk?

Sebastian: T ja altså det er fedt man kan sådan spille sammen med sine venner men nogen gange hvis man kun kan spille online så er det også lidt irriterende hvis man gerne vil spille alene man så ikke kan

Anthony: altså det gode ved online det er så er der en større grund til at spille fordi så gælder det om at blive bedre end sine venner så er det lidt sjovere at spille

M: så er det noget konkurrence?

Anthony: ja

M: vi snakkede også med en før som faktisk han havde fået mange venner over hele verden fordi han spiller online

Oliver: det har jeg også

M: det har du også Oliver?

Oliver: jeg er okay god til at snakke engelsk så jeg snakker tit med mange folk fra andre lande og sådan noget mest i Skandinavien (uf)

M: okay så i taler engelsk og for eksempel svenskere eller nordmænd?

Oliver: ja vi snakker engelsk kun jeg kan ikke forstå svensk og så lærer man nogen svenske ord man sådan kan jeg har snakket med en han har lært sådan noget pølse og alle mulige mærkelige ord prøvet at lære om dem det er meget sjovt

M: okay så hvis der ikke var det her med at snakke med andre når du spillede ville du så spille lige så meget?

Oliver: nej jeg snakker næsten jeg spiller næsten ikke hvis jeg ikke snakker med nogen

M: okay så det ligesom hænger sammen

Oliver: ja

M: så skal vi lige høre lidt om det her med jeres medievaner hvordan har de ændret sig siden i gik for eksempel i femte sjette klasse?

S: hvis de har ændret sig

Nadia: de begyndte

Sebastian: de har ændret sig meget

Nadia: mm

Luna: det er blevet meget værre altså jeg bruger tingene meget mere end da jeg gik i femte

Anthony: ja

M: hvad blev værre?

Sebastian: jeg spiller meget mere computer

M: du spiller mere computer

Sebastian: meget

M: Sebastian ja Luna hvad sagde du?

Luna: altså det er bare altså i femte der var det ikke så meget sådan at man brugte tingene sådan specielt men nu bruger man næsten hele tiden agtig så det er blevet værre med tiden synes jeg

Oliver: mit er blevet bedre synes jeg

M: hvorfor?

Oliver: på grund af jeg gik i en anden klasse i femte og sjette klasse og der var alle sammen sådan nogen der spillede rigtig rigtig meget computer så hvis jeg skulle være sammen med dem så skulle jeg spille computer det var også det der Diablo tre og sådan noget så nu hvor jeg er skiftet herover der er ikke så mange der spiller dem der spiller dem er jeg ikke så meget sammen med for eksempel som Sebastian jeg (uf) sammen med ham men jeg spiller ikke med ham

M: ja så laver man noget andet når man er sammen eller hvad?

Oliver: ja

Sebastian: ja spiller fodbold

Oliver: ja for eksempel

Nadia: (uf)

Anthony: mit er stadig det samme

Nadia: mit er meget værre

M: hvad mener du med det er det samme?

Anthony: altså da jeg var lille ?(så jeg nok)? fjernsyn jeg så rigtig meget og så nu (uf) nok ændret sig til telefon og FIFA og helt sådan noget

M: okay er der nogen af jer der sådan når i får fri fra skole så resten af dagen det er bare medier?

Nadia: mig

Sebastian: næ

Nina: nej

Sebastian: T halvt når jeg kommer hjem så spiller jeg computer eller sidder foran fjernsynet

Nadia: (uf)

Sebastian: og hvis jeg er på klub så kan jeg godt finde på at spille basket eller fodbold

M: hvad med jer andre?

Nina: jeg er sådan meget på klub ellers så er jeg her om vinteren der er ja ungdomsskolen der er ja lige sæson til det så jeg har ikke så meget tid til det på grund af jeg går til en hel masse og så går jeg også ud med aviser og sådan noget

M: så du går til en masse ting

Nina: mm

M: det tager meget af din tid?

Nina: ja

M: gør i andre også det eller?

Nadia: hvad

Oliver: ja

M: går til mange ting eller bruger i

Anthony: ja

M: mest bare tiden på medier?

Nadia: nej jeg bliver tvunget til at gå

Anthony: jeg går til mange ting

Oliver: jeg går til rigtig mange ting

Anthony: jeg går til en ting men det er fire gange om ugen

Luna: jeg går også

M: og det kan jeg regne ud det er fodbold

Anthony: ja

M: okay Luna hvad med dig?

Luna: jeg går også til en ting og det er også tre fire gange om ugen

M: hvad er det

Luna: håndbold

Oliver: jeg går til tre ting

M: hvad går du til?

Oliver: fodbold badminton er jeg lige begyndt på

Nadia: er du

Oliver: mm

M: og hvad var det sidste?

Oliver: hundetræning

Ukendt: hvad

Oliver: det virker ikke så hårdt men

Anthony: går du til hundetræning

Oliver: ja

Luna: hundetræning

Oliver: det er sådan man har sin hund med ud men

Nadia: har du en hund

Oliver: nej det er det jeg træner hunde

M: nåh du træner andres hunde?

Oliver: ja min mor hun er sådan rigtig hundetræner og så plejer jeg bare hun plejer at tage dem der har svært ved det og så plejer jeg bare at gå rundt og have det sjovt med hundene hvis de har brug for

et eller andet andet at lave jeg har altid haft et eller andet med hunde så hvis hunde skal igennem et eller andet de synes de er bange for eller et eller andet så plejer jeg altid at kunne få dem igennem eller et eller andet

M: hundehviskeren

Nadia: haha

M: hvad med bruger i medier anderledes end jeres yngre søskende for eksempel?

Sebastian: ja

Nadia: ja

Oliver: ja

M: hvordan?

Ukendt pige: jeg har ikke nogen

Nadia: nej jo både og

Sebastian: jeg spiller mere end mine søskende gør

Anthony: min søster gør bare det samme som jeg gør

M: hun så lidt mere fjernsyn gjorde hun ikke det?

Anthony: jo hun ser også fjernsyn men det er kun for hun ser meget hun ser det samme som min mor ser og så prøver hun og så på telefonen så vil hun have de samme ting som jeg vil have

Luna: ja det de samme ting

Nadia: men (uf) generation også meget forkælet altså jeg fik først en telefon sådan der i femte og så ser jeg alle mulige som der er fra anden klasse eller jeg ved ikke hvad og så står de der med en iPhone og jeg har aldrig haft en iPhone og så står alle der med iPhones

M: ja okay så i tror at dem der er yngre end jer de bruger medier lige så meget som jer?

Nadia: ja

Nina: ja

Anthony: de ville i hvert fald gerne

Nadia: kommer ikke til

Nina: for eksempel der er nogen sådan i tredje de har allerede sådan en iPhone seks

Luna: ja

Nadia: ja

Nina: og da vi gik i tredje der havde vi måske en Nokia eller sådan noget eller ikke nogen telefon

Luna: haha

Nadia: haha så ved man man er blevet gammel i hvert fald

Luna: altså

Anthony: (uf) telefon i fjerde tror jeg

M: ja hvad med jeres ældre søskende hvis i har sådan nogen?

Nadia: ja

M: hvordan er det anderledes med dem?

Nadia: de er sådan der

Sebastian: jeg kender ikke min storebror

Nadia: Facebook

Sebastian: så godt

Nadia: hvad

M: du kender ikke din storebror så godt? okay så du ved det ikke lige med ham? er der nogen der har lagt mærke til at de gør på en anden måde?

Nina: altså

Nadia: ja

Ukendt: næ

Nina: min storebror og hans kæreste det er sådan hun bor i Vordingborg og han bor ja her hjemme hos hans forældre så han bruger nok sådan Skype eller Facetime sådan så de kan tale de taler til sådan klokken tolv om aftenen eller et eller andet så de er meget tit i kontakt med hinanden

M: ja hvad med spil og sådan noget for eksempel tror i også i kommer til at spille meget mere når i er ældre?

Ukendt: nej

Sebastian: ja

Oliver: næ

Nadia: både og

Luna: nej

M: de fleste siger nej hvorfor?

Nadia: jeg håber

Ukendt: uddannelse

Nadia: nåh ej

Luna: det er bare jeg tror man vokser lidt fra det

M: så skal jeg lige høre lidt om hvor meget betyder medier egentlig for jer?

Sebastian: meget

Nadia: meget

M: meget?

Nadia: det er sådan meget af min tid det går på Anime så hvis Anime er taget fra mig så ved jeg ikke hvad jeg ville gøre

Anthony: altså jeg kan sagtens leve uden det

Nadia: jo men så (uf) måske skulle gå tilbage måske til at spille fodbold for jeg plejer da jeg sådan før jeg kom hertil så plejer jeg sådan at spille fodbold og være mere aktiv end det jeg er nu men så kom jeg herover og så gik jeg hen til hovedbiblioteket og så var der sådan nogen mangabøger og så begyndte jeg sådan stille og roligt at ja komme til at elske Anime og så bruger jeg meget meget meget tid på det

M: ja Anthony du sagde at det ikke betød så meget du godt kunne leve uden?

Anthony: ja

M: hvad vil du så lave i stedet for?

Anthony: spille fodbold

M: hele tiden?

Anthony: ja ?(og være)? sammen med mine venner

M: ja okay hvad med dig Luna?

Luna: altså jeg kan godt

P

Nina: nej Luna

Luna: altså jeg ved det ikke rigtig fordi at jeg kan måske godt lægge det fra mig jeg skal bare lige tage mig sammen først så ja jeg ved det ikke

M: for eksempel sociale medier det er der rigtig mange af jer der bruger altså sådan ville man være lidt uden for fællesskabet hvis man ikke have de her medier eller

Nadia: det er jeg allerede

Nina: du har sgu da Facebook du bruger det bare ikke

Nadia: ja men jeg bruger det bare ikke

M: ville man være lidt uden for fællesskabet og ville det sådan tage lidt på ens venskaber og sådan noget?

Sebastian: nej det tror jeg ikke

Oliver: næ

Luna: det er jo ens eget valg

M: men man ville nok have svært ved at snakke med folk sådan efter skole og sådan noget hvis det i skriver med dem og snapper og sådan noget?

Nina: der har man normale beskeder

P

M: ja hvad med DRs medier hvad hvis i skulle undvære dem?

Nadia: hvad

M: DRs medier

Nadia: det bruger jeg ikke engang

Sebastian: det ville ikke gøre noget

M: du ville måske savne dem Nina eller hvad?

Nina: ja jeg ville nok savne dem lidt

Luna: haha

Nina: men altså så ville jeg nok bare altså hvis jeg ikke havde en telefon eller bare sådan DRs medier så ville jeg nok bare læse på grund af det kan jeg også godt lide men jeg gør det ikke særlig tit

M: okay så der er ikke nogen af jer der er afhængige af DRs medier i hvert fald

Nadia: jeg kan godt lide det der Den store bagedyst og alt muligt men det er bare det

M: Sebastian hvad hvis det var fodbold hvad hvis du overhovedet ikke kunne se fodbold?

Sebastian: det ved jeg ikke så ville jeg nok se noget andet

Nadia: hvorfor spørger du om det

Sebastian: ellers så ville jeg

Nadia: har DR noget med det at gøre

Sebastian: så ville jeg spille fodbold i stedet for at se det

Nadia: DR har noget med det her at gøre kan jeg mærke det er dem der sender det

M: Marie?

S: ja jeg skal lige høre nu snakkede vi om det der med public service og licens før og så snakkede vi lidt om i synes at der kommer nok ud af det i forhold til at man betaler for det hvad med i forhold til lige jer og det i interesserer jer for nu og det i gerne vil lige nu synes i at i får noget ud af det leverer DR til jer lige nu synes i?

Nadia: det gør de sikkert siden det er det du spurgte om men ikke noget til mig jeg har ikke for noget tid siden så tror jeg de viste noget (uf) på sådan noget Cartoon Network og sådan noget men ikke (uf)

S: det føler du ikke?

Nadia: nej hvad

Sebastian: det var Ramasjang

S: hvad med jer andre

Oliver: næ det bruger jeg aldrig

S: nej det er ikke noget i har tænkt over. så vil jeg lige høre nu snakkede vi lige kort her til sidst om det med de også føler i lidt det er det samme som altså at være sammen efter skole for eksempel hvis man tager hjem sammen og gør noget sammen der eller hvis i nu tager alene hjem og så skriver sammen med hinanden imens i gør ting er der sådan stor forskel på det er der noget i foretrækker frem for noget andet for eksempel?

Anthony: der er en forskel man er jo ikke sådan sammen med dem rigtig man har ikke deres selskab man skriver med dem

S: hvad betyder det for dig hvad ville du foretrække?

Anthony: altså jeg vil helst være sammen med dem men man kan (uf) ikke være sammen med alle på samme tid (uf)

S: ja jeg har ikke mere

M: jamen tusind tak fordi i ville være med

Nadia: var det det

M: det var det ja men jeg skal lige spørge om en ting til sidst hvordan har det været at være med?

Sebastian: det var hyggeligt

Oliver: det var i hvert fald bedre end (uf)

Nadia: vi løb tør for mad

Ukendt: man lærte også noget nyt

M: lærte man noget nyt?

Ukendt: public service

Nadia: hvad var det nu jeg kan ikke huske det

Sebastian: det der med at vi betalte til DR

Nadia: nåh ja

M: er der noget der har overrasket jer? noget fagligt?

Nina: det med at der er en masse der er ved at komme på Snapchat fordi det er sådan jeg har sådan X Factor på Snapchat men jeg vidste ikke sådan DR fordi hvad skulle de sende det er sådan lidt det der undrer mig

M: P tre har faktisk også Snapchat og DR eller (uf) tre nyheder

Nina: jeg tror også jeg har set det med at nu er vi igang med at interviewe en eller anden

M: godt jamen tusind tak

Bilag 5: Interview med fokusgruppe C

Dato: 6. Oktober 2015

Deltagere

Amanda
Zaccarias
Alberte
Christen
Amalie
Lukas

Moderator: M

Suppleant: S

M: i får lige udleveret et stykke papir hver som Marie giver jer. og så har i alle sammen en kuglepen og på det papir her der skal i skrive de medier i bruger mest for tiden. P har i nogen spørgsmål til det?

P

Alberte: er det alle digitale medier vi skal skrive på

M: ja lige præcis

Alberte: okay

S: som i bruger

M: ja alle dem i bruger i kan komme i tanke om

Christen: og sådan noget som en webside det ikke en form for medie vel

M: nej det kommer vi til lidt senere så hvis det er noget specifikt en specifik hjemmeside så kommer vi til det senere. det her det er mere sådan i større sammenhæng altså computer mobil tv PlayStation alle de ting. P i skal endelig bare tage noget af alt de her snacks undervejs og noget at drikke. P kan i komme i tanke om flere?

Amanda: nej

M: nej. nu har i skrevet flere forskellige ned ligner det lidt men så vil jeg egentlig bare gerne høre hvad for nogen i bruger mest af dem i har skrevet ned og vi kan bare starte med Amanda.

Amanda: T jeg har skrevet iPad og computer.

M: hvorfor lige dem?

Amanda: fordi at jeg bruger mest jeg bruger ikke rigtig min mobiltelefon eller noget ud over eller PlayStation eller Wii

M: nej okay. og hvad med dig Zaccarias?

Zaccarias: T jeg har skrevet tv Xbox iPad

Amalie: undskyld jeg lige afbryder det fordi jeg troede du mente hvilke sådan apps og sådan noget så det er det jeg har skrevet ned undskyld

M: okay nå men så kan du lige skrive de andre ned imens

Amalie: ja

M: men Zaccarias hvorfor har du lige valgt dem?

Zaccarias: det fordi det er der eneste jeg bruger.

M: hvad bruger du mest af dem?

Zaccarias: iPad

M: iPad?

Zaccarias: ja

M: ja. gerne tal lidt højere det er fordi at

Zaccarias: nåh ja undskyld. ipad.

M: vi sidder i et kæmpe lokale så lyden er ikke så god.

Zaccarias: godt nok

M: og hvad med dig Alberte?

Alberte: T jeg har skrevet iPad min iPod internet Facebook Snapchat og Xbox T fordi at altså lige nu har jeg ikke nogen telefon så jeg kan ikke jeg har ikke rigtig mulighed for at bruge min telefon. men jeg bruger nok mest min iPad fordi jeg ser serier og så videre på den.

M: okay. hvad med dig Christen?

Christen: T Facebook T altså mest Messenger delen. nogen gange Netflix hvis jeg finder en god film. Hotmail tjekker jeg hvad der er der (uf) så bruger jeg for det meste min Xbox og så bruger jeg iPad i skolen og hvis jeg ikke ved noget så søger jeg.

M: ja. jeg tror måske sagde jeg det ikke klart nok men det er fordi Facebook og Netflix og sådan noget jo Netflix det kan man måske godt sige er et digitalt medie men det er mere sådan medieplatform så vi tænkte mere sådan ja en computer altså en iPad

Christen: nåh

M: altså selve sådan ja

Christen: okay

M: den ting du gør det fra agtigt. vil du lige nævne dem du sagde igen uden Netflix og Facebook?

Christen: T ja ja ja T Xbox

trehundredtres den gamle model og iPad

M: iPad der sagde du at du brugte det meget i skolen?

Christen: ja meget i skolen og så også meget derhjemme. mest iPad i hvert fald ja.

M: ja. og hvad med dig Amalie?

Amalie: T telefon og så tv og iPad og også min PlayStation.

M: hvad for nogen af dem bruger du mest?

Amalie: mest telefon

M: telefon?

Amalie: ja

M: hvordan kan det være?

Amalie: fordi den er lille og man kan sådan tage den med altså frikvarterer og sådan noget altså lige meget hvor man er så kan man bare bruge den så derfor er det den jeg bruger mest

M: ja. hvad med dig Lukas?

Lukas: T jeg bruger mest min computer og min iPad. to nemme medier det er sådan nemt at komme på man kan det meste på dem

M: ja. nu har du ikke skrevet telefon ligesom mange andre det gjorde Amanda heller ikke men hvordan kan det være du ikke har skrevet telefon?

Lukas: fordi jeg har ikke brugt den i omkring et år nu.

M: Har du ikke? nej. er det du har ikke den på dig hele tiden eller?

Lukas: nej jeg er sådan T jeg bruger ikke min telefon overhovedet jeg har ikke rigtig noget at bruge den til synes jeg.

M: ja okay. P ja men så kan vi lige gå lidt videre for nu kommer vi nemlig til det noget i var inde på noget medieindhold som vi kalder det og der får i også lige ti stykker papir hver så der er det bare med at skrive alle de ting ned som i bruger og det kan være Netflix Facebook som i sagde det kan være Snapchat Instagram det kan være hvis en eller anden bestemt hjemmeside i bruger rigtig meget eller et program det kan være et tv program Paradise Hotel eller et eller andet andet og det kan være et radioprogram det kan være alle former for ting i ser eller hører

S: hjemmesider

M: hjemmesider ja

Christen: et på hvert papir

M: et på hvert papir ja

P

S: det behøver ikke være alle papirer i fylder ud hvis nu i ikke kan finde på ti

Christen: hvad hvis man kan finde på meget mere. så det kan man ikke så ja

S: så kan man tilføje dem når vi stiller spørgsmål bagefter

Christen: okay

M: ja

S: det kan jeg godt forstå hvis i har flere ting

P

M: det må også gerne være apps for eksempel. P har i nogen spørgsmål til det? er i i tvivl om noget der må være eller ikke må være?

Christen: altså det har lov til at være spil eller

M: ja

Christen: ja okay

P

M: er i ved at være der så småt?

P

S: der bliver lige skrevet lidt mere herovre

M: ja. P men så må i gerne lige gøre lidt plads foran jeres navneskilt der bare lige hvor i sidder fordi så skal i nemlig lige ligge dem ud fra den rækkefølge i bruger dem mest. P så kan i bare rykke lidt op der så i har plads til det. P i kan bare folde dem lidt op over hinanden hvis det er de ikke kan være der.

P

S: jeg tager lige billede det er helt okay dine hænder må gerne være på

P

M: yes. P super godt i har fundet på så mange. P men så kan vi lige starte ved Lukas så skal jeg egentlig bare have dig til at nævne dem fra toppen af dem du bruger mest.

Lukas: T Skype Steam YouTube CS GO Arma tre Gmod TeamSpeak

M: ja. nu er det simpelthen ikke alle sammen jeg ved hvad er. Skype det er hvor man taler sammen?

Lukas: ja

M: og Steam kan du forklare hvad det er?

Lukas: det er hvor du holder dine spil og kommer i kontakt med dine venner sådan hvis du vil spille med dem

M: okay så det er sådan noget hvor man snakker over spil eller hvordan?

Lukas: T ja det er sådan et sted hvor du har dine spil og inviterer til at dine venner til at spille sammen med dig

M: okay så inde på Steam kan man spille en masse forskellige spil?

Lukas: ja

M: ja. og YouTube den ved vi godt hvad er og det her hvad kaldte du det?

Lukas: CS GO Counter Strike Global Offensive

M: er det Counter Strike?

Lukas: ja

M: okay og spiller du det på computer eller?

Lukas: computeren

M: ja. og det her?

Lukas: Arma tre det er et sådan krigs simulator spil sådan ja bare sådan et spil

M: et krigsspil?

Lukas: ja

M: eller hvad? ja er det også computerspil?

Lukas: ja

M: ja og den her?

Lukas: T Garry's Mod det er et sandbox spil sådan du kan være nogenlunde lige hvad du vil derinde

M: okay og hvad er så det her?

Lukas: TeamSpeak det er hvor du hvis du skal snakke med en stor gruppe folk så kan man gå derind

M: okay det kan man også på Skype kan man ikke det?

Lukas: jo det er sådan mere til hvis det er nogen du ikke kender som du vil snakke med i lidt tid så sender man en i p til personen og så kommer de ind

M: snakker man med folk man ikke kender så der?

Lukas: ja

M: okay. hvorfor er det sjovt?

Lukas: T det gør at man kan lave bedre strategier og sådan noget når man spiller spillet

M: okay så det er noget man bruger til at snakke med dem man spiller med?

Lukas: ja

M: når man spiller online måske?

Lukas: ja

M: ja. nu lyder man måske helt gammel men der er mange af de her ting som jeg slet ikke har styr på. Amalie?

Amalie: ja

M: vil du forklare dine

Amalie: T ja sådan først har jeg skrevet Tumblr YouTube Instagram Line iTouch Messenger Snapchat og så Facebook i parentes T jeg har skrevet Facebook i parentes fordi jeg bruger ikke Facebook så meget jeg prøver i hvert fald at lade være

M: du prøver at lade være?

Amalie: ja

M: hvordan kan det være?

Amalie: T jeg kan ikke så godt lide ideen om Facebook altså det lige som om blevet til hvordan det handler om at få likes på sine billeder og blære sig med det man gør og det kan jeg ikke rigtig lide jeg kan ikke lide at kigge på det.

M: okay ja. hvad var det du nævnte først Tumblr?

Amalie: Tumblr ja

M: ja hvad bruger du det til?

Amalie: T det er meget afslappende sådan hvis man ikke har noget at lave så bare lige kigge på billeder det bare sådan set det ja.

M: ja har du så nogen du følger?

Amalie: ja bare sådan tilfældige mennesker men altså

M: ja okay. og så var det hvad var det næste?

Amalie: YouTube

M: ja hvad laver du der?

Amalie: T altså kigger på videoer og sådan altså tilfældige ting der er meget god viden YouTube fordi der er sådan videoer for næsten alting.

M: ja. er det mest sådan musik eller er det sjove videoer eller?

Amalie: T altså mest sådan for underholdningen tror jeg

M: ja og hvad var den tredje her?

Amalie: Instagram

M: ja. og det er også

Amalie: jeg poster ikke rigtig nogen billeder jeg kigger bare på andres for det meste

M: ja så det er måske sådan noget inspiration

Amalie: ja lige præcis sådan noget

M: ja. og hvad var den næste du skrev der?

Amalie: Line

M: og hvad er det for et slags medie?

Amalie: det er sådan en blanding af sådan Messenger kunne det godt være og sådan T også lidt Facebook der er ikke så mange der har det i Danmark men jeg bruger det mest til sådan at ringe gratis og skrive gratis til mine venner

M: så det er ligesom Viber? eller hvad?

Amalie: ja lidt

M: okay. og hvad var den næste?

Amalie: iTouch det er sådan T filtre til billeder og sådan noget ja dekorationer og sådan noget så det er bare sådan til billeder

M: så det bruger du måske til at lægge billeder på Instagram eller?

Amalie: nej jeg lægger ikke billeder op på Instagram det er bare sådan det ved jeg ikke nogen gange har man bare lyst til sådan T at pynte sine billeder op tror jeg.

M: ja. og hvad var den næste?

Amalie: Messenger T igen bare sådan skrive til folk gratis og sådan noget

M: og så havde du Snapchat

Amalie: og Snapchat ja

M: og det er også kommunikation måske?

Amalie: ja mest for at kigge på andres billeder fordi igen jeg kan ikke så godt lide det der med at tage billeder af mig selv. og ja og så ja Facebook

M: ja det forklarede du godt. jeg ved ikke nu gennemgik vi faktisk ikke alle sammen men det er fordi at det ikke er alle sammen vi kender så måske skal vi egentlig bare gennemgå dem alle sammen når i forklarer dem sådan så vi bare fra starten af forklarer hvad man har valgt og hvorfor så det kan du måske gøre Christen med dine prioriteter starte med den øverste forklare hvad for en du har valgt og hvorfor og hvad det er hvis det er jeg ikke ved hvad det er

Christen: T den øverste som jeg har valgt det er Hotmail fordi at T altså jeg bruger for det meste min iPad med det men jeg kigger på hvad det er at altså hvad det er som der bliver sendt til mig sådan beskeder og sådan noget det er meget gode til at finde nogen nyheder og sådan noget som der måske sker i Danmark også. jeg følger metroxpress så

M: er det hjemmesiden Hotmail eller hvad hedder den

Christen: det er ikke nødvendigvis Hotmail det er mere sådan det er bare min email som hvor jeg får beskeder og sådan noget ikke den tjekker jeg meget sådan

M: så du er tilmeldt nyhedsbreve er det det for eksempel?

Christen: ja kun et par få af dem. T den næste jeg har valgt det er Facebook eller mest Messenger jeg går næsten aldrig ind på Facebook den kunne sikkert ikke engang være på den her liste hvis det skulle være men Messenger bruger jeg meget hvor jeg sådan skriver til folk og sådan noget. og der er mange samtaler vi har som er ?(altid)? sjove eller nogen gange sådan planlægger et eller andet og det er meget smart at have sådan jeg synes i hvert fald det er meget smart at have sådan Messenger og vi laver jokes og fortæller hvad det er vi laver og sådan noget eller fortæller om hvor vi er og den slags

M: er det sådan gruppesamtaler også så?

Christen: ja mange gruppesamtaler og sådan noget. så kommer YouTube T der er det jeg mest ser sådan nogen T mest sådan nogen viden videoer eller sådan noget meget videnskab og sådan noget har de nogen rimelig kloge videoer omkring. nogen gange ser jeg nogen sjove videoer hvis der er en der kan lave lidt sjov med verden og sådan noget det er også rimelig sjovt. og T så nogen gange så kigger jeg på måske en guide til enten et spil eller virkeligheden hvis jeg har svært ved noget.

M: ja altså sådan tutorials?

Christen: ja tutorials. T så kommer der et spil Dark Souls det er hvad jeg spiller meget her for tiden det er et sådan et meget svært spil fordi at det handler om hvor godt man selv kan finde ud af det altså jo mere du lytter efter og kigger på hvad det er jo sværere bliver det det bruger jeg meget tid på og det der med de der guides det bruger jeg meget til for at hjælpe mig

M: er det sådan et strategispil eller hvad?

Christen: det er en action RPG det er mere sådan en T du render rundt og T altså du skal sådan T der er meget sådan inden for kamp og den slags der du er en person som du har lavet. ja og så skal du løbe rundt og gøre forskellige ting men der er meget sværhedsgrader du skal virkelig tænke dig om for at du klarer det og den slags

M: så spiller du det online eller er det bare

Christen: det er single player fordi jeg er fattig og ikke har købt Xbox live. så kommer Netflix T det er sådan en slags stor base af film og sådan noget og serier og den slags som du kan se i hvert fald det som de siger er mest interessant. der ser jeg hvis jeg får at vide det her det er en virkelig god film og den slags gå ind og se den så kan jeg enten se om den er på Netflix eller i en biograf for det meste på Netflix fordi der har vi alt der betaler man sådan en lille smule hver måned eller i det her tilfælde år

M: ja. er det noget du har med din familie eller?

Christen: det er noget vi alle sammen køber en stor pakke min familie ja T så ser vi det serier og den slags. så kommer anime hvilket er noget af grunden til jeg bare har sagt anime i stedet for specifikt det er fordi jeg kigger rundt omkring og så ser jeg bare sådan måske en første episode det er japansk serie for resten som der kommer fra deres manga altså bøger. så kigger jeg bare på dem og så ser jeg bare på serier nogen gange måske en første episode for at se om det er interessant og så nogen gange ja så er nogen af dem og den slags

M: hvor ser du det henne? er det på Netflix?

Christen: T på sider som jeg ikke er sikker på er lovlige men

M: ja. og hvad med dig Alberte?

Alberte: T først har jeg skrevet Facebook fordi at det er der hvor jeg også kommunikerer med mine venner T og så har jeg også fået rigtig mange venner over Facebook så det er egentlig det jeg bruger det til mest

M: altså venner du ikke kendte eller?

Alberte: ja og så mødte jeg dem over Facebook og så mødte jeg dem så

M: så har du mødt dem på Facebook først og så mødtes med dem i virkeligheden bagefter?

Alberte: ja

M: nå det er meget sejt

Alberte: og så har jeg skrevet Viki som T det er en side hvor det er meget asiatiske serier og så ser jeg rigtig meget koreanske dramaer. og så har jeg skrevet YouTube fordi underholdning og hvis jeg keder mig så er der altid et eller andet som man kan finde og se derpå. og så har jeg skrevet SimCity som er et spil som jeg både spiller på min iPad og min computer hvor man skal sådan opbygge en by og holde den ved lige og sådan noget. og så har jeg skrevet Gmail fordi at jeg bruger min mail til sådan for eksempel nu går jeg på ungdomsskole så de siger hvornår det starter og hvornår det slutter og hvornår vi har ferier og så videre. og så har jeg skrevet Snapchat også fordi der kommunikerer jeg også meget med mine venner. og så har jeg skrevet Netflix som jeg ikke bruger særlig meget fordi at mange af de film som jeg faktisk gider se dem har de ikke så jeg låner bare min vens. og så har jeg skrevet Tumblr fordi jeg synes det er meget interessant nogen gange og så nogen gange synes jeg det er meget kedeligt så det skifter sådan meget. og så har jeg skrevet Instagram hvor jeg egentlig også bare kigger på folks billeder.

M: ja ligger du også mange billeder op selv?

Alberte: nej ikke rigtig

M: mest kigge på andres

Alberte: ja

M: ja. er det så private personer nogen der er dine venner eller er det mærker eller hvad kunne det være?

Alberte: altså jeg følger et par mærker og så følger jeg nogen mennesker som jeg kender og så også sådan random personer som jeg har fundet som jeg synes ligger nogen interessante ting ud.

M: ja. hvad med dig Zaccarias?

Zaccarias: jeg har skrevet Instagram fordi det bruger jeg meget.

M: ja. hvorfor bruger du det meget?

Zaccarias: fordi P jeg ved det ikke rigtig jeg synes det er det eneste der falder mig rigtig ind.

M: det er på mobilen ikke?

Zaccarias: iPad. og så har jeg skrevet Snapchat fordi der skriver jeg med mine venner og så har jeg skrevet YouTube

M: må jeg lige spørge om det med Snapchat altså nu siger du Snapchat det er jo også hvor man tager billeder og så kan man skrive en tekst ikke?

Zaccarias: jo

M: ja. er det federe at man kan sende et billede også end bare for eksempel Messenger der var det jo bare skrive. hvad er det det giver at man kan sende billeder og skrive?

Zaccarias: T man kan gøre sjovere ting det er egentlig det eneste T YouTube fordi der ser jeg mange videoer så har jeg skrevet Putlocker

M: er det sådan underholdningsvideoer eller er det viden eller?

Zaccarias: T underholdning. og så har jeg skrevet Putlocker det bruger jeg kun fordi jeg ikke gider betale for Netflix

M: er det også hvor man kan se en masse film og serier og sådan noget?

Zaccarias: ja. så har jeg skrevet Messenger for der skriver jeg med nogen andre af mine venner og så har jeg skrevet Facebook men det bruger jeg kun til grupper hvor man kan købe tøj eller du kan se alt muligt underligt. og så Twitter men det bruger jeg overhovedet ikke

M: okay bruger det ikke så meget

Zaccarias: nej

M: hvad med dig Amanda?

Amanda: jeg har skrevet Chrome fordi det er faktisk den app jeg bruger mest på en iPad

M: ja altså bare internet browseren?

Amanda: ja og jeg har rigtig mange sådan faner åbne fordi at jeg gemmer rigtig mange af mine ting der

M: hvad er det så for nogen ting du gemmer der?

Amanda: T for eksempel hvis jeg har søgt på en eller anden for eksempel Jesse Fox eller en eller anden skuespiller jeg så i Barnaby han er ikke sådan særlig stor skuespiller så det ender med jeg glemmer ham men jeg vil gerne gemme ham til et senere tidspunkt hvor jeg kan se en anden film han har været med i eller sådan noget. T og så har jeg skrevet Facebook. Facebook bruger jeg sådan primært til at skrive med folk jeg har mødt på Københavns Middelaldermarked for eksempel og der arbejder jeg altså mit arbejde Eventyrridderne er også inde under Facebook.

M: hvad er det for noget?

Amanda: sådan eventgruppe som der laver rollespilsaktiviteter eller teambuilding aktiviteter for arbejdspladser og så til fødselsdage og sådan nogen ting og så er vi ude ved forskellige events og Roskilde Dyrskue og Langelands Festival og sådan nogen ting

M: ja og så bruger i Facebook til at organisere det over?

Amanda: ja i sådan en gruppe altså sådan en side lukket gruppe. T YouTube min YouTube er overraskende organiseret så jeg har lavet hvad hedder det playlister for eksempel jeg har forskellige playlister forskellig musik for eksempel så er der noget der hedder my taste og så er der noget der hedder fantasy og så er der noget fordi jeg hører rigtig meget musik og så fan girl life og sådan nogen ting

M: okay så du har sådan virkelig udtænkt din YouTube

Amanda: ja og så nogen gange så glemmer jeg at jeg har udtænkt min YouTube så mister jeg alle de der ting på et tidspunkt

M: ja. hvorfor bruger du ikke Spotify i stedet for?

Amanda: fordi at jeg synes ikke man kan få fat i lige så meget for eksempel i min fantasy playlist der har jeg nogen sange af en der hedder Carleen hun laver også sange som hun ligger op på Spotify men mange af hendes andre sange de er bare ikke på Spotify så det er faktisk meget derfor. jeg har skrevet Putlocker på altså jeg bruger også Netflix men Putlocker kan man få så meget mere synes jeg fordi ellers så skal man også oprette HBO fordi på Netflix har de for eksempel ikke Game Of Thrones eller sådan nogen ting. og Instagram

M: men Putlocker er ikke lovlig eller hvad?

Amanda: nej og jeg har kun skrevet Putlocker fordi hvis jeg skulle skrive alle de hjemmesider jeg bruger ville der komme en rigtig lang liste frem

M: er det ligesom Popcorn Time Putlocker?

Amanda: nej for Popcorn Time var det med undertekster men man skulle også melde sig ind i det hvor Putlocker er mere sådan hands free agtigt sådan vi behøver ikke vide noget som helst om dig du kan bare bruge det Putlocker er også lige for nylig blevet lukket ned men så bruger jeg nogen andre som TubePlus eller Megashare nine som faktisk også lige er blevet lukket ned men

M: ja det holder ikke så lang tid dem der

Amanda: nogen af dem gør nogen af dem holder meget lang tid men andre de dør sådan langsomt ud. Instagram det bruger jeg bare til at lægge billeder ud jeg lægger ikke særlig tit billeder ud jeg glemmer ret tit jeg har en Instagram engang imellem og så går jeg bare ind på den og søger på billeder men jeg tager ikke rigtig billeder selv.

M: følger du så også mærker eller er det mest venner og sådan noget?

Amanda: jeg følger sider der lægger kunst ud og jeg følger designere og jeg følger alle mulige ting den er mindre organiseret hvis man kigger i forhold til min YouTube. Anime Plus jeg kunne også have skrevet mange flere ved den det er hvor jeg kan gå ind og se anime på

M: som var de der japanske var det det?

Amanda: ja japanske film agtig sådan animeret film. Tumblr P ja Tumblr er dejligt så det er bare derfor

M: bare billeder og

Amanda: billeder og videoer og posts og folk der er helt vildt underlige det er fordi folk har som regel en hovedinteresse som jeg også altså det er meget interessant at kigge på hvor meget folk går op i de her ting om folk går lige så meget op i dem som man selv gør. Etsy det er hvor man kan købe ting og det er hovedsageligt til min middelalder og vikingetids ting som jeg går derind og kigger på og Wattpad det er fordi jeg er i gang med en rigtig god bog derinde som der er en der har skrevet

M: og hvad er det helt præcist Wattpad er?

Amanda: kan man gå ind og læse bøger ligesom fan fictions. det er der også problemet er at fan fiction synes jeg for det meste er rigtig dårlige så jeg har det sådan med at læse nogen litterære bøger som andre har skrevet som de har fundet på

M: og det er gratis?

Amanda: det er gratis

M: og fan fiction kan du hurtigt forklare hvad det er?

Amanda: fan fiction er en fiktionel altså sådan det er en fiktion som fans skriver for eksempel lad os sige Justin Bieber fordi at der er rigtig mange af dem som der skriver en fan fiction hvor at han får en kæreste eller sådan nogen ting eller hvor han møder One Direction et sted. men det er derfor så skal man hellere hvis man gerne vil læse sådan nogen skal man gå ind på en anden side der hedder Movellas hvor det er mere sådan nogen hvor det er teenagere der skriver og sådan noget der

M: skriver de som om det var dem selv der mødte dem måske eller hvad?

Amanda: ja også andre sådan lidt og Chloe hun mødte Justin Bieber til den her virkelig fede fest og sådan noget der og det er bare overhovedet ikke mig fordi jeg synes ret tit mange af dem er så kedelige og så er der rigtig mange stavefejl så det er derfor jeg hellere vil bruge Wattpad fordi der er det mere sådan rigtig litteratur agtig eventyr og andre ting. og så MangaTown det er til at læse manga og manga det altså anime er jo baseret ret tit på de mangaer som der er blevet skrevet.

M: okay. jeg synes det er meget spændende at der er flere af jer der nævner det her japanske koreanske (film)? og sådan noget hvad er det noget der gælder bare for jer eller er det sådan dem på jeres alder som bruger meget det?

Amalie: jeg tror muligvis det sådan du har også lige fået dem fra årgangen som går sådan meget op i det tror jeg specielt os tre piger

Amanda: ja

M: jer tre piger?

Amanda: de andre går ikke så meget op i det

Amalie: nej

Amanda: fordi de ikke er kommet så meget ind i det

M: okay så hvad med drenge hvad siger i eller?

Christen: altså omkring det der japanske

M: ja du skrev også dem ned gjorde du ikke Christen?

Christen: ja altså anime T de der to piger stirrede på mig virkelig underligt så jeg gik hurtigt væk Dark Souls er også et japansk spil så ja det er nok meget det der som japanere laver som vi bruger nok fordi at jeg ved ikke jeg synes bare der er meget bedre nogen gange.

M: Zaccarias bruger du det også eller?

Zaccarias: nej

M: ikke rigtig?

Zaccarias: nej jeg er ligeglad

M: ja hvad med dig Lukas?

Lukas: jeg ser også lidt af det

Amanda: altså det med anime man skal forestille sig det er ligesom filmgenren der er rigtig mange undergenrer til så der er rigtig mange der har fået en forkert introduktion til altså selve anime universet jeg kalder det universet men altså fordi at de ser kun det der skolepiger med knæstrømper og sådan nogen ting og det er ret tit for børn og sådan noget men inde under anime genren er der også atten plus og der er horror og der er fantasy og der er også nogen til de lidt ældre fordi de skelner altså der er rigtig mange genrer under anime

M: men er det kun animeret? det er kun animeret film og serier og sådan noget?

Amanda: ja men det som der sker inde i selve animeen for eksempel det er ikke altid det samme og mange af tingene er faktisk virkelig fucking uhyggelige så det er ikke sådan kun til børn agtig

M: nej men det kan være at netop som du siger at nogen forbinder det med at noget er animeret at det er til børn eller sådan at det ikke er altså du ved at det kan være andre genrer også?

Amanda: ja

Amalie: altså jeg tror også det er sådan der er mange der ja der ser det som en barneting fordi det er tegnefilm og det ikke rigtig det samme i Danmark på nogen måde fordi vi gør ikke den slags mens altså i Japan det er meget mere sådan en kunstart fordi man ligesom kan skabe et univers på den måde for det kan man ikke med almindelige film det er ikke det samme og det er der mange der ikke forstår. jeg har også været i Japan så

M: ja du er blevet lidt inspireret der. hvordan har i fået øjnene op for det så?

Christen: op for Japan

M: jamen op for det her animerede japanske univers her

Christen: altså jeg kan næsten altid meget bedre lide serier fordi at film de er sådan de skal hurtigt lave det så det er meget billigere bare at tage sådan den virkelige verden ikke altså det her område sådan du ved sådan folk ved hvad det er tager de meget nutiden og laver et eller andet lille drama omkring politibetjente eller sådan noget i stedet altså (uf) anime de bruger også sådan siden de har magten til at gøre alting gennem animation så laver de bare sådan en stor verden med sådan virkelig seje ting. der er sådan ting du ikke ville tro der kunne ske meget sådan flot og uhyggeligt eller sådan noget

Amanda: det var faktisk grunden til jeg blev introduceret til anime for jeg kan huske da jeg var mindre der så jeg sådan Tokyo Mew Mew det blev sendt på TV to og sådan nogen ting og Bakugan kom senere og alle de der ting og så tænkte jeg det er jo til børn og så havde jeg et crush og han er sådan i tyverne nej han er enogtyve nu som der var helt vildt stor fan af det og så var jeg sådan lidt hvad er det for noget så sagde han jeg skulle se den her serie der hedder Clannad og efter jeg så den og den serie fik mig til at sådan bogstaveligt talt græde altså den er så trist så fik jeg sådan så tænkte jeg lidt over måske er det sådan der mere end bare sådan der en tegnefilm agtig fordi jeg fandt ud af at det var faktisk rigtig rigtig sådan følelses emotional

M: ja følelsesladet?

Amanda: ja

M: spændende at høre. har du noget?

S: ja men jeg ved ikke om du vil videre med nogen andre ting først eller?

M: jo lad os lige gøre det. Lukas du har rigtig mange spil her altså sådan så dit mediebrug er det rigtigt forstået at sådan du bruger det meget til at spille med og sådan snakke med andre når du spiller?

Lukas: ja det er sådan det jeg bruger det meste af min fritid til sådan når jeg kommer hjem til jeg går i seng agtig

M: ja hvor meget tid bruger du på computer når du på sådan en almindelig dag?

Lucas: på en almindelig dag sådan hverdag P fem seks timer tror jeg

M: ja hvad med jer andre? er det lidt det samme med jer eller hvordan er jeres mediebrug?

Christen: tid på medier T så meget tid som jeg har pause så ja altså hvis folk beder om hjælp eller ikke har lyst til at gøre noget så tager jeg vil jeg gerne (uf) så længe jeg har fri så har jeg tænkt mig enten at spille eller se YouTube nogen guides eller sådan noget tutorials

M: hvad med jer andre?

Alberte: T altså også al den tid jeg har fri den bruger jeg på enten se noget på Viki for eksempel eller YouTube ellers så laver jeg også nogen andre ting men det meste af min tid helt klart sådan på ja sådan

M: hvad så er det så med venner i gør det eller er det bare jer selv derhjemme på jeres værelse eller med familierne eller hvordan er det?

Christen: når jeg er sammen med andre så er det altid så gør vi altid et eller andet sammen altså enten så går vi en tur og så finder ud af hvem vi har lyst til at være sammen med (uf) alene så er det altid sådan noget her som at spille plus fordi at resten af min familie kan ikke finde ud af det i hvert fald og hvis de kan så er det ikke deres type sådan noget som jeg spiller (uf)

Amanda: altså personligt så når jeg er sammen med folk så hader jeg når de sidder på deres mobiltelefon hvis jeg spørger hey vil du på Strøget med mig agtig sådan lidt ja agtig så hvis vi går på strøget og personen hele tiden står med sin mobiltelefon skriver snapchatter og tager billeder og sådan noget så tænker jeg sådan lidt det er ikke derfor vi er taget ud agtig vi er taget ud for at være sammen ikke for at være sammen med hundrede andre online også så hvis jeg skal være på sådan når jeg er på de sociale medier så er det med mindre altså hvis vi ser en film som familie derhjemme så sidder jeg heller ikke på min iPad så sidder vi og ser filmen sammen jo det er derfor vi sidder så kan jeg også blive irriteret hvis min mor sådan der sidder på sin mobil og (uf) læg den nu væk altså hvis det er et eller andet jeg kan godt finde på at sidde med min iPad hvis det bare er sådan fredag aften og min lillebror sidder på sin iPad og så sidder jeg bare med min iPad og min mor sidder med sin mobil eller et eller andet og så kører fjernsynet i baggrunden hvis vi absolut skal sidde så skal det nok helst være alene eller et eller andet hvis man skal lave noget så skal man i det mindste bare lave et eller andet sammen og ikke alle sammen sidde på hver sin telefon når man prøver og sådan der have kontakt til personen

M: hvordan har i andre det med det?

Amalie: altså hvad er det nu det hedder jeg kan godt finde på at være på sådan ting sammen med andre men så er det sådan noget man gør sammen tænker jeg altså ser YouTube videoer sammen T nu har jeg også en kæreste og det er ikke altid man kan gå ud hele tiden og sådan lave ting så nogen gange så er det bare sådan man sidder inde på et værelse og man er sådan lidt nå okay hvad skal vi nu og så er det sådan YouTube videoer altså det er en god løsning

M: okay så det er sådan lidt blandet hvornår i bruger medier både alene og sammen med folk hvis man aftaler det måske

Amalie: ja

M: ja. jeg synes egentlig i har forklaret ret godt hvad i bruger og hvorfor i bruger dem P Marie vil du sige noget?

S: nej (uf)

M: okay yes vi snakkede lidt om det her med hvordan i bruger det med andre. nu er der også mange af jer der har skrevet Facebook og andre sociale medier. hvad giver det jer at bruge dem?

P

Christen: altså noget at lave når man er alene for det meste ja altså også en hurtigere måde at tale med andre folk på så mange af de her ting det er bare sådan (uf) kommunikation og viden også ja viden kommunikation og bare generelt at have det sjovt.

M: ja. hvad med dig Zaccarias hvad siger du?

Zaccarias: det giver mig noget at lave og så synes jeg så kan jeg bruge det til inspiration og så kan jeg bruge det til at holde mig opdateret med alt muligt P det er egentlig det

M: Lukas hvad med dig?

Lukas: jeg bruger det jo til at snakke med folk sådan både hvis man sidder og keder sig lidt T (uf) så ringer man til nogen på Skype for eksempel

M: ja. Skype altså har du det så på din computer eller er det fra din mobil?

Lukas: det er på min computer

M: computer

Lukas: ja

M: ja altså hvad er det så for at ringe for at aftale at spille eller er det for bare at snakke lige?

Lukas: det er for at sådan hvis man vil spille så gør man det ofte aldrig alene så sidder man med andre over internettet som er blevet meget gode venner med så sidder man der og spiller

M: er det folk fra skolen eller er det nogen du slet ikke kendte før du begyndte at spille?

Lukas: T det er nogen jeg slet ikke kendte før jeg begyndte at spille det er sådan folk der kommer hen ad vejen som man møder inde i et spil og så adder man hinanden på Skype og så snakker man videre

M: er det så fra hele Danmark de kan være eller hvad?

Lukas: hele verden

M: taler i så engelsk?

Lukas: ja

M: ja okay så når du spiller har det så også meget med fællesskabet at gøre?

Lukas: mm

M: kan du sige noget om det?

Lukas: T altså det er meget sådan man sidder og når man spiller så finder man ud af ting om spillet man deler de ting med hinanden man har sine egne meninger omkring spil og man (uf) om det ting som bare sker i skolen og sådan noget sidder man også T eller ja sådan forskellige ting

M: ja, hvad med jer andre sådan jeres den måde i bruger sociale medier på hvor meget betyder det for sådan det sociale?

Alberte: altså for mig så bruger jeg det mere i stedet for sms også fordi blandt andet har jeg ikke en telefon men selvom da jeg havde en telefon så brugte jeg også for eksempel Messenger meget mere fordi altså det er gratis og jeg synes det er lettere T og jeg ved ikke det er også sådan det er lettere sådan ligesom det tager ret lang tid at sende en sms for eksempel nogen gange tager det lang tid for den at sende den og så synes jeg også bare det er lettere på Facebook fordi der er et bedre system i det synes jeg

M: ja, hvad med dig Amanda med de medier du bruger?

Amanda: altså hvad det giver mig?

M: ja sådan i forhold til fællesskab og sådan noget

Amanda: T ikke rigtig noget som sådan så kan jeg faktisk bedre lide at snakke med folk i virkeligheden end jeg kan over medierne T altså de venner jeg har på Facebook for eksempel dem er jeg jo hovedsageligt venner med sådan der for at beholde eller sådan for at holde kontakten T men ellers så altså jeg kan godt lide altså jeg er meget udadvendt og jeg kan godt lide at snakke med folk i virkeligheden i stedet for at snakke med folk over de sociale medier så det er ikke rigtig nødvendigt for mig sådan for at opretholde sådan noget socialt med mindre det er nogen jeg lige har mødt på de sociale medier og jeg skriver rigtig meget med dem men det holder som regel ikke i så lang tid for jeg bliver rigtig træt af at det er sådan de samme samtaler som regel

M: okay, hvad med dig Alberte du sagde at du også nogen gange mødte nogen over Facebook

Alberte: mm

M: som du ikke kendte

Alberte: mm

M: og så mødte dem i virkeligheden

Alberte: ja

M: hvordan kan det være

Alberte: altså min bedste veninde lige nu hende har jeg mødt over Facebook fordi at hun fandt mig på sin venneliste fordi jeg har en Facebook som er sådan til venner og min familie og skolekammerater og sådan nogen og så har jeg en anden Facebook hvor det er mere sådan mennesker som jeg ikke er så meget sammen med og mennesker jeg har skrevet med et par gange os nogen mennesker jeg aldrig har skrevet med før men så skrev hun så til mig så begyndte vi og skrive sammen og så aftalte vi og mødes og så blev vi rigtig gode venner

M: så nu når i ses er det så altså så ses i sådan rigtigt

Alberte: ja

M: eller skriver i mest bare sammen?

Alberte: vi ses rigtigt så tit vi kan i hvert fald

M: ja er det rigtig forstået at du havde to Facebook profiler?

Alberte: ja

M: ja okay hvorfor har du ikke bare en så?

Alberte: det ved jeg ikke det er også fordi at jeg vil gerne have en Facebook profil hvor mine forældre ikke kan se alt hvad jeg laver fordi

Ukendt pige: haha

Alberte: altså der er mange der siger hvorfor blokerer du ikke bare dine forældre men jeg er sådan så sidder de bare og afhører mig fordi at jeg har blokeret dem altså ja så jeg besluttede mig bare for at lave en til.

M: ja okay hvad med sådan noget med at følge med i en eller anden serie eller et eller andet program fordi at man så snakker med vennerne om det bagefter i skolen er det noget i går op i og sådan følge nogen medier eller se et eller andet bestemt sådan så i kan snakke med andre om det bagefter eller ser i mest og gør mest ting med medier for jeres egen skyld eller gør i det også for og det er et eller andet fællesskab i det bagefter?

Amalie: altså jeg gør det for min egen skyld haha

Alberte: også mig

Christen: altså i fremtiden jeg tænker på at sådan når skolen endelig er færdig at altså opholde venskab med nogen af folkene. glæder mig til at se dem meget senere i livet og så se hvor langt de er kommet og hvad det er de laver der. men lige nu bruger jeg det for min egen skyld altså viden og humor den slags.

Amanda: altså jeg vil ikke starte en eller jo det gjorde jeg så lidt med anime men ikke for skolen hvis det enten fordi det oprigtig interesserer mig agtig hvis jeg havde hørt nogen snakke om altså nu er jeg rigtig stor Game Of Thrones fan og så var det også en fra klassen eller parallelklassen der sagde til mig at du burde se den her serie jeg tænkte okay så gik jeg lidt ind på det og kiggede lidt rundt og jeg tænkte det (uf) ret spændende og nu har jeg set alle sæsoner men det er også fordi det oprigtigt sådan interesserer mig hvis det ikke interesserede mig så havde jeg bare været sådan stoppet så det er mest for min egen skyld jeg gør tingene fordi altså de andre kan ikke bruge det til noget at jeg har set den her serie det er kun mig der kan altså gøre det for sådan hyggens skyld agtig.

M: ja. hvad med sådan noget med at dele noget fra nettet med andre altså for eksempel det kan man gøre på Facebook for eksempel slå noget op fordi at man gerne vil inspirere andre eller et eller andet bare vise andre at man har set det er det noget i gør altså bruger det der med at kunne dele ting?

Amalie: jeg plejede at gøre det men T det er bare sådan en P ja det jeg kan bare ikke så godt lide det længere jeg ved ikke hvorfor.

M: nej

Amalie: nej

M: kan du sige noget mere om det?

Amalie: T sådan lidt svært at forklare P haha

M: hvad med dig Zaccarias deler du nogen gange noget?

Zaccarias: nej jeg synes det er ligegyldigt at dele noget så vil jeg hellere bare tage mine venner i det jeg synes de skal se eller dele det så alle mine venner kan se det (uf) ja

M: ja. hvad med jer andre gør i også mere det?

Christen: jeg laver kun T jeg deler kun sådan noget hvis der er sådan quiz og så det sådan det her det er resultatet eller sådan noget så laver jeg sjov med sådan så deler jeg det til dem jeg synes det nogen af mine venner ellers så deler jeg aldrig noget fordi at hvis jeg delte alting jeg gik over så ville folk tro jeg er sådan dobbeltpersonlighed eller sådan noget

ukendt pige: haha

Christen: ja jeg liker for det meste kun det jeg synes der er sjovt og nogen gange bliver folk forvirrede (uf) hvorfor jeg ikke likede det så siger jeg det er fordi at jeg ikke synes det var særlig sjovt så jeg liker kun når det er sådan virkelig noget jeg har lyst til hvis jeg i virkeligheden vil sige det er sjovt og grine af det.

M: hvad med jer andre hvordan har i det med det?

Amanda: med at like eller dele

M: ja like og dele

Amanda: T altså jeg liker rigtig mange ting desværre fordi det der med dobbeltpersonlighed kender jeg en smule for godt ikke

Amalie: haha

Amanda: der er rigtig mange ting der interesserer en så man altså jeg kan rigtig godt lide at like ting for det meste når det interesserer mig T men også det at dele ting det gør jeg også ret ofte faktisk jeg gør det ikke så ofte igen fordi jeg ved ikke nogen gange så er det bare sådan irrelevant at dele ting men hvis der er et eller andet jeg virkelig synes der er et eller andet bestemt over så deler jeg det helt klart og så er det sådan ret lige meget hvad andre folk synes.

M: hvad så det der med Zaccarias sagde med at tage folk gør i mere det altså så det specifikt er en person der ser det i gerne vil have dem til at se?

Amanda: det kommer an på hvad det er jo fordi at når jeg deler noget så kan det være det er en eller anden video eller en eller andet ting fra college humor som jeg ved at stort set alle mine venner kan sådan der relatere til men hvis det er et eller andet som jeg ved at vi har et eller andet pizza og fugle eller et eller andet mig og min veninde eller et eller andet og det så kommer et billede af en pizza med en fugl ovenpå eller sådan noget nu finder jeg bare på et eller andet så ville jeg ikke dele det men så ville jeg tage hende i det i stedet for fordi jeg ved det kun er altså relevant for hende eller det er noget vi har sammen det var faktisk virkelig underligt fundet på men altså

M: det er helt fint. ja og så skal jeg lige høre deler i nogen gange noget fra DR? nej?

Amalie: nej haha

M: i ryster på hovedet i skal sige nej

Alle: nej

Christen: nej jeg har ikke tænkt over det nej det gør jeg ikke

M: følger i DR for eksempel på Facebook eller på Instagram eller?

Alle: nej

Amalie: haha

Amanda: jeg følger deres pikekor

Amalie: haha

M: i følger ikke DR for nyheder for eksempel?

Alle: nej

Christen: nej jeg glemte lige de havde nyheder

Amanda: jeg ser det på fjernsynet

Zaccarias: jeg følger ikke nogen for nyheder

Christen: undskyld hvis i kommer derfra T arbejde

M: vi kommer ikke fra DR

Christen: okay

M: det gør vi ikke

S: no worries

M: nej okay fint så er det lige på plads men nu skal vi til næste øvelse har du nogen spørgsmål til den her?

S: jeg har faktisk lidt spørgsmål er det okay hvis de kommer nu eller (uf)

M: ja det vil nok passe meget godt

S: ja T ja lige sådan lidt til nogen forskellige og nogen enkelt spørgsmål og så har jeg også sådan lidt ud T jeg vil lige høre Lukas T du sagde noget med noget indhold et spil tror jeg måske der hed Steam eller var det noget andet?

Lukas: nå det er hvor hvad hedder det bibliotek agtig hvor du har alle dine spil og kan invitere folk til at spille med

S: og hvorfra hvor tilgår du det hvilken platform tilgår du det fra?

Lukas: fra computeren

S: fra computeren

Lukas: ja

S: okay og så har jeg faktisk samme spørgsmål til dig bare angående det du kalder for Line

Amalie: ja

S: hvor er det via hvad går du til det?

Amalie: telefonen

S: telefonen ja okay T og Christen du har skrevet Facebook Messenger men så sagde du at du faktisk ikke bruger Facebook særlig meget det er mere Messenger og så blev jeg bare helt i tvivl om om det er det der hedder MSN Messenger du bruger eller om det er Facebook Messenger?

Christen: det er Facebook Messenger altså du ved jeg går ikke ind på Facebook og kigger for meget på hvad folk deler og sådan noget jeg bruger mere tid på at skrive med mine venner fordi der er sådan på ens iPad så er der en anden app der hedder Messenger hvor man taler igennem

S: okay yes T så så jeg at Christen det er også til dig jeg så at du reagerede på da Zaccarias sagde at han bruger det der hedder Putlocker er det rigtigt udtalt Putlocker?

Christen: ja

S: ja og så kom jeg bare til at tænke hvorfor hvad var det for en reaktion er det også noget du bruger eller hvordan?

Christen: det er fortroligt ej jo det er fordi at den er forbudt så eller du ved den er sådan ulovlig eller piratansigter og sådan noget wrauw altså det er bare en joke som jeg har kørende. jeg bruger den også nogen gange men ikke lige så meget som alt det andet.

S: okay fint jeg skulle bare lige høre hvad dit forhold var til det program for jeg tænkte det må betyde du kender det. og Zaccarias så kom jeg i tvivl om fordi du sagde som det sidste på din prioritetsliste lagde jeg mærke til du sagde Twitter

Zaccarias: ja

S: men så sagde du også du ikke bruger det men jeg tænkte på når du nu har skrevet det som noget af det indhold du bruger mest så må der vel være en eller anden form for interesse i det eller hvad er dit forhold til Twitter?

Zaccarias: jeg tjekker ting men jeg hader Twitter fordi det jeg tænker folk jeg tror jeg godt kan lide folk men så går det op for mig jeg hader folk på Twitter folk de skriver sådan noget lort.

S: men hvorfor går du så på Twitter?

Zaccarias: fordi jeg virkelig ikke har nok at lave eller sådan

Amalie: oh my god

S: så det er sådan det er mest bare tidsfordriv

Zaccarias: ja

S: ja okay. nåh ja så lagde jeg også mærke til at Christen og Amalie også Alberte på et tidspunkt i sad og grinte lidt fordi eller imens Amanda snakkede om Wattpad er det rigtigt sagt?

Amanda: wattpad ja

S: og så tænkte jeg igen ligesom med Christen før at hvordan er jeres forhold til det medie siden i reagerede på den her måde jeg ved jo godt det ikke er ondsindet men

Amalie: jeg tror bare det er den måde hun beskriver tingene
på det er sådan haha altså jeg ved ikke

Christen: var det det der med fan fiction

ukendt pige: ja

Amalie: ja haha

S: okay så det er ligesom nogen interessekonflikter eller hvad kan man sige

Christen: nej nej det er fordi at mange fan
fictions ender meget

Amalie: de er sådan sexual

Christen: ja meget seksuelt og så det da hun skulle sådan strugle med at forklare det

Amalie: haha ja

Christen: jeg skulle lige kigge sådan hvordan har hun tænkt sig at gøre det

Amalie: haha ja

Christen: de ender meget sådan altid ja

Amanda: ja

Amalie: ja haha

Christen: sådan åh så kyssede han mig og så vendte han mig på bordet

Amanda: exactly

Amalie: altså fan fictions det er jo også meget sådan altså det er jo fans der skriver dem så det er sådan det er en måde at ligesom sådan for fans at udtrykke det de gerne vil have skal ske i sådan hvis en film lige er slut så er de sådan det her skal ske så der skriver det ned og så kan de nogen gange ende lidt seksuelt ja nogen gange haha

Amanda: og i teenage pregnancy også

Amalie: haha

S: interessant

Ukendt: ja haha

S: ja okay men så kom jeg til at tænke på fordi der er flere af jer der har skrevet YouTube der var ikke nogen af jer der nævnte at i selv deler indhold på YouTube men gør i egentlig det?

Amalie: haha

Christen: jeg deler rent faktisk indhold når jeg nogen gange har tænkt mig at zoome ind på skærmen og så kommer jeg til at klikke på del indhold

Alle piger: haha

Christen: ellers gør jeg aldrig nej

M: det er lidt tilfældigt måske?

Christen: ja så kommer jeg til at trykke på en knap og så god damn it og så kan jeg ikke finde ud af at få den væk og så ja så jeg ser kun videoer jeg deler aldrig jeg har kun en ven som der har sin to venner der har sin egen YouTube kanal og bruger det til at

Amalie: haha

Christen: måske blive store (uf) en eller anden dag.

S: Amalie hvorfor griner du?

Amalie: haha det ved jeg ikke haha jeg deler ikke noget det er ikke derfor haha

M: gør du det Alberte?

Alberte: T ja haha

Amalie: haha

M: det er ikke nogen skam at dele det skal vi lige huske at sige

Alberte: nej men på et tidspunkt så havde jeg en periode hvor jeg lagde rigtig mange videoer ud og nu er det bare sådan jeg vil gerne men jeg sådan jeg har ikke lyst til at lave det hvis min mor er hjemme for eksempel og jeg har ikke sådan jeg ved ikke hvad jeg skal lave så det er bare sådan så ender jeg med bare ikke at gøre det og så har jeg alle mine gamle videoer derpå som ikke er særlig fantastiske

S: hvor gammel var du dengang er det sådan snakker vi et halvt år tilbage eller

Alberte: tolv

S: flere år tilbage?

Alberte: jeg var tolv

Amalie: haha

M: hvad handler de videoer så om?

Amalie: haha

Alberte: haha mit hår

S: jeg har lige et par enkelte mere T hvad hedder det jeg lagde mærke til at der ikke er nogen af jer der har nævnt nogen tv programmer overhovedet i jeres opstilling eller jeres prioritet af medieindhold ser i ikke noget fjernsyn?

Amalie: haha

Ukendt pige: haha

S: (uf) det kan være du skal starte den her gang Amanda?

Amanda: okay altså grunden til jeg ikke skrev det ned var fordi at ellers så ville i skulle kunne leve med min evige rage af fangirling og Game Of Thrones eller anime serier og alt muligt andet

S: det vil vi da gerne høre om

Amalie: haha

Ukendt dreng: haha

Amanda: åh nej haha T ja altså det er fordi at mange af de serier jeg ser dem ser jeg på Putlocker for eksempel og der er jeg begyndt at se Game Of Thrones for et år siden tror jeg mere end et år siden næsten halvandet og det er så min yndlingsserie og så ser jeg altså jeg ser rigtig mange serier hvis jeg rigtig tænker over det på grund af min farmor har vist mig rigtig mange serier sådan ubevidst sådan Merlin og Barnaby og Murdoch og

S: men når du ser de her serier går du så ind og streamer dem fra diverse sider eller Netflix eller er det noget du ser på fjernsynet sådan hvis det lige kommer i fjernsynet en dag?

Amanda: Game Of Thrones ser jeg for det meste på Putlocker fordi der kommer de nyeste episoder ud og jeg behøver ikke undertekster så det er lettest for mig agtigt fordi på jeg ved ikke hvor de sender Game Of Thrones jeg tror det er på Kanal fem engang imellem men det er meget sjældent de sender dem og de sender dem meget sent og så sender de fra sæson tre af og jeg er på sæson fem

S: men hvad med de andre serier der er ikke noget af det du ser i fjernsynet eller hvordan?

Amanda: jo når jeg er nede hos min farmor og farfar der ser jeg på Charlie der ser vi rigtig mange krimier

S: okay og er det noget du gør frivilligt eller føler du lidt det er noget du er tvangsindlagt til eller?

Amalie: haha

Amanda: åh frivilligt

S: det gør du?

Amanda: jaja det er mega hyggeligt altså jeg ser altså de der Barnaby og Murdoch mysterierne og Death In Paradise og alle dem der T nogen er bedre end andre Små og store synder og sådan nogen ting

Amalie: altså jeg tror vores generation er meget sådan ligeglad med tv sådan altså jeg ved ikke det virker ikke som noget sådan folk på vores årgang gør rigtig det er sådan ret meget dødt for mange mennesker haha altså jeg plejede at gøre det meget mere da jeg var mindre sådan børneprogrammer og sådan noget men det interesserer mig ikke længere det der er der jeg tror ikke der er rigtig noget for vores aldersgruppe heller specifikt haha

M: taler du sådan på alle kanaler eller sådan tænker du sådan der er slet ikke noget for os eller?

Amalie: jamen det jeg ved ikke ja kanaler altså der er ikke rigtig noget nej.

Christen: jeg har lige to ting som jeg vil komme ind på det var dit spørgsmål før og på en måde har jeg faktisk skrevet hvad det er hvornår jeg ser serier Netflix og anime det er på en måde sådan Netflix jeg ser aldrig sådan jeg ser aldrig fjernsyn sådan nærmest altså fjernsyn det var sådan ja da man var mindre hvor man gerne ville slappe af eller sådan noget men nu synes jeg det er meget sjovere at sådan gøre noget ud af tingene også eller sådan noget altså for eksempel Dark Souls det er virkelig så svært at jeg rent faktisk skal gå på nettet for at finde nogen løsninger som andre folk har fundet ud af og sådan noget og den slags eller for eksempel Netflix der er nogen gange er der så mange film at du sådan skal lede efter

S: du vil gerne udfordres lidt måske eller?

Christen: lidt mere end bare sådan sætte sig ned og tænde altså det er virkelig lidt en lille smule mere men sådan altså Dark Souls der er det meget udfordring psykisk men ellers så jeg gider ikke bare det er lidt svært når du ikke ved hvad der sker og så og det bare bliver sådan ved med at sende ting og der er også så mange reklamer at man er ved at dø. det er der ikke på Netflix eller på hvilken ulovlig side jeg nu går på for at se anime

Zaccarias: Putlocker

Christen: hvad jeg ser ikke anime på Putlocker

Zaccarias: de der click ads nej nej men de der click ads

Amanda: click ads

Zaccarias: ja præcis

Christen: nåh

S: og Alberte hvad ville du tilføje?

Alberte: T altså for eksempel hos mig ikke så alle de ting jeg gerne vil se de kommer ikke i fjernsynet T så det er derfor jeg går til hvis de kom i fjernsynet så ville jeg sætte mig ned og se fjernsyn men det gør de ikke.

S: og hvad er det for eksempel du gerne vil se?

Alberte: altså lige nu ser jeg rigtig mange koreanske serier og det kommer ikke i fjernsynet P

M: Zaccarias hvad med dig?

Zaccarias: jeg ser sport det er det

M: men det er sådan noget man er nødt til at se live er det ikke det?

Zaccarias: jo men det er det eneste jeg ser på tv også og det gør jeg ikke så meget længere fordi (uf) der er ikke nogen der har købt rettigheder til La Liga så jeg kan være ligeglad. jeg bruger det som baggrundsstøj nogen gange.

M: ja vi er nødt til at tale lidt højt fordi der er nogen vi lige skal konkurrere med herinde.

Christen: jeg glemte lige hurtigt en ting som han sagde der med sporten jeg ser nogen gange fjernsyn hvis folk råber sådan Christen der kommer en sjov film eller sådan noget ikke de vil virkelig gerne se den med mig så kommer jeg selvfølgelig lige og sætter mig i fodenden på dobbeltsengen med Petra og min mor

M: det er derhjemme

S: det er med familien

Christen: ja meget familieagtigt så sidder vi bare der og ser film og så skal jeg rejse mig op og hente ting til dem

Amalie: haha

Amanda: jeg synes egentlig ikke tv er så gammeldags måske er det mere fordi at jeg ser overraskende meget tv altså jeg ser det både alene ser jeg serier jeg ser det med min farmor og farfar når jeg er nede og besøge dem og nyheder om aftenen og så ser jeg også hvad hedder det Cartoon Network med min lillebror og så har vi sådan ting med at se Finn og Jake og sådan nogen ting fordi det elsker vi bare selv altså mig og min lillebror ser Cartoon Network sådan konstant agtig så på det led der synes jeg ikke sådan tv er så gammeldags fordi jeg bruger det nok rigtig meget selv men jeg vil heller ikke sige at ser er særlig mange andre på vores alder eller vores årgang der ser tv fordi det er sådan outdated for dem hvor at der er nogen få individer som der stadig synes det er super hyggeligt at se Toppen af poppen søndag aften og sådan noget

Amalie: altså jeg tror ikke at det er fordi det er outdated altså tv jeg tror bare det er fordi at lige præcis med vores aldersgruppe der er der bare ikke særlig meget og vi er også meget forskellige altså det er svært lige præcis at ramme vores aldersgruppe fordi vi er snowflake generation altså vi vil alle sammen gerne være rigtig sådan forskellige

M: hvad betyder det snowflake generation?

Amalie: det betyder at

Christen: snefnug

Amalie: ja altså vores generation vil gerne være anderledes og sådan individuelle altså sådan ikke ligne hinanden.

M: tror i at i jeres generation er anderledes for eksempel end vores generation i forhold til det der med at ville være specielle og tror i der er mere forskel på jer i jeres alder end der er på os i vores alder?

Amalie: ja haha

Amanda: mmm nej

Christen: altså jeg vil sige at der er rimelig stor forskel fordi at sådan altså nu sådan ikke for at pege fingre men hvad jeg tror i hvert fald er at sådan du ved for et par år siden der var det sådan der skulle man ind i sådan en gruppe og så havde de alle sammen den her ting de godt kunne lide og så med et par få ekstra ting man selv syntes om nu så sådan så nærmest brokker du dig over alting du er sådan dig selv og du har alle de her ting så du sådan kommer hurtigere til at være dig selv end være en del af en gruppe og sådan noget ja du er mere sådan dig selv. men jeg ser også tv om morgenen og om aftenen tv avisen når vi spiser og sådan noget

M: og hvad ser du om morgenen

Christen: tv avisen eller hvad end det er for noget nyheder der er på lige på det tidspunkt

M: ja. Lukas hvad med det synes du det samme som (uf)?

Lukas: altså jeg ser ikke så meget tv og hvis det er jeg ser tv så er det mere hvad hedder det tv avisen agtig sådan nyhederne men det kommer også nyheder ser (uf) faktisk også mere på YouTube der er det sådan der er større variation af nyheder og altså man kan mere sådan direkte kigge mod hvad man gerne vil se.

M: ja okay. ja vi skal lidt videre

S: ja jeg tænker vi tager en lille mini pause nu

M: ja ja lige hurtigt

S: vores tid er lidt stram nu så vi tager lige fem minutters pause

M: ja hvis i bare kommer her om fem minutter

S: vi starter igen vi er lidt tidspressede så

Christen: okay

S: vi må hurtigt i gang

M: og det er kun fordi i siger så mange gode ting. nå men vi skal til næste øvelse og Marie vil lige lægge nogle billeder her i midten og så skal i bare lige sidde og kigge lidt på dem og så skal i udpege dem i bruger mest

P

S: i får lige et øjeblik til at orientere jer P og den sidste her kan i se dem alle sammen?

Amanda: ja

P

M: yes nå men så kan vi bare lige starte med Lukas kan du pege på dem eller nævne dem som du bruger mest

Lukas: ja jeg bruger YouTube T DR mest af det der er

M: ja hvorfor lige de to?

Lukas: T YouTube det er sådan det jeg bruger meget min fritid på og DR det er sådan bare hvis tv'et står tændt så er det det der er på så kigger jeg lige over i to sekunder mens min computer starter op eller sådan noget

M: er det dig selv der tænder for DR i stedet for tv to eller er det fordi din familie har tændt for tv'et?

Lukas: det er fordi min familie har tændt for tv'et

M: så det er fordi de ser DR

Lukas: mm

M: og sagde du det var nyheder som regel?

Lukas: ja sådan tv avisen og sådan noget

M: hvad med dig Amanda?

Amalie: Amalie. hun hedder Amalie T Amanda wow haha

Amanda: haha

Amalie: YouTube og Instagram

M: YouTube og Instagram ja kan du lige hurtigt sige hvorfor det lige er dem?

Amalie: fordi YouTube videoer kan man altid se når man lige keder sig fordi det er underholdning og Instagram det er bare at kigge på billeder det kan man gøre sådan (uf)

M: ja og Christen

Christen: YouTube Netflix og nogen gange metroxpress fordi at det følger jeg fordi at der er en anden komiker som har sin egen side som jeg følger det er grunden til jeg får de der aviser og sådan noget ellers så vil jeg ikke normalt bare like en eller følge nogen nyheder

M: hvad er det for en komiker?

Christen: det er eller det er ikke en stor komiker som går stand up og sådan noget men det er en der hedder Valdefar han laver nogle rimelig sjove sådan sider og sådan noget som er sådan virkelig dansk og siger alle de der virkelig dansk og nettet og hvad der sker nu til dags sådan nogen som alle kan relatere til næsten i hvert fald mange af de unge og sådan noget

M: ja og så sagde du Netflix og YouTube

Christen: ja Netflix det er fordi at ja jeg ser mange gange film hvis folk synes de er gode for det meste så er jeg bare for doven til rent faktisk at gide at lede efter dem eller huske på hvem det er folk siger er gode eller ikke og nogen gange er det bare sådan kun med komedie folk?(de siger)? og det gider jeg ikke altid at se komedie det er meget ligner det samme

M: Og så sagde du YouTube

Christen: YouTube det synes jeg er det bruger jeg meget til sådan viden for at du ved videnskaben eller sådan du ved (uf) spil eller sådan noget som jeg har virkelig svært ved og så er der bare humor for det meste ja meget sådan komik.

M: yes. Alberte

Alberte: YouTube fordi jeg ville sige Facebook men jeg bruger egentlig kun Messenger for det meste. YouTube fordi at der er meget underholdning på og også musik al det musik jeg hører det har de på YouTube så ja

M: og du nævner kun en ting

Alberte: ja fordi altså Snapchat for eksempel det bruger jeg hvis folk sender noget til mig men ellers bruger jeg det ikke rigtig med mindre det er sådan noget som jeg virkelig føler jeg skal dele med folk

M: okay så du er ikke en af dem der der bare skal sådan tage billeder af alt og så

Alberte: nej nej

M: vise til folk hvad du laver?

Alberte: overhovedet ikke

M: nej okay. Zaccarias hvad med dig?

Zaccarias: jeg glemte at nævne før med tv men jeg ser rigtig meget kanal fire for de har dårlig reality og det elsker jeg så ser jeg også dk fire men det er lige meget så bruger jeg Spotify og Snapchat og Instagram og YouTube også

M: ja så du bruger faktisk ret mange af dem kan jeg forstå

Zaccarias: ja

M: nogen af de er sociale medier altså Instagram og Snapchat og Facebook nævnte du også det?

Zaccarias: nej

M: nej det gjorde du ikke T hvorfor lige dem?

Zaccarias: Snapchat fordi det er der hvor det ved jeg ikke fordi jeg har svært ved ikke at svare hvis folk skriver til mig og så Instagram fordi der er mange der lægger sådan så følger jeg alle mulige

M: ja og kanal fire der sagde du reality hvad er det for noget du ser?

Zaccarias: De unge mødre og Mig og min mor Singleliv og alt sådan noget det er sygt dårligt jeg elsker det

M: er det noget du ser alene eller noget du ser med din familie eller venner eller?

Zaccarias: det er noget jeg ser med mor men nogen af mine brødre ser det også engang imellem så sådan det kan vi tale om og sådan noget

M: ja så det er måske lidt sådan noget i ser for at snakke om det

Zaccarias: ikke rigtig det var en tilfældighed

M: okay det er ikke sådan at du siger okay hver onsdag skal jeg bare se mig og min mor eller et eller andet?

Zaccarias: nej

M: nej okay og så sagde du dk fire

Zaccarias: det er fordi de altså sådan jo dårligere jo bedre dk fire er rigtig dårligt jeg elsker det fordi det er så fattigt

M: hvad kommer der der?

Zaccarias: der kommer alt muligt med to hippie der bare sidder og spiller guitar og sådan slår på trommer uden de er gode det er fantastisk

M: hvad hedder det program?

Zaccarias: jeg kan ikke engang huske det jeg så det på et tidspunkt for underholdning

M: ja okay hvad med dig Amanda?

Amanda: T Facebook YouTube Mads og monopolet altså skal man nævne dem man bruger mest

M: mm

Amanda: DR også

M: ja kan du fortælle lidt om hvorfor det er dem?

Amanda: Facebook det bruger jeg til at opretholde kontakten og gå ind og altså venner jeg er også med i nogen grupper til Game Of Thrones for eksempel og grupper i arkæologi og sådan nogen ting er jeg også i det er mest for det jeg er på Facebook. DR der ser jeg nyheder og nyheder og sådan nogen ting faktisk

M: mest bare nyheder måske?

Amanda: mest bare nyheder jeg kan ikke huske fordi jeg forveksler hele tiden DR et og tv to med hinanden det er rigtig slemt men altså det gør jeg så der er nogen ting jeg ser på ja begge to så. Mads og monopolet hører jeg når jeg kører bil det er ikke mig der kører bil men

Amalie: haha

Amanda: haha T altså når vi kører bil eller hvis vi hører radio så er det altså meget hyggeligt at høre Mads og monopolet. og hvad nævnte jeg YouTube det er min

M: det er din musik

Amanda: ja og mine videoer

M: ja nu nævnte i faktisk alle sammen lidt det hele undtagen en ting nej to ting Forbrydelsen og Sjit happens det er noget i slet ikke ser eller hvad?

Zaccarias: Sjit happens er sygt dårligt på den dårlige måde

Amalie: haha

Zaccarias: jeg hader Sjit happens

M: ja du sagde før du godt kunne lide dårlig tv på en eller anden måde

Zaccarias: jamen det der det er dårligt på den dårlige måde det er ikke så dårligt at det er sjovt det er bare tilpas dårligt til man ikke har lyst til at se det synes jeg

Amalie: haha

M: ja okay hvad med jer andre har i set det?

Alberte: altså

Christen: jeg ved ikke hvad det er

Alberte: for eksempel Forbrydelsen den eneste grund til jeg ved hvad det er det er fordi min far var med til at lave det ellers så ville jeg overhovedet ikke have nogen ide om hvad det var

M: så din far har været med til at lave det derfor ved du hvad det er?

Alberte: ja ellers ville jeg ikke vide hvad det er og Sjit happens det synes jeg bare jeg synes bare ikke dansk tv det er særlig godt

M: hvad med dig Lukas?

Lukas: jeg havde ingen ide om hvad det der Sjit happens var og Forbrydelsen har jeg bare hørt navnet på så

M: så det nu kan jeg fortælle Forbrydelsen det er sådan en dansk DR serie er det sådan det er ikke sådan noget jeres familie siger nu sætter vi os ned søndag aften og ser den?

Amalie: de siger ikke at vi gør det de siger de gør det haha

Ukendt pige: haha

M: ja har i hørt om den gennem jeres forældre måske eller?

Amanda: nej

Alberte: ja

Amalie: mine forældre ser Forbrydelsen og min papfar ser Sjit happens men det har ikke noget med mig at gøre haha

M: hvad med dig Christen du havde ikke hørt om var det Sjit happens det kendte du ikke?

Christen: nej altså har de sådan kraftige blå øjne og nuttede stemmer

Amanda: nej

Christen: nå det tænker jeg sådan det er det meste danske så går jeg bare hurtigt væk det er sådan uh det ligner sådan nogen øjne du putter på sådan nogen dukker for resten jeg kan ikke lide dukker

Alle piger: haha

Christen: jeg har lyst til at brænde dem hver eneste gang jeg ser en hjemme ved min bedstemors hus

Amanda: åh jer

Amalie: haha

Christen: Forbrydelsen har jeg hørt navnet på men når jeg kigger på det så ligner det sådan noget reality falsk noget jeg ved ikke hvad det er

M: okay. så vidt jeg kan forstå så ved i ikke særlig meget om det det er også spændende at høre ville du sige noget Amanda?

Amanda: nåh nej kender kun Sjit happens men vælger ikke at se det

M: ja. der var nogen af jer der nævnte DR og det i nævnte i forbindelse med det var nyheder hvad bruger i det til andet?

P

Zaccarias: jeg ser nogen gange Monte Carlo

M: ja hvor er det det bliver sendt?

Zaccarias: DR tre

M: DR tre ja hvad kan du sige om det?

Zaccarias: det er sjovt

M: hvad er det nu kan du forklare hvad det er?

Zaccarias: T de der to værter som så havde de et eller andet hvor de var i Rusland og sådan noget (uf) forklare et program jeg ved ikke

M: ja er det noget du ser altså når det kommer i tv eller finder du det på nettet eller?

Zaccarias: hvis jeg sidder og ser tv og det er der så ser jeg det

Amanda: jeg ser Spild af dine penge på DR et blandt andet også T Danmarks største skattespil og sådan nogen ting jeg tror også Et glimt af Danmark kommer på DR et eller er det på tv to

M: hvad hedder det?

Amanda: Et glimt af Danmark

M: jo er det ikke DR et jo det er

Amanda: jo det tror jeg

M: der hvor de er

Amanda: hvor de rejser

M: de er i en eller anden hemmelig by eller hvor man skal gætte hvilken by man er i er det det?

Amanda: ja det ser jeg også og Gintberg på kanten også

Amalie: haha

Amanda: Gintberg på kanten kommer lige før Et glimt af Danmark men Et glimt af Danmark er slut nu sidste uge

M: hvad med jer andre er der nogen af jer der ser noget af det?

Lukas: jeg ser det der Gintberg på kanten eller når jeg lige ser det er der så jeg vidste så ikke det kørte mere jeg troede det stoppede for sådan lidt over et år siden

Amanda: hvad for et

Lukas: det der Gintberg på kanten

Amanda: nåh ja men de viser det stadig

Lukas: hm

Christen: hvornår

Amanda: T tror det er torsdag aften eller sådan noget jeg kan ikke helt jo torsdag tror jeg nok det er

Christen: åh men der kan jeg ikke komme

Amanda: mega sjovt

M: der var mange af jer der nævnte før at i brugte Netflix eller Putlocker eller sådan en streamingtjeneste på en anden måde hvad kan Netflix for eksempel eller Putlocker som DR og kanal fire ikke kan?

P

Christen: T de sådan i stedet for du skal vente på serierne og har travlt og sådan noget ej jeg bliver nødt til at flytte ting til det så når du har tid så kan du se ting når du vil det T Putlocker er lidt bedre til sådan rent faktisk at have tingene fordi Netflix er jo lovlige og de for det meste ikke engang gider bruge penge på nogen af de der små film og sådan noget så det for det meste så bruger man sådan en

ulovlig side til at finde film som er lige rige nok til at beskytte sig selv mod sådan nogen folk som der sætter det på YouTube og lige men ikke gode nok til at Netflix gider købe dem så putter man dem jo på Putlocker

M: ja er i andre enige i det?

Alberte: ja

Amalie: ja

Ukendt dreng: ja

Amanda: plus DR et altså de kan ikke vise alle serier der er hvor at Netflix og Putlocker er mere sådan bibliotek for film fordi at hvis de skulle vise alle film så ville der ikke være plads til flere jo altså så mange ting kan de ikke vise.

M: okay ja der er ikke andre end dig Amanda der nævnte Mads og monopolet er der andre end Amanda som bruger radio?

Alberte: T om morgenen hører jeg radio T men ellers Mads og monopolet det hører jeg også nogen gange i weekenderne og så da jeg var mindre så hver gang jeg var ude og køre bil så hørte vi det også.

M: hvad med jer andre hvad er jeres forhold til radio?

Amanda: lytter ikke til det haha

Lukas: det er bare når man er ude og køre og det lige bliver tændt for jeg ved slet ikke rigtig hvad det er vi hører

M: så det er når man er med i bilen?

Lukas: mm

Amalie: vi hører cder når vi kører bil min familie og mig

M: hvad med dig Zaccarias?

Zaccarias: i min familie har vi hverken bil eller radio så det kommer ikke til at ske

M: nej okay. vidste i godt at Mads og monopolet er noget som DR laver?

Amanda: så bruger jeg DR gange to

M: ja vidste i godt det?

Alberte: ja

Christen: nå vent

Amalie: næ

Christen: jeg var lidt væk der men det var noget med Mads og monopolet hvilket jeg ikke har noget som helst at gøre med

M: ja jamen det er helt i orden Marie har du noget til det her?

S: lige meget kort men jeg fik næsten svar på det faktisk Amanda jeg kunne egentlig bare godt tænke mig for du sagde nemlig du bruger DR til noget jeg kan forstå du ser DR programmer i fjernsynet

Amanda: ja

S: okay fordi jeg var egentlig i tvivl om det måske kunne være du gik ind og streamede det på deres

Amanda: nej

som sagt så kan jeg også rigtig godt lide at se fjernsyn for jeg synes det er rigtig hyggeligt så sådan nogen ting hvis jeg kan se det på fjernsynet så vil jeg hellere se det på fjernsynet

S: hvad giver det dig at se det her program de her programmer hvad får du ud af det?

Amanda: T i forhold til andre programmer som jeg ser så giver det at kunne se Et glimt af Danmark eller Gintberg på kanten at man får sådan større jeg ved ikke altså man kan se mere af Danmark sådan små byer som man ikke vidste hvad var så specielle ved T og man ved hvad der sker i hvad hedder det der hvor man bor jo i forhold til hvis man ser Game Of Thrones så handler det nok ikke lige så meget om Danmark som Gintberg på kanten gør hvor man kommer ud og ser de forskellige ting der er rundt omkring

M: ja. Alberte du sagde på et tidspunkt et eller andet med at i Danmark var man ikke så gode til at lave serier var det det du sagde eller?

Alberte: altså jeg synes bare ikke at danske serier er særlig gode jeg synes heller ikke dansk musik er særlig godt men altså det er jo bare min mening.

M: men nu sagde Amanda det her med at det er fedt at se nogen af de her ting der er fra Danmark fordi så kan man også lære lidt mere om sit eget land måske eller se nogen ting fra sit eget land hvad med jer

andre altså nu kan jeg forstå mange af jer ser noget udenlandsk mange serier også japanske serier og sådan noget synes i det er federe at se noget fra udlandet end fra Danmark?

Amalie: altså jeg er ret ligeglad med Danmark generelt jeg har ikke noget sådan jeg har ikke lyst til at have noget med det her land at gøre når jeg bliver sådan voksen jeg vil gerne væk fra Danmark haha ja

Christen: jeg synes og jeg kan rigtig godt lide Danmark det eneste eller du ved jeg synes deres serier er sådan rimelig dårlige de eneste der er gode til at gøre noget det er sådan komedie komikerne de laver sådan virkelig godt ting ifølge mig alt det der andre ting det synes jeg er sådan lidt forvirrende og sådan noget og alle sådan (uf) nogen ting sker det bare sådan dumt og sådan noget jeg gider ikke rigtig have noget at gøre med det men jeg vil gerne jeg er meget stolt af at komme fra Danmark og sådan noget jeg er glad for de komikere vi har og den slags det er hvad jeg sådan vil anbefale det er noget vi har godt af.

M: ja. Zaccarias du så noget dansk tv

Zaccarias: ja men det ser jeg jo ikke fordi det er godt det ser jeg fordi det er så dårligt at det bliver sjovt

M: men tror du ikke også det er lavet fordi det skulle være dårligt så det netop er sjovt?

Zaccarias: jeg tror ikke dk fire har som hensigt at sende dårlig tv det (uf)

Amanda: men snakker vi serier altså danske serier eller dansk reality

M: bare dansk tv

Amanda: nåh okay der synes jeg ikke det er dårligt de laver faktisk nogen rigtig gode ting serier er måske ikke så gode men i det hele taget dansk tv er ret godt synes jeg altså der er også Den store bagedyst som der også er rigtig hyggeligt at se engang imellem altså jeg ser alt muligt T det er sådan nogen ting jeg synes det er også rigtig hyggeligt at se og det er gentlig meget godt lavet meget af det hvorimod sådan atten fireogtres de første fire episoder var sådan gode og så begyndte det at blive sådan lidt gå lidt ned ad bakke men Badehotellet er også en rigtig god serie altså ja jeg ser

M: jeg synes faktisk du har godt styr på alt det DR laver

S: ja det synes jeg da også

Amanda: haha mm

M: hvad med jer andre kender i til alle de ting som Amanda nævner her?

Christen: ja

Alberte: hvis jeg kender ting så er det kun fordi at min far og hans kone arbejder med film og serier og sådan noget det er igennem dem jeg kender det ellers så

Amalie: ja min onkel havde også været med til at lave Badehotellet haha

Alberte: haha det var min fars kone også

Amalie: what haha

Christen: min mor har ikke været med til at lave nogen af de ting

Alle piger: haha

Christen: men hun ser meget af det og hun quoter den hele tiden og sådan noget jeg kan ikke huske hvad for nogen men et tidspunkt talte vi om Badehotellet jeg spurgte hvad det var og hvorfor hun siger de her ting og sådan noget T hun kan godt lide mange af de her klassikere og sådan nogen hun så da hun var mindre og så sådan nogen af de her serier også det der som Amanda sagde det er mere min bedstemor der ser sådan Barnaby og den slags

Amanda: det er så hyggeligt

Christen: det er sådan noget med hvor mange krimier og sådan noget hun ser så kommer jeg bare nogen gange med på det fordi de kan også være interessante nogen af dem hvis jeg bliver fortalt de er gode så ser jeg dem

M: yes nå nu vil vi gå lidt videre og snakke lidt mere om DR kender i DR tre og DR Ultra?

Amanda: ja

Zaccarias: ja

M: hvad med jer andre?

Lukas: ja

Alberte: jeg kender kun Ultra

M: okay hvad med nu hørte jeg ikke lige hvad svarede i svarede i ja Christen og
Christen: ja altså nej det (uf) jeg ved ikke om vi svarede (uf) måske Lukas har svaret

M: Amalie
Amalie: jeg ved ikke hvad det der Ultra er haha
Christen: jeg tror Ultra det er sådan en er det ikke sådan en slags T hedder det ikke bare Ultra eller sådan noget det er bare sådan en sjov blanding af stads for jeg ved ikke hvad det er jeg synes bare (uf)
Amanda: det er en børnekanal
Christen: er det en børnekanal
Amanda: det er ligesom Ramasjang
Zaccarias: men var det ikke den der var lavet til
Christen: hvad er forskellen
Zaccarias: vores aldersgruppe
Amanda: jo men den er bare
Amalie: what
Amanda: overhovedet ikke til vores aldersgruppe
Zaccarias: nej det er det
Amanda: der er problemet haha
Amalie: hedder det ikke bare Ultra jeg vidste ikke det hed DR Ultra så ved jeg godt hvad det er
Christen: jamen det tænkte jeg også
Amanda: jeg tror faktisk det er mere sådan ti til fjorten nej ikke ti til fjorten
Christen: hvad er så forskellen
Amanda: ti til tretten
Amalie: min lillesøster er otte hun ser det
Amanda: ja nemlig
Christen: wow ja nej jeg har hørt om det og nogen gange så min lillesøster hun passer meget min kusine så hun kender de her børnekanaler (uf) tvet så hendes kusine kan se det så hun skifter nogen gange hen til Ultra hvis det er noget som måske hun vil interessere sig for i stedet for nogen af de andre
M: okay men jeg kan fortælle at DR Ultra er en kanal og den er fra syv til tolvårige det er det det er beregnet til men man må selvfølgelig gerne se den alligevel
Christen: nej det er ulovligt
Amanda: haha
Amalie: haha
M: men så skal jeg lige høre det samme med DR tre hvad forbinder i det med?
P
Amanda: jeg kan ikke huske hvad der kommer på DR tre det er det der er problemet men
Zaccarias: uh der
kommer Spørg mig om alt
Amanda: der kommer også et eller andet med de der to mænd der går ud og spiser insekt eller et eller andet på et tidspunkt
Christen: uh reality er det ikke det så
Amanda: nej det er ikke rigtig reality det er mere sådan jo agtig det er sådan en dokumentar
Amalie: dokumentar ja det er sådan noget
Amanda: bjerggorillaer og sådan noget der
Amalie: haha
M: hvad var det du sagde Zaccarias?
Zaccarias: Spørg mig om alt
M: hvad er det for et program?
Zaccarias: sådan et program hvor man får folk ind på et tidspunkt var der en som havde haft sex med over hundrede mænd på to år og så kunne man ringe ind og spørge dem om ting eller spørge dem over Twitter eller Snapchat.

M: nå hvad så gjorde du det så?

Zaccarias: jeg prøvede men jeg kom ikke igennem

M: nå okay. hvad synes du om det program?

Zaccarias: det er underholdende

M: underholdende?

Zaccarias: ja fordi jeg vidste ikke der var sådan nogen folk

M: nej hvem har ellers stillet op der var en der havde været sammen med hundrede mænd hvad har der ellers været inde?

Zaccarias: der var en som godt kunne lide lig

Amanda: der var en morder også

Zaccarias: ja det var der også

M: en morder?

Amanda: en morder

Zaccarias: ja

Amanda: en der havde dræbt

M: kan i tale lidt højere? der er lige printere

Amanda: ja der var en morder derinde også på et tidspunkt hvor man kunne spørge ham hvordan det føltes at være morder eller sådan noget.

M: har i andre hørt om det?

Alberte: jeg har hørt navnet før men jeg har aldrig sådan tænkt mere på det så

M: hvad synes du så om sådan et program er det et fedt program eller er det sådan lidt for grænseoverskridende eller?

Zaccarias: jeg synes det er fascinerende

M: fascinerende?

Zaccarias: ja

Christen: jeg synes det er godt at altså jeg har ikke set det eller men jeg har lige først fået at vide om det jeg synes det er godt at man kan sådan selvom det kan være grusomt og nogen folk synes at det er forfærdeligt at se og de vil kun have det gode så er det kun godt at få at vide sådan fra måske en morder hvad det er de føler og sådan noget så man ikke bare sådan du er underlig du skal ikke altså selvfølgelig er det ikke okay at sådan tage livet fra en anden

Amalie: haha

ukendt pige: haha

Christen: men det er sådan interessant at vide hvorfor og sådan noget hvorfor de synes det er okay

Amanda: og bryde et tabu på en måde ikke sådan ligesom hende der har haft sex med over hundrede mænd på to år for normalt for en kvinde så ville det jo være helt sådan lidt ej agtig det ville være helt sådan hvorfor har du dog det og men så bryder man jo næsten et tabu ved at sige at jeg har haft sex med over hundrede mænd på to år

Amalie: har hun sådan talt dem

Amanda: hun har sikkert en blok eller et eller andet

Amalie: haha

M: det kan være hun har lavet en liste

Zaccarias: men jeg tror godt man ved det hvis det er over hundrede

Christen: altså er hun prostitueret eller er hun bare normal?

Amanda: jeg tror

Zaccarias: hun var ikke prostitueret overhovedet hun var bare sådan hun kunne godt lide at tage til sexfester og sådan noget

Christen: (uf)

Amanda: jeg tror også det er på DR tre der kommer en serie om hende der jeg kan ikke huske hvad hun hedder hun hedder Bonnie eller et eller andet som der faktisk er prostitueret hvor man skal se gennem hendes liv jeg kan ikke huske om det er på DR tre eller hvor det er

Christen: det ville jeg gerne se og folk taler om det men jeg var der jeg tror ikke jeg har været der mens den var der

M: har i hørt om den det var en dokumentar

Christen: Bonnie og de tusind mænd

Amanda: ja de tusind mænd

Christen: det taler folk hele tiden om og jeg ved ikke hvornår den kommer eller om man kan se den på nettet eller sådan noget

M: jamen det kan jeg jo lige fortælle altså det er en dokumenter der er lavet for DR og den kan man se inde på deres hjemmeside. vidste i godt at man kan se alt det tv som DR laver det kan man se på deres hjemmeside?

Christen: ja det ved jeg godt (uf) vi har også haft sådan et projekt der hedder atten fireogtres og så skulle vi gøre det jeg gjorde det ikke fordi jeg er glemsom og der er mange andre ting som jeg godt kan lide at lave så

Amanda: komme Debatten egentlig ikke også på DR et

M: DR to

Amanda: ahr tænkte nok jeg havde forvekslet et eller andet

Christen: hvad altså jeg ved godt det er meget sådan os i skal spørge men hvad er forskellen mellem de forskellige DR og så tal omme bagpå eller hvad end det er

M: ja der er seks kanaler

Christen: ja seks udover børnekanalerne

M: nu kan jeg lige nævne dem der er DR et der kommer blandt andet X Factor og bagedysten for eksempel og så er der DR to hvor Debatten som Amanda lige snakkede om der kommer det så er der DR tre som Zaccarias havde ja set noget på så er der DR K som er sådan kulturkanal og så er der DR Ultra som vi også lige snakkede om og så er der Ramasjang DR Ramasjang

Christen: (uf) syv

M: Ramasjang er tre til seks

Christen: tre til seks okay lige meget

Amanda: men de viser sådan nogen ting ej det er helt forfærdeligt nå okay

M: hvad viser de?

Amanda: det er fordi jeg kan huske altså da jeg var sådan hvad siger du alders(uf)?

M: tre til seks

Amanda: ja altså da jeg var otte og da jeg så Ramasjang så viste de hvordan man kastrerede en kat og sådan noget der og det var virkelig sådan traumatiserende for mig som otteårig og sidde og se det der så det var sådan lidt

Christen: men det er Danmark altså

Amanda: jamen stadig de snakkede også om sådan sex på

Christen: (uf) den der Rejsen til Saturn hvor der er sådan en hund der eksploderer i luften den er til

Amanda: Det er til gengæld ret

Christen: (uf) tolvårige

Amanda: okay men stadig

M: hvad med nu snakkede vi lige om DR tre før vi vil gerne lige høre lidt mere om det der var det program der spørg mig om alt er der andet i kan huske fra DR tre som i har set eller hørt om?

P

Amanda: nej

P

M: Zaccarias du nævnte Monte Carlo lige før

Zaccarias: nå det er rigtigt

M: det er faktisk DR tre der laver det

Zaccarias: ja

P

M: ellers så er der ikke noget? hvis i nu tænker jer rigtig godt om?

Christen: jeg har ikke set jeg vidste ikke der var en treer

Zaccarias: sender de ikke Family Guy jeg har ikke set det eller jeg har set det men det er dårligt sender de det ikke

M: jo det tror jeg de gør

Christen: så det er ikke kun danske ting altså ting som de har lavet

M: nej det gør de faktisk ikke

Christen: nå

M: de sender også andre ting ting de køber i udlandet

Zaccarias: jo de sender de viser The Office

Amanda: nå okay

Christen: åh ja

Zaccarias: det fucking godt

M: okay nu vidste i godt at kan kunne hente det på nettet eller man kunne se det på nettet lidt ligesom Netflix er det så noget i gør? går ind på DRs hjemmeside og ser ting?

Christen: min lillesøster for et stykke tid siden hun kommer hen og sådan hun kunne rigtig godt lide dyr det kan hun stadigvæk men hun kommer meget sådan eller ikke længere men hun kommer hen med mig med sådan noget har sådan den der dokumentar hun godt kan lide at vise mig eller sådan noget (uf)

M: hvad med dig Amalie?

Amalie: nej haha ikke rigtig

M: og Lukas

Lukas: heller ikke rigtig

M: nej okay så lad os lige gå videre så vil jeg lige høre ved i hvad public service er? public service

Christen: public service

M: har i hørt det ord før?

Amanda: mm ja

Christen: har det måske noget at gøre med DR det er sådan noget som du ved sådan noget Danmark laver til T folket altså du ved det er ikke rigtig der er ikke sådan reklamer og så meget det de får penge af er at T de får penge af sådan altså vist af staten de får penge af staten fordi vi sådan vi betaler skat og så laver de det her underholdning til os ?(det er sådan)? på en måde public service ikke

M: jo

Christen: (uf) og den slags

M: ja hvad med jer andre er der nogen af jer der har et bud også? Alberte hvad tænker du om public service?

Alberte: T aner det ikke ingen ide

M: nej Amanda har du nogen ide?

Amanda: jeg ville sige det samme at det er skattepengene der går til de her programmer T eller så eller jo det er ikke ligesom kanal fire der sådan er afhængige af sponsorer de er jo lavet af Danmarks

M: ja men det er rigtigt at DRs programmer og også nogen af tv tos programmer er betalt af licensen som bliver betalt af hver husstand det vil sige jeres forældre højst sandsynligt de betaler til at DR de laver programmer og det er jo lidt sjovt at der så ikke er så mange af jer der ser noget af det som DR laver fordi jeres forældre betaler i princippet til at de skal laves hvad tænker i om det?

P

Amanda: altså jeg tænker

Amalie: jeg tænker du må gerne sige det

Amanda: jeg skulle bare lige til at sige jeg tænker jeg sådan er lidt ude af den her sammenhæng fordi at jeg ser rigtig meget DR ubevidst

Christen: okay altså jeg glemte lige det der med at sådan jeg ved ikke hvor mange penge der bliver brugt på det jeg ved at den der atten fireogtres skulle være virkelig dyr kostede en storebæltsbro måske jeg ved det ikke

M: ja den var dyr

Christen: ja så T ja jeg ved det er bare sådan jeg går meget på de andre ting i stedet for jeg ved ikke hvorfor det er bare sådan det som DR laver de laver mange ting men jeg går mere op i sådan internationale ting i stedet for Danmark hvilket er lidt trist så altså jeg ved det ikke ja jeg spiller også meget mere end jeg ser fjernsyn så

M: Zaccarias hvad tænker du? nu ser du jo noget andet tv for eksempel kanal fire og sådan noget vidste du godt at du rent faktisk indirekte betaler til at altså dine forældre betaler til DR skal lave indhold til alle?

Zaccarias: ja det ved jeg godt det påvirker stadig ikke om jeg har lyst til at se det hvis det er det du spørger om ligeglad

M: men det er mere sådan tænker jeg mere sådan holdningsmæssigt

Zaccarias: nå så (uf) hvad mener du

M: jeg mener bare om i princippet så betaler din familie for at du skal kunne se noget på DR eller i betaler det der bliver lavet i hvert fald ville du så ønske de lavede noget som interesserede dig lidt mere eller?

Zaccarias: egentlig ikke fordi eller jo selvfølgelig ville jeg ønske de lavede noget som jeg kunne lide men det er lige meget for der er jo andre der laver ting jeg godt kan lide så det

M: ja men måske bliver det er problem en dag hvor du selv skal betale licens så er det måske ikke så sjovt at betale til noget man slet ikke bruger?

Zaccarias: næ

Christen: jeg har rent faktisk en ting de kunne måske begynde at lave en kanal til os fra måske tolv til atten år eller måske tolv til seksten eller sådan noget bare lige der hvor de sådan hvor der er mere os men det der kultur og det der DR K kunne måske have noget at gøre med det men altså

Amanda: altså hvis jeg skal være helt ærlig så tror jeg ikke jeg ville se den hvis de lavede en kanal til tolv til seksten år

Christen: altså hvis

Amalie: det tror jeg heller ikke

Christen de sådan virkelig kunne finde ud af den så

Amanda: nemlig som Zaccarias siger så synes jeg også det ville være lidt plat på en eller anden måde fordi at vi er sådan som Amalie sagde for et øjeblik siden sådan snowflake generation og vi alle sammen gerne vil være forskellige så det er ikke sådan rigtig jeg tror ikke der ville kunne være noget der ville kunne interessere mig på det

Amalie: ja

Amanda: de har prøvet altså jeg ved at de har jo prøvet at fange hvad hedder det den sådan nye generation på mange andre måder men det har bare virket ja plat for os der er ældre hvorimod det har virket virkelig spændende for dem der var yngre sådan vil det altid sådan være

Amalie: jeg tror også at specielt i den her alder der er alle ekstra sådan

Amanda: ?(at vil)? være speciel

Amalie: ja ekstra sådan altså de vil gerne sådan skille sig lidt ud og sådan noget altså det vil jeg da også gerne og jeg tror det er svært for det første at lave et program til bare den aldersgruppe men også sådan vores generation fordi vi ligger nogle forskellige steder og vi er interesserede i nogle forskellige ting så derfor er det svært tror jeg

Amanda: altså jeg ville hellere se Cartoon Network end haha

Amalie: ja haha

Amanda: det tror jeg det ville ende med det altså

Amalie: altså jeg synes bare skatten er dårligt fordelt så burde det ikke være sådan at vi betaler for det eller

Amanda: der er også en debat jo

Zaccarias: jeg ville se det hvis de sendte det gamle Cartoon Network. sendte Ko og kylling eller sådan noget

Amanda: det gør de om morgenen om søndagen

Zaccarias: seriøst

Amalie: haha

Christen: (uf)

M: Lukas hvad tænker du?

Zaccarias: jeg er bare ikke vågen om morgenen om søndagen der vågner jeg ved tre tiden

M: i skal lige være stille

Lukas: det der med hvis man taler sådan altså det er fint nok hvis man godt vil have kanaler og sådan noget men der er jo folk som får virkelig svært ved at betale alt andet fordi det skal betales det her de bruger det ikke engang og sådan noget. altså en af mine venners ven hans forældre er alt muligt sådan død da han var lille og sådan så han er meget hurtigt ude og (uf) han har meget store problemer med at kunne betale alt andet fordi at han skal betale til det der

M: til licens?

Lukas: ja

M: det har han snakket med dig om?

Lukas: mm

M: ja men det er meget spændende at høre T vi skal lige hurtigt forbi nogen ting her T vi har faktisk været meget inde på det det her med i spiller meget spil det er der mange af jer der gør hvilke medier bruger i sådan hovedsageligt til det computer mobil eller iPad?

Alberte: jeg bruger min Xbox fordi at min computer er ikke særlig god

Christen: altså til at spille spil

M: mm

Christen: T så er det min Xbox og Playstation du ved spillemaskiner

M: ja er det også online du spiller?

Christen: på Playstation men jeg har du ved min Xbox det er den gamle model så jeg gik lige tilbage til den fordi jeg aldrig fik klaret det her Dark Souls virkelig svære spil

M: ja hvad med jer andre?

Amanda: min gamer computer

Lukas: det gør jeg også

Amalie: jeg bruger min (uf)

Lukas: jeg bruger også min sådan custombuilt sådan store computer

Amanda: mm

M: okay ja. der er nogen af jer altså sådan hvis i bare lige kan dem der spiller mest for bare at spille selv hvem af jeg gør det? der har vi dig Christen

Christen: jeg er en ærefuld sjælden single player person

M: du er single player person. Zaccarias

Christen: det vil sige andre hader mig

Zaccarias: ja

M: det gør du også

Zaccarias: jeg spiller kun karriere mode

M: karrieremode

Zaccarias: ja

M: hvad er det?

Zaccarias: der spiller man som træner eller som spiller

M: et fodboldspil?

Zaccarias: ja single player eller basket

M: okay og Amalie du rækkede også lige hånden op

Amalie: ja

M: single player?

Amalie: ja

M: og jer andre vil det så sige at i spiller sammen med andre?

Alberte: jeg synes mere det kommer an på hvilket spil det er

M: ja. Lukas du spillede rigtig meget sammen med andre

Lukas: mm jeg spiller for det meste kun multi player med mindre jeg sidder og ikke har noget internet så sidder jeg og spiller single player spil som jeg så gennemfører

M: så det der med at snakke med andre det er også meget det derfor du spiller?

Lukas: ja

M: det kan man godt sige eller hvad?

Lukas: det ja det er sådan det første sted hvor jeg (uf) kunne få venner og sådan eller så ?(sidder jeg)? bare fast

M: ja så synes jeg vi lige skal lidt videre hvordan har jeres brug af medier ændret jer eller ændret sig siden i var måske tolv år?

Amanda: ikke særlig meget altså jeg har spillet siden jeg var fem år gammel nede hos min farmor og farfar igen det er sådan der jeg har min gamer computer også og det er alting fra flyspil fordi min farfar han elsker flyvemaskiner spiller rigtig mange flyspil og sådan nogen ting i de mere realistiske formater så det er nok altså jeg har virkelig spillet meget før i tiden

M: og det gør du stadigvæk

Amanda: faktisk ikke så meget mere som jeg burde eller som jeg gerne vil der er det mest serier for eksempel og sådan nogen ting lige for tiden

M: så du kan måske sige hvis du overordnet skal sige hvordan du har ændret dig så er du gået meget fra at spille til at se mere serier?

Amanda: ja

M: hvad med jer andre hvis i skal tænke sådan overblik hvordan har det så ændret jer?

Alberte: altså da jeg var mindre der spillede jeg meget jeg havde engang en gameboy så spillede jeg stadig sådan nogen videospil og så videre nu er jeg sådan mere udenlandske serier og sådan noget

Christen: altså hos mig så skifter jeg nogen gange mellem sådan tv serier og spil hvilket kan irritere nogen folk hvis de siger se den her serie nu selvom jeg ikke har lyst til at se den serie lige det tidspunkt så sådan lige pludselig har jeg lyst til at spille og hvilket jeg er i spilleperioden lige nu og så et tidspunkt så senere går jeg i serieperioden så det skifter

M: Lukas hvad med dig?

Lukas: jeg spiller for det meste bare og så engang imellem går jeg hen og sådan holder en lille pause og så sidder jeg bare og ser videoer på YouTube

M: men hvad med da du var yngre hvad gjorde du der?

Lukas: da jeg var yngre der sad jeg med din hvad hed det Gameboy

M: ja okay tror i at medierne har ændret sig eller er det jer der har ændret jer altså har det noget med alder at gøre eller har det noget med udviklingen at gøre?

Amalie: begge dele

M: begge dele?

Alberte: ja

Christen: en blanding jeg kan ikke rigtig vælge

P

M: bruger i medier anderledes end jeres ældre søskende for eksempel hvis i har dem har i nogen ældre søskende?

Zaccarias: ja

Alberte: ja

M: i nikker Zaccarias og Alberte kan i forklare lidt om det? Zaccarias?

Zaccarias: altså jamen jeg bruger bare mine brødre bruger ikke rigtig sociale medier det gør jeg

M: hvor gamle er dine brødre?

Zaccarias: T altså min mor er ret gammel så jeg har fået så jeg har en bror på tredive og så har jeg en på otteogtyve og en på femogtyve

M: ja hvordan bruger de medier så i forhold til dig?

Zaccarias: det ved jeg ikke

M: de sidder ikke med deres mobil hele tiden?

Zaccarias: nej

M: okay. Alberte hvad med dig?

Alberte: jeg har min storesøster på sytten T og vi har mange af de samme interesser også nogen gange så sidder vi også og ser serier sammen og så nogen gange får jeg hende overtalt til at se nogen serier fordi at jeg selv har set dem og jeg synes de er gode og så sidder vi så og ser dem sammen

M: så der er ikke så meget forskel på jer?

Alberte: nej men der er selvfølgelig nogen sider hun bruger mere end jeg gør

M: hvad kunne det være?

Alberte: T hun bruger Tumblr hele tiden hele tiden

M: ja. Christen

Christen: man kan lige hurtigt vende den om hos mig jeg har en lillesøster og forskellen med hende og mig det er at jeg sådan jeg bruger det meget mindre fordi jeg er sådan bange for at bruge Facebook og Twitter og Snapchat og sådan noget ikke jeg bruger jo kun Messenger og sådan noget fordi at det er sådan du ved det er tidsfordriv og det er jeg sådan meget bange for du ved at for eksempel hvad jeg frygter mest det er nine gag fordi sådan det er bare genialt sådan det tør jeg i hvert fald ikke at gå hen på altså sådan

M: og det nine gag det er en side?

Christen: det er bare sådan sjovt jeg ved det ikke jeg gider ikke rigtig at komme tæt på det

M: det lyder til at du tænker meget over hvilke medier du bruger i forhold til hvad du får ud af det

Christen: ja for eksempel jeg går kun på Facebook for det der Messenger funktion (uf) jeg kun bruger nogen måske Twitter eller sådan noget men jeg prøver bare at bruge så lidt som muligt min lillesøster derimod hun er begyndt at bruge sådan noget som jeg tror hun bruger Instagram og den slags Facebook og så sådan hun ser rigtig mange serier det gør hendes klasse rigtig meget

M: hvor gammel er hun?

Christen: hun er lidt over et år under mig

M: jeg troede du sagde et år

Amanda: haha

M: hun er lidt over et år gammel

Amalie: haha

M: nej og du er femten

Christen: ja så hun er lidt sådan hun er fjorten nu hun var tretten for et par måneder siden

M: okay yes og Amalie ville du sige noget? nej

Amalie: haha

M: okay godt T nå men så tager vi lige hurtigt det sidste her hvordan altså det her med medier der er rigtig mange af jer der bruger rigtig mange medier og så vil vi bare høre hvordan vil en dag uden medier være for jer?

P

Amalie: tror

M: Christen

Christen: jeg ville bare finde mine venner og så bare gå med dem

M: du ville finde dine venner?

Christen: ?(sammen med mine venner)? og så gå med dem og så ja så ville jeg hvis det var sådan hele mit liv uden det så ved jeg ikke så ville jeg sikkert være sådan meget sportsperson kun (uf) ?(det nærmest det)? originale

Amalie: altså jeg tror (uf) ville gå lidt langsommere fordi at det ville være lidt kedeligere ikke sådan langsomt på en god måde men på en dårlig måde fordi at T man får hurtigt tiden til at gå på en god måde synes jeg T på sådan sociale medier T ja så hvis der lige hurtigt ikke sker noget kan man bare lige gøre det der tjekke ind tjekke sine apps eller sådan noget

M: andre?

Alberte: altså jeg tror det ville gå fint nok T fordi jeg har jo så altså der er jo andre ting man kan lave også ligesom der er mange der sådan tror de ikke kan overleve uden deres telefon og jeg er sådan nu har jeg ikke haft en telefon i snart en måned og jeg er sådan det har ikke ændret særlig meget andet end jeg ikke sidder på min telefon hele tiden

M: hvad ville i savne hvis der var en dag uden jeres mobil computer iPad?

Amanda: musik

Zaccarias: ja

Alberte: ja

M: musik?

Amanda: på den anden side holder jeg og synge selv så det ville faktisk være sådan ret relevant på den anden side

Amalie: altså jeg mistede eller jeg glemte min telefon her for nyligt på et fly så altså det bare det samme som jeg sagde før det med at sådan dagen går bare lidt langsommere fordi der ikke rigtig er noget

M: hvad med kontakt og sådan noget til venner nu bruger i jo meget af det jeres medier til at snakke med folk

Zaccarias: jeg ville sætte pris på ikke og bruge sociale medier eller sådan digitale medier en dag

M: hvorfor?

Zaccarias: fordi så ville jeg få tid til at lave alt muligt jeg egentlig gerne ville men jeg vil bare hellere se serier nogen gange

Christen: fra da jeg sagde det ville ikke rigtig røre mig fordi fra da jeg var helt lille der lærte jeg der var jeg jo meget alene så jeg lærte bare sådan at kunne gå og så bare gå ind i en trance og så bare sådan rende rundt og sådan tænke over forskellige ting og den slags ja det bare sådan det gør jeg nogen gange så lige pludselig får jeg lyst til at gå udenfor mest når det regner så går jeg bare ud og så (uf) jeg vil ikke rigtig have det særlig dårligt med det jeg vil sikkert stadigvæk gør det

M: Lukas hvad med dig? du bruger også selv meget de medier til at spille og snakke med folk

Lukas: ja altså hvis jeg skulle sådan være uden

M: ja prøv at forestil dig en dag uden

Lukas: så tror jeg enten bare jeg ville ligge og slappe af sådan en hel dag bare ikke lave noget eller også så ville jeg tage ud med min familie og lave et eller andet i byen

S: ja jamen jeg har lige et par enkelte hurtige spørgsmål her til sidst. jeg skal lige hurtigt høre T fordi nu snakkede vi kort om DR tre og DR Ultra er i klar over de også er på andre platforme altså på internettet apps ja hvad er det mere de er på

M: Snapchat

S: Snapchat

M: Instagram

S: Facebook Instagram er det noget i er bekendte med?

Amanda: ja

S: du siger ja?

Amanda: mm

S: følger du en af kanalerne på nogen af de her sociale medier eller?

Amanda: jeg tror jeg følger en del af dem på Twitter

S: på Twitter ja

Amanda: og et par enkelte af dem nogen af deres programmer følger jeg vidst nok også på Instagram eller sådan Den store bagedyst eller sådan nu ved jeg ikke om de har en Instagram men sådan nogen programmer kan jeg godt finde på at følge hvor man så kan se ikke bare kulisserne men på en måde hvad de laver ud over det de viser i fjernsynet

S: ja og så jamen netop apropos det her fordi nu siger i selv at i ikke nu kom i selv ind på at sådan en kanal til jeres målgruppe det diskuterede i lidt der var flere af jer der var enige om at det var ikke rigtig noget i kunne forestille jer at se hvad skulle DR så egentlig gøre for at ramme jer hvad skulle ja?

Zaccarias: bare lade være med at prøve helt ærligt

Christen: altså for at ramme mig T (uf) det er kun mig der er problemet jeg tror de gør rimelig godt hvad det er de laver så sådan det er kun mig der ikke gider se det eller du ved det er ikke sådan fordi jeg ikke gider det er bare fjernsyn generelt der er jeg ikke særlig meget så det er mig der er problemet

M: men er det ikke jer alle sammen der ikke ser så meget fjernsyn måske lige undtagelse af Amanda? nu sagde Amalie også at sådan jeres generation måske ikke gider se så meget tv så er det måske ikke kun dig?

Christen: nej

S: men det er ikke fordi altså det er heller ikke fordi i skal svare på det men i kunne ikke forestille jer at der er et eller andet de kunne gøre noget hjemmeside eller noget app eller noget spil eller et eller andet der fik jer til at sige det her det kunne være fedt sådan mere animeret japansk fiktion for eksempel eller noget

M: hvad hvis i havde en kanal vor der rent faktisk blev sendt anime eller?

S: ja endelig byd ind

Alberte: altså jeg synes det kunne være sjovt hvis de gjorde det sådan lidt mere internationalt altså at de sendte mere for sådan andre lande for eksempel Japan eller Asien eller alle mulige forskellige steder fordi der er mange steder hvor de ikke sender programmer fra

Amalie: jeg synes ikke jeg tror jeg ville blive rigtig rigtig ked af hvis de begyndte at sende ting som sådan jeg vil kunne lide faktisk fordi det er sådan jeg kan godt lide at være unik altså det kan godt være jeg er sådan snowflake generation sådan et godt eksempel på det men jeg har ikke lyst til at folk skal (blive)? ligesom mig på den måde og det er en meget unik ting tænker jeg men jeg tænker bare at det der med det er meget dansk det gør at det ikke rigtig fanger mig på nogen måde

M: Zaccarias du sagde at de bare skal lade være med at prøve hvad mener du med det?

Zaccarias: jeg ved det ikke jeg synes også godt de måtte sende internationale ting (uf) måske ville kunne fange men jeg føler bare det øjeblik tv stationer går ud og prøver at gøre noget for at fange ungdommen så bliver det altid lort

M: er det fordi de er tyve år ældre dem der laver det måske?

Zaccarias: halvtreds år ældre

Amalie: haha

Zaccarias: nej men det er bare dumt

Christen: de kunne gøre en ting skaffe pandaerne tilbage

Amalie: haha

Amanda: haha

Christen: så ville jeg aldrig mere gå væk fra DR

Amanda: åhr jer

M: hvad mener du med det?

Christen: det er sådan det var sådan virkelig eller jeg ved jeg er rimelig sikker på det er DR det var T Wulffmorgenthaler sådan

Amanda: nåh ja

Christen: tegnefilm i stedet for de her sådan små (uf) ting små klips de laver så P ja det bare de var meget sjove det der sådan komedie det er nærmest ligesom Danmarks Family Guy eller(uf) den slags det var rimelig sjovt

S: jeg har en aller sidste ting jeg ville egentlig bare lige høre om der er noget sådan nu har i jo også hørt hvad hinanden har sagt undervejs så jeg kunne egentlig godt tænke mig at høre er der noget sådan har i oplevet der er noget en anden har sagt som virkelig har undret jer noget der er blevet peget ud en kanal et program noget medieindhold et eller andet der er blevet sagt som i tænkte det var godt nok lidt overraskende eller? P det er også okay hvis det ikke er sket

Amalie: haha

S: det var bare lige et spørgsmål

M: i kender måske hinandens medievaner ret godt

Christen: jamen altså der er ikke noget der sådan ground braking hvor man bliver sådan virkelig

S: der var ikke noget i ikke kendte for eksempel der var ikke en der sagde noget hvor man tænkte gud det kendte jeg ikke til det der?

Amanda: jo Viki

S: Viki mm

Amanda: ja

S: Christen

Christen: jeg ved ikke helt jeg ved heller ikke hvad det der Viki er jeg sådan glemte det lidt og jeg ved heller ikke ham Lukas du brugte en eller anden anden ting til at tale med dine venner og sådan ikke Skype men længere nede helt nede

Amanda: ?(team)?

Lukas: TeamSpeak

Christen: ja det vidste jeg heller ikke hvad var og jeg ville gerne lige vide hvad det var og sådan hvad det er præcist

M: det kan i lige snakke om bagefter

Amalie: altså der var nogen programmer som de andre har nævnt som jeg heller ikke kendte men det har ikke været nogen stor overraskelse fordi det er bare sådan det er der er mange forskellige ting jo

M: og ellers hvordan har det været og være med i dag?

Amalie: sjovt haha

Alberte: ja

Amanda: det har været meget stille og roligt

Christen: det er rimelig dejligt og sådan det lyder lidt sjovt og sådan få det ud eller jeg er ikke sådan så presset eller noget som helst

Amalie: haha

Christen: det er virkelig sjovt lige sådan at tale med det her omkring så føler man sig man føler sig klogere selvom man sådan kun har fået (uf) af det på få ting så det sådan dejligt sådan tale om det og sådan noget

S: i må også godt være kritiske hvis der er et eller andet i tænker det er eddermame kedeligt og snakke om eller ja endelig sige til i må sige hvad som helst

Christen: der er en ting er i sikker på i ikke arbejder for DR

Alle: haha

Christen: eller staten eller sådan noget fordi i talte meget om det

S: ja det fik vi også at vide i går til sidst det der med at vi har spurgt meget ind til DR vi lavede også fokusgruppe i går

M: ja jamen altså sagen er den at vi prøver at finde ud af hvad DR kan gøre for at fange sådan nogen som jer og det har i allerede været inde på at de kan faktisk ikke gøre så meget som jeg hørte fordi at nu snakker Amalie meget om snowflake generationen og sådan noget med man gerne vil have sine egne medievaner for sig selv lidt man gider måske ikke ind under en eller anden kanal som siger det her det skal i se fordi i er så og så gamle

Amanda: en anime kanal ville også være ret kedelig tror jeg

Amalie: jeg tror også det er derfor at vi bruger sådan andre ting langt mere end tv fordi der kan man sådan altså der er mange flere muligheder det ikke bare sådan et program hvor de udvælger nogle forskellige ting det er sådan dig der sådan personliggør hvad det er du gerne vil se for eksempel YouTube det er sådan helt op til dig kan søge på alt det er derfor jeg tror det er sådan

S: vi arbejder altså ikke for DR skal vi lige sige

Alle: haha

M: nej det gør vi ikke

Christen: arbejder i for staten?

S: nej vi er studerende vi arbejder ikke for nogen af dem her det er ren nysgerrighed i vores i forbindelse med et projekt ligom hvis i får lov at vælge et tema

BILAG 6: Samtykkeerklæringer

I dette bilag fremgår informanternes samtykkeerklæringer. Der var tre informanter, der havde glemt deres skriftlige samtykkeerklæring på dagen. Dog gav de pågældende klasselærere tilladelse til deres deltagelse.

København d. 20/10 - 2015

Samtykkeerklæring

Jeg giver hermed mit samtykke til, at mit barn bliver interviewet i en fokusgruppe om deres forhold til medier og medieforbrug, og at resultatet af dette interview indgår i en videnskabelig forskning.

Besvarelserne vil være anonyme og indgår i fællesskab med mange andre interviews.

Barnets navn: ZACCARIAS [redacted]

Dato og forældre/værges underskrift: 23/10 Ulela Bøtt

København d. 20/10 - 2015

Samtykkeerklæring

Jeg giver hermed mit samtykke til, at mit barn bliver interviewet i en fokusgruppe om deres forhold til medier og medieforbrug, og at resultatet af dette interview indgår i en videnskabelig forskning.

Besvarelserne vil være anonyme og indgår i fællesskab med mange andre interviews.

Barnets navn: Alberte

Dato og forældre/værges underskrift: 22.10.2015 [signature]

Tilladelse til deltagelse i interview

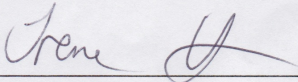
Onsdag den 7. oktober kommer der to studerende fra Aalborgs Universitet i København skal interviewe nogle elever fra forskellige klassetrin. Interviewene vil omhandle deres medievaner og interesser indenfor medier. Interviewet vil foregå i skoletiden og vare 1 ½ til 2 timer. Interviewet skal bruges til de studerendes speciale.

Dit barn er blevet spurgt om han/hun vil deltage og har sagt ja, men skal have en tilladelse hjemmefra for at deltage.

Hvis du/I giver jeres barn tilladelse til at deltage, bedes du/I underskrive nedenstående seddel, som skal afleveres til Lotte.

Mange hilsener
Lotte

Mit barn Henriette [redacted] må gerne deltage i interviewet ang.
unges medievaner og interesser indenfor medier d. 7. oktober.


Underskrift

Tilladelse til deltagelse i interview

Onsdag den 7. oktober kommer der to studerende fra Aalborgs Universitet i København skal interviewe nogle elever fra forskellige klassetrin. Interviewene vil omhandle deres medievaner og interesser indenfor medier. Interviewet vil foregå i skoletiden og vare 1 ½ til 2 timer. Interviewet skal bruges til de studerendes speciale.

Dit barn er blevet spurgt om han/hun vil deltage og har sagt ja, men skal have en tilladelse hjemmefra for at deltage.

Hvis du/I giver jeres barn tilladelse til at deltage, bedes du/I underskrive nedenstående seddel, som skal afleveres til Lotte.

Mange hilsener
Lotte

Mit barn FREDERIK må gerne deltage i interviewet ang.
unges medievaner og interesser indenfor medier d. 7. oktober.

Susanne Jensen
Underskrift

Tilladelse til deltagelse i interview

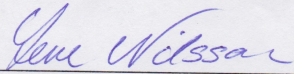
Onsdag den 7. oktober kommer der to studerende fra Aalborgs Universitet i København skal interviewe nogle elever fra forskellige klassetrin. Interviewene vil omhandle deres medievaner og interesser indenfor medier. Interviewet vil foregå i skoletiden og vare 1 ½ til 2 timer. Interviewet skal bruges til de studerendes speciale.

Dit barn er blevet spurgt om han/hun vil deltage og har sagt ja, men skal have en tilladelse hjemmefra for at deltage.

Hvis du/I giver jeres barn tilladelse til at deltage, bedes du/I underskrive nedenstående seddel, som skal afleveres til Lotte.

Mange hilsener
Lotte

Mit barn Rasmus [redacted] må gerne deltage i interviewet ang.
unges medievaner og interesser indenfor medier d. 7. oktober.


Underskrift

København d. 20/10 - 2015

Samtykkeerklæring

Jeg giver hermed mit samtykke til, at mit barn bliver interviewet i en fokusgruppe om deres forhold til medier og medieforbrug, og at resultatet af dette interview indgår i en videnskabelig forskning.

Besvarelserne vil være anonyme og indgår i fællesskab med mange andre interviews.

Barnets navn: LUKAS [REDACTED]

Dato og forældre/værges underskrift: 21/10 [Signature]

Mit barn Alberte [REDACTED] må gerne deltage i interviewet ang.
unges medievaner og interesser indenfor medier d. 7. oktober.

[Signature: P. Mitten]
Underskrift

København d. 20/10 - 2015

Samtykkeerklæring

Jeg giver hermed mit samtykke til, at mit barn bliver interviewet i en fokusgruppe om deres forhold til medier og medieforbrug, og at resultatet af dette interview indgår i en videnskabelig forskning.

Besvareelserne vil være anonyme og indgår i fællesskab med mange andre interviews.

Barnets navn: CHRISTEN ~~XXXXXXXXXX~~

Dato og forældre/værges underskrift: 22/10-15 Heika Zachariassen

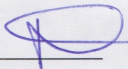
København d. 20/10 - 2015

Samtykkeerklæring

Jeg giver hermed mit samtykke til, at mit barn bliver interviewet i en fokusgruppe om deres forhold til medier og medieforbrug, og at resultatet af dette interview indgår i en videnskabelig forskning.

Besvarelserne vil være anonyme og indgår i fællesskab med mange andre interviews.

Barnets navn: Amanda

Dato og forældre/værges underskrift: 21-10-2015 

København d. 20/10 - 2015

Samtykkeerklæring

Jeg giver hermed mit samtykke til, at mit barn bliver interviewet i en fokusgruppe om deres forhold til medier og medieforbrug, og at resultatet af dette interview indgår i en videnskabelig forskning.

Besvareelserne vil være anonyme og indgår i fællesskab med mange andre interviews.

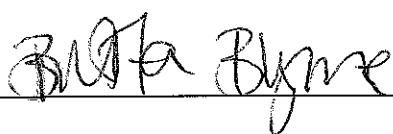
Barnets navn: Amalie [redacted]

Dato og forældre/værges underskrift: [signature] 20/10-15

Korsvejens Skole oktober 2015

Jeg giver hermed mit samtykke til at **Oliver Ortmann Hansen** deltager i et interview af to universitetsstuderende om unges mediebrug.

Underskrift

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Oliver Ortmann Hansen', written over a horizontal line.

Korsvejens Skole oktober 2015

Jeg giver hermed mit samtykke til at **Nadia Gul** deltager i et interview af to universitetsstuderende om unges mediebrug.

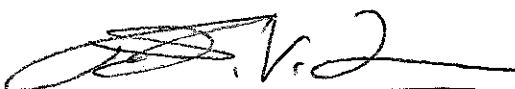
Underskrift

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadia Gul', written over a horizontal line.

Korsvejens Skole oktober 2015

Jeg giver hermed mit samtykke til at **Sebastian Vissing Horsted** deltager i et interview af to universitetsstuderende om unges mediebrug.

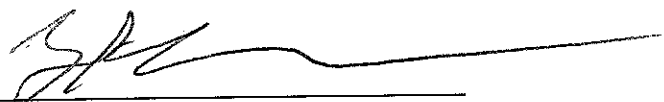
Underskrift



Korsvejens Skole oktober 2015

Jeg giver hermed mit samtykke til at **Nina Enevoldsen** deltager i et interview af to universitetsstuderende om unges mediebrug.

Underskrift



Korsvejens Skole oktober 2015

Jeg giver hermed mit samtykke til at **Anthony Djebou** deltager i et interview af to universitetsstuderende om unges mediebrug.

Underskrift



BILAG 7: Sekundær analyse af andre forskeres og medieinstitutioners datasæt

Sekundær analyse: Danske unges mediebrug

I følgende afsnit vil vi analysere data fra nyligt publicerede medieforskningsrapporter ved brug af sekundær analysemetoden. Dette gør vi for at skabe et overblik over danskernes og særligt de unges mediebrug i dag. Vi betragter både rapporternes enkeltstående aktuelle målinger og historisk komparative undersøgelser, der viser en udvikling i danskernes og de unges medievaner inden for en angivet tidsperiode. Vi har udvalgt de dele af rapporterne, der har relevans for specialets problemstilling.

For en god ordens skyld lister vi herunder de tre forskningsrapporter, som vi efterfølgende vil præsentere og analysere i nævnte rækkefølge:

- "Mediernes udvikling i Danmark 2015", udgivet af Kulturstyrelsen i juni 2015.
- "Danske unges museums- og mediebrug: temaer og tendenser", skrevet af Christian Kobbernagel, Kim Schrøder og Kirsten Drotner og udgivet af dream i maj 2015.
- "Medieudviklingen 2014", skrevet af flere ansatte i DR Medieforskning og udgivet af DR Medieforskning i januar 2015.

Mediernes udvikling i Danmark 2015

Kulturstyrelsens rapport er en forholdsvist kvantitativ undersøgelse af danskernes generelle medieforbrug. Formålet med denne rapport og dens målinger er at gøre planlægning og evaluering af indhold muligt for medieindustrien samt at bidrage til en generel viden om mediebrug, der eksempelvis kan understøtte den offentlige regulering af medier (Kulturstyrelsen, 2015a). Kulturstyrelsen mener at have slået fast med deres medieudviklingsrapport tilbage fra 2014, at medierne er en uundværlig del af samfundet, som værende bindeled mellem institutioner, borgere og samfund. Desuden påpeges det, at medierne er en vigtig instans for viden og læring foruden at være en ressource "... der er med til at sætte rammerne for danskernes tilværelse og er en væsentlig platform for den dialog, der udvikler og flytter samfundet." (Kulturstyrelsen, 2015a, ¶ 4.1).

Internet og sociale medier

En stor del af Kulturstyrelsens (2015a) målinger involverer internettet, som de dog problematiserer at karakterisere som et medie i klassisk forstand. De vælger i stedet at betragte internettet som en distributionskanal, hvor mediebrug er én blandt flere aktiviteter (Kulturstyrelsen, 2015a). Deres målinger viser, at internettet er blevet danskernes foretrukne platform i 2014, da 81% har benyttet det dagligt eller næsten dagligt. Det vurderes, at alder har en betydning for internetforbruget, eksempelvis bruger 95% af de unge mellem 16 og 24 år internettet

dagligt eller næsten dagligt. Undersøgelsen viser, at det mobile dataforbrug inden for de seneste år er vokset noget nær eksponentielt, hvilket ifølge Kulturstyrelsen (2015a) indikerer, at medieforbruget især er blevet mobilt. Mere end ni ud af ti af den yngste del af målgruppen, de 16-24-årige, benytter sig af smartphones, hvilket er mere end nogen andre af undersøgelsens sammensatte aldersgrupper. Herudfra vurderer vi, at det i høj grad er de unge, der har et mobilt medieforbrug, men vi hæfter os samtidig ved, at denne aldersgruppe ikke omfatter de 13-15-årige. Mobiltelefonen er særligt populær når det kommer til at tilgå sociale netværk blandt den yngre del af befolkningen, og generelt er sociale netværk en stor interesse på internettet blandt unge i aldersgruppen 16-24 år: hele 94% af dem er tilknyttet et socialt netværk, hvor tallet for danskerne generelt er 62% (Kulturstyrelsen, 2015a). Blandt alle målgrupper er Facebook den mest populære sociale netværkstjeneste.

Tv og streaming

Det går tilbage for traditionelt flow-tv, men på trods af tilbagegangen vurderes det i rapporten, at en relativt stor del af befolkningen, 70,6%, stadig ser traditionelt flow-tv (Kulturstyrelsen, 2015a). Der er dog stor forskel på forbruget vurderet ud fra aldersgrupper. Kulturstyrelsen (2015a) fremlægger i rapporten, at danskerne dagligt ser næsten en halv times mindre traditionelt flow-tv i 2014 sammenlignet med 2010, mens tidsforbruget blandt de 12-18-årige er faldet med 46 minutter dagligt de sidste to år. I forbindelse med disse målinger vil vi tilføje, at det er tv-eksponeringen, der er blevet målt. Ifølge Kulturstyrelsens (2015b) egne metodiske overvejelser skal eksponering forstås således, at respondenterne har befundet sig i det rum, hvor tv'et har været tændt. Det er derfor muligt, at respondenterne ikke har koncentreret deres opmærksomhed omkring tv'et men andre aktiviteter, som eksempelvis brug af andre skærme, eller at de ikke har forstået eller indoptaget indholdet. I rapportens metodeafsnit betragtes der herudover også nogle vanskeligheder i at kortlægge tv-forbruget i dag, da "[...]en mindre, men voksende del af tv-forbruget sker online gennem både tv-selskabernes video on demand, tjenester på internettet og dedikerede onlineudbydere som eksempelvis Netflix og YouTube." (Kulturstyrelsen, 2015b, ¶ 1). Det angives, at det oftest er de yngste aldersgrupper, der streamer. Næsten 30% af de 16-24-årige streamer dagligt eller næsten dagligt og 80% af denne aldersgruppe har streamet indhold inden for de seneste tre måneder. Kulturstyrelsen (2015a) klargør i rapporten, at selvom danskerne ser mindre traditionelt flow-tv er det ikke ud fra deres målinger klart, om danskerne overordnet ser mere audiovisuelt indhold som streaming og tv. De vurderer dog, at danskerne ser mindre traditionelt flow-tv i takt med, at der streames mere.

Public service

Ifølge rapporten har PS generelt en stor plads i mediebildet i de nordiske lande. Forskningen viser, at PS-medier når ud til en høj procentdel af alle aldersgrupper blandt brugere på internettet. Med 79% når PS-medier i særlig høj grad ud til de 7-18 årige internetbrugere (Kulturstyrelsen, 2015a). Det er ikke angivet hvor stor en andel af denne aldersgruppe der har tilgået dr.dk, men det vurderes hypotetisk, at PS-medierne når de yngre brugere bedre forklaret med DRs børne- og ungdomsuniverser: DR Ramasjang, DR Ultra og DR3 samt streaming-tjenesten DR TV (Kulturstyrelsen, 2015c).

Undersøgelsen viser, at PS-tv udgør den største andel, når danskerne ser traditionelt flow-tv med en share på 58%. Det er en fremgang for PS-tv generelt, men heri ses også en mere specifik fremgang hos DR (Kulturstyrel-

sen, 2015a). Det angives i rapporten at der har været en særlig stor fremgang i share for PS-tv hos de yngste aldersgrupper, blandt andet 6,4 procentpoints fremgang hos de 12-18 årige. Også her mener Kulturstyrelsen (2015a) at fremgangen skyldes DRs lancering af tv-kanaler, der er målrettet de yngste og lidt større børn, men uden teoretisk eller empirisk argumentation. Hvad angår radio er der fra 2013 til 2014 sket et fald i PS-share på 6 procentpoint hos de 12-18 årige, så share for denne aldersgruppe er den laveste blandt alle; når unge i denne aldersgruppe hører radio, er der 53% af dem, der hører PS-radio (Kulturstyrelsen, 2015a). Dette på trods af, at de 12-18 årige gennemsnitligt har hørt tre minutters mere radio i 2014 end 2013 (Kulturstyrelsen, 2015a). Podcasts er dog ikke medregnet heri.

Danske unges museums- og mediebrug

Kobbernagel et al. (2015) afdækker brug af museer og medier blandt de 13-23-årige danskere. Forskningen inkluderer derfor specialets angivne aldersgruppe, men undersøger et bredere aldersinterval. Rapporten skildrer blandt andet en undersøgelse af, hvordan unges mediebrug har ændret sig siden 2010, da vi ifølge forfatterne befinder os i en tid, hvor medier er under hurtig udvikling (Kobbernagel et al., 2015).

Populære medieaktiviteter

I rapporten sammenlignes de ti mest populære medieaktiviteter i daglig brug for 2010 og 2014. Ud fra det komparative afsæt fremdrager forfatterne en observation af, at flere unge i 2014 benytter sig af "[...] digitale tekstbaserede kommunikationsmedier, som sociale medier [...]" (Kobbernagel et al., 2015, s. 54). Pointen afledes af en måling, der viser, at "Gå på et socialt netværk (fx Facebook)" er steget i popularitet fra 23% i 2010 til 88% i 2014, mens "Chatte (fx på SnapChat)" er steget fra 45% til 78% (Kobbernagel et al., 2015, s. 54). Det kan relateres til Kulturstyrelsens (2015a) data omkring de unges store interesse for sociale netværk. Kobbernagel et al. (2015) konstaterer, at sociale medier spiller en afgørende rolle i de unges mediebrug. De beskriver, at Facebook tilbyder alternative sociale medieaktiviteter og er med til at udbrede det i de unges hverdag. Til dette tilføjes, at Facebook desuden er en katalysator for socialisering gennem skabelse og formidling af fællesskaber og interaktioner (Kobbernagel et al., 2015).

Kobbernagel et al. (2015) er særligt optagede af de sociale mediers stigende popularitet blandt de unge, men vi bider mærke i, at medieaktiviteterne "at høre musik" og "spil" er nye kategorier i popularitetsmålingen for 2014 og viser, at henholdsvis 69% og 32% er aktive på disse felter (Kobbernagel et al., 2015, s. 54). I rapporten er de to aktiviteter udeladt i tabellen der viser "De ti mest populære medier i daglig brug, 13 til 23 år, 2010 og 2014" (Kobbernagel et al., 2015, s. 54). Det skyldes et vanskeligt sammenligningsgrundlag, da de to kategorier i 2010 var samlet som underholdning. Vi anser dog tabellen som en smule misvisende af den grund, da både "at høre musik" og "spil" befinder sig i en top ti for de meste populære medier i 2014. Nok er det sværere at sammenligne, men vi vurderer, at de to kategorier er med til at illustrere det store skift, der er sket inden for unges mediebrug de seneste fire år. Særligt da "underholdning" ikke er en kategori, der overhovedet fremgår af top ti for år 2010. I rapportens bilag fremgår det, at populariteten omkring spil særligt skyldes den yngste del af målgrup-

pen, de 13-14-årige, der anvender spil mere end dobbelt så meget som de 17-22-årige. Det er især efter 16 årsalderen at interessen for spil falder.

Ligesom Kulturstyrelsens rapport (2015a), vidner også tallene fra Kobbernagel et al.'s rapport (2015) om, at de unges traditionelle flow-tv-sening er stødt faldende.

Medieudviklingen 2014

DR Medieforskning's medieudviklingsrapport er en årlig udgivelse om "[...]udviklingen i danskernes brug af de elektroniske medier." (DR Medieforskning, 2015, s. 1). Rapporten viser ikke alle detaljer af forskningen, herunder tabeller og beregninger bag, men opsummerer de vigtigste pointer sammenholdt med DRs medieudviklingsrapport fra 2013.

Radio

Ifølge DR Medieforskning (2015) hører danskerne mindre radio, herunder også mindre PS-radio, end de gjorde i 2013. Det er dog gået den modsatte vej blandt teenagere, der har forøget deres lyttetid fra 55 minutter i 2013 til 59 minutter i 2014, hvilket kan sammenlignes med Kulturstyrelsens (2015a) data om de 12-18-åriges stigende radiolytning. DR Medieforskning (2015) påpeger desuden, at teenagerne især lytter til kommerciel radio, hvilket kan relateres til Kulturstyrelsens (2015a) data om den forholdsvis lave share i PS-radiolytning for de 12-18-årige.

Tv og streaming

Som i de to førnævnte rapporter konstateres det også i DR Medieforskning's rapport (2015), at danskerne ser mindre tv end førhen, og at faldet er størst blandt børn og unge. Hertil forklarer DR Medieforskning (2015), at "[...] Tablets har vundet stor udbredelse hos børnefamilier, hvilket udfordrer traditionelt broadcast tv, da f.eks. YouTube pludselig er en mere direkte konkurrent til de traditionelle børnekanaler." (s. 8). Mange børn er vant til at kunne tilgå medieindhold hvor og hvornår de vil, og sammenlagt bruges der blandt børn i alderen 7-12 år mere tid på computere, tablets og smartphones end traditionelt flow-tv (DR Medieforskning, 2015). Der beskrives en tendens omkring, at jo ældre børnene bliver, jo mere tid bruger de på skærme. Undersøgelsen viser, at de 10-12-årige i 2014 havde tre en halv times skærmtid hver dag. På trods af den faldende interesse for traditionelt flow-tv har både kanalerne DR Ultra og DR Ramasjang fremgang i form af øget seertid blandt børn. Der kan således drages paralleller mellem disse observationer og Kulturstyrelsens (2015c) med henblik på DRs tv-kanaler målrettet børn. Vi ser desuden et lighedstræk til Kulturstyrelsen (2015a) i forbindelse med YouTubes stigende popularitet, som DR Medieforskning (2015) også erfarer.

Med hensyn til DR beskriver DR Medieforskning (2015) ligesom Kulturstyrelsen (2015a), at DR oplever fremgang. Det skyldes blandt andet DR3, hvilket de fastslår bunder i en udvidelse af sendetiden og mere sport. Hvordan de er kommet frem til, at netop disse faktorer har hævet DR3s popularitet angives dog ikke, og vi kan derfor betvivle validiteten af dette udsagn. Kanalen er siden 2013 vokset med det dobbelte antal seerandelspoint blandt kanalens målgruppe, der er (var) de 15-39-årige (DR Medieforskning, 2015). Det angives hverken hvad tallet var

i 2013, eller hvad det er i 2014, så selvom vi er bevidste om en større popularitet inden for kanalens målgruppe, ved vi ikke, hvor stor en andel af seere det egentlig drejer sig om.

Streaming er også et omtalt emne i medieudviklingsrapporten (2015), der har dedikeret et kapitel til internettet og streaming. I rapporten angives det, at en fjerdedel af alle danskere i alderen 15-75 år har adgang til streamingtjenesten Netflix og bruger gennemsnitligt 15 minutter dagligt på dette, hvorimod der bruges to minutter på henholdsvis DRs og Viaplays tjenester. De to sidstnævnte påpeges dog alligevel som værende blandt de mest benyttede streamingtjenester i Danmark. DR Medieforskning (2015) konkluderer ud fra disse data, at det peger på forskellig brugeradfærd på disse tjenester. Det forklares desuden, at de unge i alderen 15-29 år i 2014 dagligt har brugt omkring en time på de mest udbredte streamingtjenester i Danmark, hvilket er cirka dobbelt så meget som den samlede befolkning (DR Medieforskning, 2015). Altså er det oftest de yngste aldersgrupper der streamer, som også Kulturstyrelsen (2015a) fremlægger. Om der er sammenhæng mellem alder og foretrukken streamingtjeneste fortæller undersøgelsen dog ikke noget om.

Internet og sociale medier

Nettet vinder fortsat tid fra de traditionelle medier ifølge DR Medieforskning (2015), som også de to førømtalte rapporter bemærker. DR Medieforskning (2015) supplerer hertil Kulturstyrelsens (2015a) målinger om de unges særligt store internetforbrug. Det gør de i deres erfaring med, at det især er blandt de unge i alderen 15-29 år, at nettet fylder meget, da de bruger over tre en halv time dagligt på nettet, hvilket er mere end de bruger på radio og tv målt i tid (DR Medieforskning, 2015). Præcis hvor meget mere tid det er, siger rapporten ikke noget om. Yderligere ser vi en lighed til Kulturstyrelsens (2015a) undersøgelse, da DR Medieforskning (2015) mener, at det er tydeligt, at internettrafikken via mobiler er eksploderet.

Hvad angår sociale medier, er Facebook danskernes foretrukne sociale medie. Dog beskrives det i rapporten, at de unge mellem 12 og 29 år bruger mediet mindre end de tidligere har gjort, hvilket angiveligt skyldes andre sociale medier på markedet såsom SnapChat og Instagram (DR Medieforskning, 2015). Halvdelen af førnævnte aldersgruppe bruger SnapChat dagligt, og også Instagram benyttes især af denne aldersgruppe (DR Medieforskning, 2015).

De unges mediebrug

Sidste kapitel i "Medieudviklingen 2014" (2015) omhandler de unges forhold til mediebrands. Med "de unge" menes der i dette kapitel de 15-25-årige, hvilket derfor ikke omfavner hele specialets aldersgruppe, men stadig er interessant at tage i betragtning, da det fremlægger mediebrug, der er specifikt for denne yngre del af befolkningen. DR Medieforskning (2015) pointerer, at vi er på vej ind i et nyt medieparadigme, da de unge har markant anderledes medievaner end resten af befolkningen, hvilket forfatterne mener varsler nye forbrugsmønstre.

I en analyse af de 15-25-åriges brug af mediebrands, står streamingtjenester som Spotify, Netflix og YouTube øverst på listen. Brands skal her forstås som "en fællesbetegnelse for produkter, platforme og services på tværs af medieindustrien." (DR Medieforskning, 2015, s. 70). Gennem en analyse er de kommet frem til de fem vigtigste

brugsmotiver i de 15-25 åriges forhold til mediebrands:

- At slappe af
- At grine
- At det er nemt
- At have noget at tale med andre om
- At kunne identificere sig med mediebrandet (DR Medieforskning, 2015, s. 70).

De to første brugsmotiver går også igen hos en ældre kontrolgruppe af 35-45-årige danskere, hvorimod de tre sidste er unikke for de unge, taget kontrolgruppen i betragtning. Grundet vores udfordring i at bedømme undersøgelsens kvalitet og validitet vil vi ikke komme nærmere ind på DR Medieforskning (2015) uddybning af de angivne brugsmotiver. Vi finder det dog interessant, at DR Medieforskning (2015) slutter af med at konstatere, at de tre sidste, karakteristiske brugsmotiver tydeliggør, at mediebrug for de unge især handler om identitet, social forankring og at have nem adgang til de favoriserede medieprodukter.

Opsummering

Med udgangspunkt i ovenstående betragtninger fra de tre udvalgte forskningsrapporter, vil vi nu samle op på, hvilke tendenser, vi bemærker inden for unges mediebrug. Disse tendenser er fundet med en bevidsthed om, at rapporternes undersøgte aldersintervaller ikke stemmer overens med specialets aldersgruppe. Derfor er det vigtigt for os at understrege, at der er tale om generelle medietendenser inden for et større aldersinterval end specialets nærværende aldersgruppen, frem for endegyldige svar på de unges, herunder også aldersgruppens, mediebrug i dag.

Ud fra nærværende analyse vurderer vi, at internettet er et af de vigtigste medier blandt unge danskere, om ikke det vigtigste, eftersom størstedelen af de unges foretrukne medieaktiviteter har internettet som omdrejningspunkt. Der viser sig samlet set et mønster omkring, at særligt sociale medier og streamingtjenester er populært blandt de unge. Det skyldes, at der i alle tre rapporter angives et stort - og med årene stigende - brug heraf blandt de unge. På trods af, at spil som medieaktivitet hverken nævnes i DR Medieforskning (2015) eller Kulturstyrelsens (2015a) rapporter, finder vi denne kategori væsentlig at have med i vores opsamling. Ifølge Kobbernagel et al. (2015) er det nemlig særligt den yngste del af deres målgruppe, de 13-14-årige, der er skyld i populariteten. Herudover bliver mobiltelefonen nævnt af flere omgange som et populært medie, også hvad internetbrug angår. Til gengæld er tv'et ikke nær så anvendt som førhen. Selvom de unge ser mindre traditionelt flow-tv, end de har gjort tidligere, er PS-indhold i tv, herunder DRs indhold, blevet mere populært blandt de unge, og ligeså er PS-indhold på nettet også i høj kurs.