

Nr. 1 ■ 2013

Nye medier, nye metoder, nye etiske udfordringer

Malene Charlotte Larsen

Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet

Louise Nørgaard Glud

Institut for Æstetik og Kommunikation – Informationsvidenskab, Aarhus Universitet

Resumé

Nye mediers mobilitet og allestedsnærværende karakter understøtter en kreativ og eksperimenterende tilgang til kvalitative studier og etnografisk feltarbejde, hvor forskeren dels bevæger sig imellem forskellige steder, online såvel som offline, og dels benytter internettet og mobile medier til at generere data med. Denne artikel har til formål at belyse, hvorledes sådanne studier kan udføres samt diskutere en række etiske problematikker forbundet hermed. Disse problematikker har at gøre med etiske implikationer i forhold til skellet mellem privat og offentligt, informeret samtykke, beskyttelse af forskningsdeltagerens privatliv, relationen mellem deltager og forsker samt præsentation af data. Artiklen tager udgangspunkt i to cases, hvor nye medier og eksperimenterende kvalitative metoder har været brugt til datagenerering. I den første case er danske unges brug af sociale netværksider undersøgt ved hjælp af virtuel etnografi og online dataindsamling. I den anden case er unges oplevelser og handlinger i det udsatte boligområde Gellerup blevet undersøgt ved hjælp af en eksperimentel etnografisk tilgang og generering af data med en lokationsbaseret mobilapplikation. I artiklen belyses erfaringerne med at anvende internettet og mobile teknologier i datagenereringen, og det diskuteres, hvorledes man kan udføre etisk forsvarlig forskning, når man benytter sig af nye medier og eksperimenterende kvalitative metoder.

Nye medier og eksperimenterende kvalitative metoder

I denne artikel vil vi belyse og diskutere, hvorledes man kan gennemføre og etisk forholde sig til en undersøgelse, der benytter sig af eksperimenterende kvalitative metoder og nye medier til at generere data med. Vi starter artiklen med at define-

re, hvad vi mener med “nye medier” og “eksperimenterende kvalitative metoder”, og hvorledes det at anvende nye medier i et eksperimenterende metode-setup sætter bestemte rammer for feltarbejdet. Dernæst gennemgår vi de to cases, som udgør det empiriske grundlag for artiklen. På baggrund af erfaringer fra disse og med udgangspunkt i det skitserede metode-setup gennemgår og diskuterer vi en række grundvilkår og etiske udfordringer for datagenerering med nye medier og kommer med bud på, hvorledes man etisk kan forholde sig til disse.

Sociale medier og brugergenereret indhold

Lad os først afklare, hvad vi i denne sammenhæng mener med “nye medier”. Vi tænker især på internetbaserede og mobile medier, som ofte går under samlebetegnelsen ‘sociale medier’. Sociale medier er et populært og noget mudret begreb, der i praksis fungerer som en paraply-betegnelse for en række ”nye” teknologier eller internetbaserede praksisformer (Larsen, 2012a). Det særligt ‘sociale’ ved disse teknologier eller praksisformer – og det, der adskiller dem fra tidligere medier – er deres evne til at skabe en løbende kontakt og samhørighed i brugernes hverdag samt muligheden for at skabe indhold i fællesskab (Lomborg, 2011). På sociale medier kan vi alle let udgive og dele tekst, lyd og billeder uden at være tekniske eksperter. Således er sociale medier kendetegnet ved i høj grad at være præget af ‘brugergenereret indhold’, der kan defineres som summen af alle de måder, hvorpå vi kan gøre brug af sociale medier (Kaplan & Haenlein, 2009). Et centralt element ved sociale medier er, at graden af interaktion imellem brugerne er høj. Det handler om at dele indhold og kommunikere om det indhold, vi deler. Der kan både være tale om en-til-en, en-til-mange og mange-til-mange-kommunikation (Larsen, 2012a). På denne baggrund kan vi forstå sociale medier som en gruppe internetbaserede applikationer, der muliggør oprettelse og udveksling af brugergenereret indhold (Kaplan & Haenlein, 2009). Eksempler på sociale medier kunne være den sociale netværksside Facebook, hvor man via personaliserede profiler og ‘vennelister’ kan kommunikere og socialisere på tværs af tid og rum (Larsen, 2009; 2012a); mikrobloggingtjenesten Twitter, hvor der kommunikeres korte statusopdateringer på max 140 karakterer; regulære blogs, hvor brugere udgiver dagbogslignende indlæg; videodelingstjenesten YouTube, som i høj grad lever af

brugergenereret indhold; eller den lokationsbaserede mobilapplikation Foursquare, der gør det muligt for brugeren at dele sin lokation¹ og knytte indhold dertil i form af billeder eller statusopdateringer. Når vi i denne sammenhæng interesserer os for, hvordan disse mobile medier og platforme for brugergenereret indhold kan bruges i forbindelse med datagenerering, hænger det sammen med, at de åbner op for at være kreative og eksperimenterende i tilgangen til kvalitative studier. Forskeren kan således benytte sig af disse mediers muligheder for at skabe og dele brugergenereret indhold som en del af datageneringen.

Internetbaseret feltarbejde

En af de efterhånden klassiske metoder, hvormed internettet bruges som dataindsamlingsværktøj, er virtuel etnografi. Denne tilgang gør det muligt for forskeren at benytte internettet som en platform til at studere internetbaserede praksisser. Der findes forskellige betegnelser for et sådant internetbaseret feltarbejde, eksempelvis 'online ethnography' (Correll, 1995), 'media ethnography in virtual space' (Lindlof & Shatzer, 1998), 'netnography' (Kozinets, 2002), 'Internet ethnography' (Sveningsson, 2004), eller 'digital ethnography' (Murthy, 2008). Christine Hine har været blandt de første til at konceptualisere metoden, som hun betegner virtuel etnografi, og hun definerer den som det at tilslutte sig udvalgte feltsider i vedvarende perioder, interagere med informanterne og opbygge et rigt og detaljeret billede af den måde, hvorpå mediet bruges til at danne og vedligeholde relationer (Hine 1998). Kendetegnen for nogle af de første internetbaserede feltstudier (fx Baym, 1995; Correll, 1995; Reid, 1995) var, at forskeren tog udgangspunkt i én bestemt internetside og de mennesker, som opholdt sig her. Internettet blev således forstået som social(e) kontekst(er) på dets egne præmisser (Hine, 1998).

Udviklingen i brugen af internettet, hvor brugerne typisk er til stede på mange forskellige internetsider på samme tid (imens de sideløbende opholder sig på fysiske lokationer), har medført diskussioner af, hvordan og hvor den virtuelle etno-

¹ Lokation-baserede tjenester såsom Foursquare, bruger en basis GPS-modtager, an assisterende GPS-modtager (A-GPS) og i nogle tilfælde Wi-Fi til at identificere telefonens lokation (Zandbergen, 2009: p. 5–7).

grafi bør foregå, og vi ser flere eksempler på, at en mere multi-sited² tilgang tages i brug. Det betyder, at forskeren bevæger sig på tværs af platforme og 'online' og 'offline' skel (fx Leander & McKim, 2003). Således har især internetforskningen bevæget sig fra at fokusere på bestemte internetsider til at fokusere på bestemte sociale praksisser. Dermed har den virtuelle etnografi udviklet sig på samme måde, som medieetnografien gjorde i 1990'erne. Her gik man også fra et medie- eller teknologifokus til et fokus på bestemte sociale gruppers brug af forskellige medier eller teknologier. I forlængelse heraf har Hine fremhævet behovet for, at forskeren fokuserer på flow og forbindelser (connectivity) frem for lokation og skillelinjer (Hine 2000). Hun foreslår, at man i internetbaseret forskning benytter sig af det, hun kalder 'connective ethnography':

"Accepting a multi-sited or connective notion of ethnography opens up many different ways of designing and conducting an ethnographic project. Choices and movements are made on the basis of strategic and often arbitrary decisions, which dictate the shape and boundaries of the resulting ethnographic object. We end up with a multitude of different sites and sources for studying the Internet, even if we rely only on those most obviously and intuitively relevant." (Hine 2000, p. 62).

Dette er i tråd med flere andre medie- eller internetforskere, som peger på uforudsigeligheden i feltarbejdet med nye medier og fremhæver den multi-sitede tilgang. Eksempelvis argumenterer internetforskeren Nancy Baym for, at man anskuer konteksten for sit undersøgelsesobjekt som noget, der løbende udvikler sig, idet man ikke på forhånd kan vide, hvilke kontekster der vil fremstå som mest meningsfulde:

"Every research field has multiple possible sites that could be studied, and throughout a study we may have to make judgements about which ones are most "valuable for studying the scenes that structure the social reality of a particular group" (Lindlof & Taylor, 2002, p. 80)." (Baym, 2009, p. 184)

² Marcus (1995) regnes for at være ophavsmanden til betegnelsen multi-sited ethnography, som lægger op til at følge enkeltpersoner, fænomener eller diskurser på tværs af tid og rum. Betegnelsen multi-sited er efterfølgende adopteret inden for etnografiske metoder i medie- og internetforskningen.

Inden for 'connective ethnography' benytter man sig typisk af 'snowballing' (Bijker, 1995), hvor opdagelser i felten kan føre til invitationer til at bevæge sig videre (Hine, 2000, p. 62). Gennem en sådan udforskning og interaktion ender man som etnograf med et aktivt engagement frem for, som Hine udtrykker det, "disengaged textual analysis" (Hine, 2000, p. 62).

Som vi tolker det, lægger disse tilgange op til en metodologi, hvor man som forsker er åben over for feltets foranderlighed uden på forhånd at bestemme, hvilken type empiri der er brugbar, eller hvilke medier der er anvendelige. Dette er eksempelvis fremført af Søndergaard og Krøjer, som med baggrund i Science, Technology and Society Studies argumenterer for en risikovillig metodologi, hvor man er åben over for, hvad feltet i egenskab af dets foranderlighed og modstand stiller til rådighed. For at udøve denne åbenhed må man have en heterogen opmærksomhed, hvor man er åben over for både menneskelige og ikke-menneskelige handlinger. Metodisk betyder det, at man må vælge og udvikle metoder, som er sensitive nok til at synliggøre disse (Søndergaard og Krøjer, 2012: p. 82-83). En sådan fleksibilitet i metododesignet og kreativitet i forhold til de enkelte metoder lægger netop op til, at man arbejder iterativt og eksperimenterende. Lad os i det følgende afklare, hvad vi i denne artikel mener med eksperimenterende metoder.

Eksperimenterende metoder

I denne artikel går vi ud fra en generel forståelse af eksperimentet som en fremgangsmåde, der adopteres forsøgsvis og det at eksperimenterer som en prøvesig-frem med nye idéer og metoder. Der er således ikke tale om den forståelse, der ofte har været brugt i forbindelse med effektstudier, hvor det at eksperimenterer betyder, at man tester hypoteser om kausale relationer ved at kontrollerer såvel samplen (deltagere) som situationen (tid/sted) for undersøgelsen (Schröder et al., 2003, p. 287 og 289). I vores arbejde med eksperimenterende metoder er vi inspireret af kvalitative og etnografiske tilgange såsom virtuel og connective etnografi (Hine, 1998, 2000) samt eksperimentel etnografi (Castañeda, 2005) og eksperimentel antropologi (Roepstorff, 2012).

Eksperimentel etnografi arbejder med forståelsen af, at undersøgelsesdesignet er noget, der udvikles i takt med undersøgelsen. Her eksperimenterer man med me-

to-der og praksisser under selve feltarbejdet. Metodologisk går denne eksperimenteren ud på at udføre to sammenflettede bevægelser. For det første rekonfigureres metodologiske praksisser, og for det andet reartikuleres eksisterende viden og oplevelser i felten, hvorefter de medieres gennem det eksperimenterende feltarbejde (Castañeda, 2005, p. 100). I den første bevægelse re-evaluerer forskeren eksisterende etnografiske metoder, rekonceptualiserer deres brug og forbindelser til teori, inkorporerer dem med metoder inden for andre felter og udvikler innovative kombinationer af disse. Fokus er her ikke på at skabe nye metoder, men nærmere på alternativ brug og rekonceptualisering af eksisterende praksisser (Castañeda, 2005, p. 98). I den anden og sideløbende bevægelse introduceres den reartikulerede viden i felten via strategisk konstruerede rum, hvor feltarbejdets aktiviteter kan realiseres (Castañeda, 2005, p. 105). Disse rum er inden for eksperimentel etnografi ofte forbundet med fysiske udstillingslokaler, men vi mener også, at det kan gælde andre typer rum. Eksempelvis kunne der være tale om online rum, såsom forskerens egne profiler på sociale netværkssider med eksempelvis vennebøger og quizzes, hvor deltagerne kan uploade indhold eller skrive kommentarer, som kan ses af alle. Andre former for rum, hvor feltarbejdets aktiviteter kan realiseres, kunne være designrum i felten såsom klasselokaler, hvor deltagerne i samarbejde med forskeren producerer forskellige ting, som er synlige for de implicerede i undersøgelsen.

I eksperimentel etnografi lægges der vægt på, at man synligt udforsker og udfordrer metoderne (Castañeda, 2005, p. 99). Det betyder også, at man heller ikke ved, om undersøgelsesdesignet kan leve op til det, man ønsker med undersøgelsen; dvs. hvorvidt den besvarer den problemformulering, man havde til at begynde med. I forhold til sin udlægning af eksperimentel antropologi knytter Roepstorff an til Marcus, der inspireret af Jörg Reinberger fremlægger eksperimentet som fundamentalt usikkert: *"Eksperimentelle systemer" er systemer til manipulation af materien, der giver ukendte svar på spørgsmål, som eksperimentatoren endnu ikke klart kan stille.*" (Roepstorff, 2012, p. 139). At eksperimenterere er således ikke blot er en prøven-sig-frem metodisk for at undersøge en fra starten formuleret problematik, men også en prøven-sig-frem i forhold til at formulere selve problematikken (Roepstorff, 2012).

Inspireret af virtuel og connective etnografi samt eksperimentel etnografi og antropologi lægger vi i denne artikel vægt på en forståelse af eksperimenterende kvalitative metoder, som tager udgangspunkt i, at man som forsker lader sig guide af, hvad feltet stiller til rådighed i forhold til, *hvor* man skal kigge, *hvilke* spørgsmål man skal stille, og *hvem* man skal inddrage.

Overordnet er brugen af nye medier med til at forme, hvad feltet kan stille til rådighed og spiller derfor også ind på, hvordan man griber sin undersøgelse an. Brugen af nye medier kan give adgang til ellers skjulte kulturer og kan mediere disse på måder, som kan gøre bestemte handlinger og oplevelser synlige. Når det handler om, *hvor* man skal kigge, kan nye medier gøre det muligt at følge deltagerne fra sted til sted. Dels kan adgangen til mange forskellige nye medier, som deltagerne benytter, gøre det muligt at følge dem online fra platform til platform. Dels kan specielt lokationsbaserede tjenester til smartphones, som deltagerne har med sig, gøre det muligt også at spore dem fra det ene offline sted til det andet. Dvs. at det i højere grad bliver muligt at følge sine deltagere på tværs af forskellige grænser. Når det kommer til *hvilke* spørgsmål, man kan stille, så gør nye medier - i kraft af at de ofte er sociale og at de tillader brugeren at generere og dele indhold - det muligt for forsker og deltager at kommunikere om og forme den praksis, der iagttages, såvel som selve undersøgelsen. Her kan mediet fungere som en platform, hvor deltagerne kan komme med forslag til, hvad det kunne være interessant at undersøge, og følgelig hvilke spørgsmål man kan stille. I forhold til spørgsmålet om, *hvem* der skal deltage, så åbner nye medier op for en anden og hurtigere rekruttering af deltagere, idet budskabet om undersøgelsen kan spredes viralt. Samtidigt kan et bestemt medie appellere til og motivere forskellige målgrupper og dermed være med til at afgrænse, hvem der kommer til at deltage i undersøgelsen, og hvem af de rekrutterede der ønsker at fortsætte deltagelsen. Således er inddragelsen af nye medier med til at præge arbejdet med eksperimenterende kvalitative metoder.

Empirisk baggrund: To cases

I den efterfølgende diskussion af etiske udfordringer trækker vi især på erfaringer fra to ph.d.-projekter, hvoraf det ene (Larsen, 2010) er afsluttet i 2010, imens det andet er påbegyndt samme år og endnu er i gang. Fælles for begge projekter er, at

unge/teenagere er i fokus, og at nye medier og eksperimenterende metoder er brugt som en del af datagenereringen. I det ene ph.d.-projekt er dataindsamlingen især foregået via online sociale netværk, imens det andet i høj grad benytter sig af lokationsbaserede tjenester i et eksperimentelt setup. I det følgende vil vi beskrive de to projekter, som vi betegner case I og II. De to cases er relevante at inddrage, idet de dels tydeliggør den mobilitet, der præger det metodiske arbejde med nye medier, og dels demonstrerer, hvorledes lokationer og skillelinjer udviskes, når nye medier inddrages. Ligeledes sætter de to cases nuværende etiske udfordringer på spidsen, hvorfor de udgør et godt grundlag for en metodisk diskussion heraf.

Case I: Danske unges brug af sociale netværkssider

Første case er baseret på ph.d.-afhandlingen "Unge og online sociale netværk - En neksusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser" (Larsen, 2010). Afhandlingens hovedformål var at opnå en forståelse af, hvilke betydninger sociale netværkssider som f.eks. Arto og Facebook har for unge brugeres individuelle og sociale liv, og hvordan de anvender disse sider som en del af deres hverdag - til bl.a. at vedligeholde venskaber og konstruere identitet. For at undersøge dette blev en stor mængde af forskelligt datamateriale indsamlet. Det primære datamateriale bestod af fem års etnografisk engagement og deltagende observationer. Overvejende var der tale om en virtuel etnografi (Hine, 1998, 2000) med deltagende online-observationer og dataindsamling over nettet. Forskeren havde selv profiler på de sociale netværkssider, som i perioden 2005-2010 var mest populære blandt danske børn og unge. Her var det forskningsmæssige formål åbent beskrevet for de unge brugere, og forskeren fik flere "venner", som blev hendes informanter. Sideløbende med deltagende observationer blev der gennemført chatbaserede uformelle og ustrukturerede interviews via bl.a. MSN Messenger samt et fokusgruppeinterview, og forskeren skrev løbende feltnoter og tog screenshots. Ligeledes benyttede hun specifikke applikationer på de sociale netværkssider, såsom 'vennebøger' eller 'quizzer' til at indsamle data.

Den etnografiske tilgang var inspireret af 'snowballing' (Bijker 1995), hvor opdagelser i felten fører til invitationer til at bevæge sig videre (Hine 2000). En sådan tilgang stemmer godt overens med observationer på nettet, hvor brugerne typisk bevæger sig rundt på forskellige internetsider, og det giver mulighed for at følge med, når brugerne bevæger sig nye steder hen. På den måde fulgte forskeren med,

da hendes informanter bevægede sig fra det ellers så populære danske Arto til den amerikanske sociale netværksside Facebook. Ligeledes blev hun af informanterne gjort opmærksom på forskellige medier eller funktioner, som viste sig at være nyttige i dataindsamlingen. Eksempelvis var det de unge, som ansøgte forskeren om at udveksle MSN Messenger-kontaktinformationer, hvilket resulterede i en række spontane, uformelle chat-baserede interviews eller samtaler. Snowballing-tilgangen resulterede i, at forskeren oprettede profiler på mindst 25 forskellige sociale netværkssider i løbet af de fem år, hvor undersøgelsen blev gennemført. Det er selvsagt en umulighed at vedligeholde så mange profiler, men som led i den etnografiske undersøgelse var det vigtigt at kende til det samlede udbud af sociale netværkssider for børn og unge i Danmark, for derefter at foretage mere dybdegående deltagende observationer på de mest anvendte sider. Forskeren bevægede sig således mellem forskellige grader af deltagelse - fra ikke-deltagelse, passiv deltagelse, moderat deltagelse, aktiv deltagelse til fuld deltagelse (Spradley 1980), og hun benytter sig af de samme funktioner og applikationer som informanterne, hvilket skabte grobund for erfaringsudveksling og samtaler med de unge forskningsdeltagere.

Ud over den virtuelle etnografi blev en omfattende kvalitativ online-spørgeskemaundersøgelse gennemført, hvor 2400 12-18-årige danske unge (51 % piger og 49 % drenge) fortalte om deres oplevelser på sociale netværkssider. Spørgeskemaet bestod overvejende af åbne spørgsmål vedrørende nogle af de praksisser, som qua den virtuelle etnografi havde vist sig at være centrale. I nogle af spørgsmålene blev respondenterne bedt om at angive eksempler fra deres profil, fx den seneste besked fra deres gæstebog eller billedgalleri, eksempler på beskeder, som de ikke brød sig om, beskeder, de var blevet glade for mv. Derefter skulle de angive hvem, der havde sendt beskeden/kommentaren, og efterfølgende reflektere over, hvad de syntes om den. Disse spørgsmål blev medtaget for at få indblik i de typiske beskeder og kommentarer, som unge sender til hinanden over sociale netværkssider. Frem for at indsamle statistisk materiale var formålet med spørgeskemaet således at få indsigt i (ellers usynlige) centrale oplevelser og praksisser, som børn og unge mellem 12 og 18 år har på forskellige sociale netværkssider.

For at danne et kondenseret overblik over datamaterialet blev softwareprogrammet Nvivo 8 anvendt til at kode og kategorisere den store datamængde, herunder oprette koder, kategorier og temaer, som efterhånden blev raffineret og sat i forhold til hinanden (se Gibbs 2002; Welsh 2002). Disse blev analyseret i forhold til observationer, screenshots, feltnoter og interviewdata og var medvirkende til at danne et rigt og detaljeret indblik i unges brug af sociale netværkssider. Kombinationen af disse forskellige datatyper gjorde det muligt dels at udforske de centrale handlinger, som unge brugere udfører på tværs af sociale netværkssider, og dels at analysere den måde, hvorpå de italesætter deres konkrete brug og oplevelser. Afhandlingen var funderet inden for det diskursanalytiske felt med Nexus Analysis (Scollon & Scollon, 2004) samt Situational Analysis (Clarke, 2005) som de primære teoretiske og metodologiske rammeværker.

Case II: Kortlægning som monitoreringsmetode i udsatte boligområder

Anden case tager udgangspunkt i det igangværende ph.d projekt: "Kortlægning som monitoreringsstrategi i udsatte boligområder", hvor teenagere i Gellerup (13-19-årige) bruger og designer lokationsbaserede applikationer til smartphones. Formålet med afhandlingen er for det første at opnå viden om, hvordan teenagere konstruerer rum i deres boligområde gennem en deltagende kortlægningsproces. For det andet er det at udforske, hvordan denne viden kan forbindes til byplanlægningen for området. Dette udforskes ved hjælp af en eksperimentel kortlægningsmetode, der er inspireret af deltagende design (Simonsen & Robertsen 2012; Brandt 2006) og eksperimentel etnografi og antropologi (Castañeda 2005; Roepstorff 2012; Marcus 2010). Forskeren kombinerer både metoder på nye måder, opfinder nye metoder og laver installationer, hvor data genereret i undersøgelsen bliver genintroduceret for deltagerne i strategisk konstruerede rum.

I den første del af undersøgelsen genereredes data gennem en workshop udført med en 7. klasse i Gellerup. Her var fokus at introducere teenagere for kortlægningspraksissen, skabe viden omkring deres konstruktion af rum gennem kortlægninger af Gellerup og udvikle et koncept til en lokationsbaseret applikation til smartphones. I den anden del skal der genereres data gennem en kortlægning med flere skoleklasser, hvor applikationen, der blev designet ud fra workshoppen, bliver brugt. Under workshoppen blev deltagerne først bedt om i grupper at tegne kort over hvad de oplevede og lavede i deres boligområde. For at gøre tegne-

processen synlig for senere analyse, blev hver tegning filmet oppefra. Efterfølgende blev deltagerne bedt om at benytte Foursquare. Opgaven lød på, at de skulle tjekke ind ved steder, som viste deres oplevelser og handlinger i Gellerup. Forskeren opfordrede dem samtidigt til at tage billeder og til at skrive, hvad de kunne lide og ikke lide ved stedet, samt hvad de ville ændre og beholde. Eftersom Foursquare selv lægger op til, at man skal konkurrere om, hvem der har været flest steder, udskrev forskeren en konkurrence i forbindelse med kortlægningen, så de, der havde brugt app'en flittigt, vandt en præmie. Dette blev også brugt til at motivere eleverne yderligere, idet især drengene synes, det var sjovt at konkurrere. Efter deltagerne havde gået rundt i grupper og tilføjet data til applikationen, lavede forskeren fokusgruppeinterviews, hvor hun gennemgik de steder, de havde markeret på kortet og bad dem fortælle om dem. Her hjalp kortene med at synliggøre konstruktioner af rum i Gellerup og gøre disse tilgængelige i interviewet. På den sidste workshopdag blev eleverne bedt om at spille et eksplorativt spil, hvor data fra de tidligere workshopdage blev brugt som input. Idéen med dette spil var at kanalisere de oplevelser og handlinger i Gellerup, der var blevet synlige under workshoppens første dage, og de kortlægningspraksisser der var blevet skabt under workshoppen, over i et forslag til et applikations-design. I spillet skulle deltagerne komme med forslag til, hvordan man kunne vise i en lokationsbaseret applikation, hvad de lavede og oplevede i Gellerup.

Ud fra de data, der blev genereret i workshoppen, blev konceptet til applikationen udviklet. Selve platformen, der blev lavet i samarbejde med forskergruppen "Ubiquitous Computing and Interaction" ved datalogi på Aarhus Universitet, gør det muligt at checke ind et bestemt sted, sige hvad man laver eller har lavet der ved at tilføje et aktivitets ikon, evaluere om man synes det er godt eller skidt på en skala og tage et billede. Derudover er det også muligt at lave sit eget ikon i form af et tag, som man kan tilføje steder, der er vigtige for én. Ud over data genereret via lokationsbaserede tjenester, inddrages der i undersøgelsen også uformelle samtaler både mellem forsker og deltagere og deltagerne imellem samt løbende deltagende observationer og interviews. Teoretisk er projektet placeret inden for Science, Technology and Society Studies og er herunder specielt inspireret af aktør-netværks teorien (Latour, 2005) og symbolsk interaktionisme (Star & Strauss, 1999). Derudover trækker det også på fænomenologien (Sloterdijk, 2011).

Fælles for begge cases er, at de inddrager nye medier og eksperimenterende kvalitative metoder inspireret af etnografien og deraf også, at der i begge cases har været ensartede etiske problematikker, vi har skullet forholde os til. I det følgende vil vi gennemgå nogle af de mest fremtrædende. Vi vil argumentere for, at de udfordringer, vi er stødt på, kan være af mere generel karakter, når man arbejder med nye medier i et eksperimenterende metode-setup, men at den måde, man forholder sig til udfordringerne, må situeres i forhold til konkrete cases.

Diskussion: Etiske udfordringer med nye medier og eksperimenterende metoder

Det at arbejde etnografisk betyder generelt, at man har en bestemt forskningsetisk attitude i forhold til feltstudiet, som bl.a. indebærer, at man ikke volder sine deltagere skade under feltarbejdet og i forbindelse med publiceringen af resultaterne, at forskeren ikke udnytter sine deltagere, men behandler dem retfærdigt og ikke forfordeler nogen på baggrund af køn, race, social status eller andet (Hammersley & Atkinson, 1995; Murphy and Dingwall, 2001). Inden for klassisk kvalitativ forskning findes desuden en række forskningsetiske principper, som lægger vægt på konkrete tiltag eller handlinger, som forskeren skal udføre, såsom at sikre forskningsdeltageres privatliv, at sørge for, at data er fortrolige samt at indhente informeret samtykke (Hammersley and Atkinson, 1995, p. 263–287; Rossman & Rallis, 2003, p. 48–57).

I forbindelse med eksperimenterende kvalitative metoder, hvor nye medier bruges som en del af datagenereringen, er det imidlertid uhensigtsmæssigt at benytte sådanne forskningsetiske principper som tjeklister. Især hvis forskeren bruger dem som et ritual, der skal gennemføres, for at denne kan sige, at undersøgelsen er etisk frem for at diskutere principperne i forhold til den konkrete case og metode. Som Rossman og Rallis også argumenterer for, er etiske dilemmaer ikke noget, der findes på forhånd eller noget, der kan løses, men noget der opstår og skal begrundes i forhold til situationen. Hver forsker udvikler således egne standarder for etisk praksis. Disse kan imidlertid ikke være helt idiosynkratiske, men må relateres til de principper, der benyttes inden for feltet (Rossman and Rallis, 2003, p. 49).

Når man arbejder eksperimenterende med nye medier, dukker der nye aspekter op i forhold til de allerede nævnte principper, idet adgangen til og afgrænsningen af felten bliver en anden. Som vi var inden på tidligere, former brugen af medier i feltarbejdet *hvor* man skal kigge, *hvilke* spørgsmål man skal stille, og *hvem* man skal inddrage. Når feltarbejdet på denne måde er foranderligt og mobilt, opstår der en række nye udfordringer i forbindelse med de allerede nævnte forskningsetiske principper. Først og fremmest opstår der problemer i forhold til at skulle skelne mellem, hvad der er offentligt og privat. Dette medfører nye udfordringer i forhold til at skulle indhente informeret samtykke, ligesom det sætter fokus på nye aspekter af relationen mellem forsker og deltager, samt hvordan man skal præsentere data. I det følgende vil vi diskutere disse punkter og belyse, hvorledes vi har forholdt os til dem i de to cases.

Mellem offentlige og private sfærer

En helt overordnet udfordring i forhold til at indsamle data med nye medier i et eksperimenterende metode-setup, er, at vi her har at gøre med flydende grænser mellem offentlige og private sfærer. Mange af de etiske principper eller problematikker, som klassisk set knytter sig til kvalitative studier, tager udgangspunkt i en forståelse af, at data kan karakteriseres som værende enten offentlige eller private. Tommelfingerreglen har tidligere været, at man frit kunne indsamle data, der kunne karakteriseres som offentlige; som enten foregik på offentlige steder eller som var tilgængelige via offentlige registre eller arkiver (Lawson, 2005, p. 84). Omvendt måtte man tage visse etiske forholdsregler eller overholde etiske retningslinjer, hvis man ønskede at indsamle private eller personfølsomme data - netop for at følge det etiske princip om at beskytte deltagerens privatliv. Når man benytter internettet til dataindsamling, bliver denne skelnen mellem offentlig og privat imidlertid udfordret. Nogle internetforskere (fx Liu, 1999) mener, at internettet som udgangspunkt er et offentligt sted, hvorfor handlinger eller kommunikation frit kan benyttes i forskningsøjemed. En sådan tankegang kritiseres imidlertid af andre (fx Buchanan, 2004; Elm, 2009; Zimmer, 2010), som påpeger, at de interaktioner og den kommunikation, der forefindes på internettet, kan være af privat karakter, selvom den finder sted på noget, der som udgangspunkt er offentligt tilgængeligt (dvs. at man frit kan tilgå kommunikationen uden log-in eller kode). I forbindelse med dette foreslår Elm, at man ikke kategoriserer internettet som enten offentligt eller privat, men i stedet åbner op for, at der findes forskelli-

ge grader af offentlighed; offentlig, semi-offentlig, semi-privat eller privat. Denne skelnen kan bruges til at forstå forskellige internetbaserede platforme og brugen heraf, men gør også de etiske beslutninger og afgrænsinger mere diffuse (Elm, 2009, p. 75). Waskul og Douglas går skridtet videre ved at fremlægge, at metaforerne privat og offentlig altid vil gå i opløsning, når de anvendes på deltagernes individuelle oplevelser (Waskul & Douglas, 1996).

Særligt når man benytter sig af sociale og mobile medier i dataindsamlingen, som det har været tilfældet i case I og II, bliver en skelnen mellem offentligt og privat udfordret. I nogle sammenhænge tjener det at give slip på eller stille private og ofte personfølsomme informationer til offentligt skue netop til gensidig fornøjelse for brugerne, og for nogle er det måske netop årsagen til, at de anvender de pågældende medier (Larsen, 2012b). Særligt mobile teknologier eller applikationer såsom lokationsbaserede tjenester som Foursquare, hvor man benytter telefonens GPS-signal til at dele sine nuværende offline-lokationer med andre i et online rum, bevæger man sig konstant mellem forskellige private eller offentlige loki, hvor der ikke klart kan differentieres mellem det ene eller andet. På sociale og mobile medier er individuelle og kulturelle definitioner og opfattelser af privatliv altså udfordrede. Brugere kan agere på offentlige fora med en stærk følelse af privatliv (eller omvendt), og det er konteksten omkring teknologibrugen, der afgør graden af offentlighed, mere end det er teknologien i sig selv (Markham, 2012). I forbindelse med case I konstaterede forskeren eksempelvis, hvordan hendes unge deltagere over tid ændrede deres brug af og syn på Arto.dk. Dette skete i forbindelse med nyhedshistorier, hvor Arto blev præsenteret som et sted, hvor elever offentligt mobbede deres lærere. Historierne opstod, fordi elever havde postet ikke så flatterende beskeder om deres lærere på Arto. Det, der blev synliggjort under mediedækningen, var, at de unge indtil da havde brugt og opfattet Arto som et privat rum, hvor de kunne snakke med deres venner. Nyhedsmediernes fokus på, at andre kunne læse med, fx lærere, forældre eller journalister, gjorde imidlertid, at de unge begyndte at bruge og opfatte Arto som et (mere) offentligt sted (Larsen, 2010, p. 39). Eksemplet peger på, at forskellige medier ikke i deres essens er enten offentlige eller private, men derimod skabes af forskellige omstændigheder. Disse omstændigheder kan være forskellige fra platform til platform og fra person til person og kan også ændre sig over tid.

Hvordan nye medier skal opfattes, er således noget, man løbende må studere i hvert enkelt tilfælde og ikke noget, man kan afgøre forud for en given undersøgelse. Ud fra dette mener vi, at det er vigtigt at have for øje, at skellet mellem offentligt og privat ikke er skarpt, og at et konkret medie ofte vil blive brugt og opfattet på mange forskellige måder alt efter omstændighederne. Denne erkendelse vil givetvis præge forskningsetiske beslutninger, hvor forskeren løbende må påtage sig et større ansvar i forhold til at beskytte deltagerne. Dette understreger den sensibilitet over for det, der studeres, og måden det studeres på, som netop kendetegner de eksperimenterende kvalitative metoder med nye medier.

Informeret samtykke

En af de klassiske måder, hvorpå man har sikret sig, at forskning er udført etisk forsvarligt, er ved at sørge for at få forskningsdeltagernes informerede samtykke, og evt. at både forsker og deltager har skrevet under på en fortrolighedserklæring. Informeret samtykke har til formål at sikre, at deltagerne er helt informeret om undersøgelsens formål og publikum, at de forstår, hvad de siger ja til ved at deltage, giver deres samtykke frivilligt og forstår, at de må trække sig fra undersøgelsen når som helst (Rossman & Rallis, 2003). Det handler med andre ord om, at deltagerne ikke vildledes i forhold til undersøgelsen. Nye medier og eksperimenterende metoder udfordrer imidlertid retningslinjerne for, *hvornår* man skal indhente informeret samtykke, *hvad* man kan oplyse om forskningsprojektet, og *hvem* man skal informere. For det første gør dobbeltydigheden omkring privatlivets karakter på internettet, som vi beskrev i forrige afsnit, det svært at vurdere *hvornår* man skal indhente informeret samtykke. Når sociale og mobile medier ikke klart kan defineres som enten offentlige eller private i deres essens, kan den klassiske tommelfingerregel for, hvornår der skal indhentes informeret samtykke, ikke anvendes. For det andet betyder den prøven-sig-frem, som karakteriserer eksperimenterende kvalitative metoder, at man ikke på forhånd kan definere og afgrænse undersøgelsen. Det gør det svært på forhånd at finde frem til, *hvad* man skal informere sine deltagere om. For det tredje handler det ikke kun om, at man ikke kender omfanget af undersøgelsen, men også om at man ikke på forhånd kender sine deltagere og derfor heller ikke ved, *hvem* man skal informere. Lad os i det følgende uddybe disse udfordringer med eksempler fra de to cases.

I case I, hvor forskeren var interesseret i at undersøge nogle bestemte sociale praksisser (brugen af sociale netværkssider blandt danske unge) og ikke en afgrænset gruppe af unge mennesker, var alle brugere af bestemte sociale netværkssider potentielle forskningsdeltagere under den virtuelle etnografi. Dette betød, at der ikke blev indhentet informeret samtykke eller udformet fortrolighedserklæringer i forbindelse med de online-observationer, som forskeren foretog sig. At skulle indhente informeret samtykke blandt deltagere i online-miljøer med et højt antal brugere er, som også andre internetforskere påpeger, praktisk talt umuligt, idet man potentielt set skulle indhente skriftlige tilladelser fra flere hundrede tusinde mennesker i en brugergruppe, der konstant ændrer sig. Desuden er der fare for, at man ved at kontakte brugerne direkte irriterer dem til ikke at ville deltage, idet man med sine lange redegørelser og fortrolighedserklæringer bliver opfattet som "spammer" (Elm, 2009, p. 72); noget brugerne måske i forvejen irriteres over på nettet.

På denne baggrund argumenterer flere internetforskere for andre måder, hvorpå man kan beskytte og informere forskningsdeltagerne i forskningsprocessen (fx Elm, 2009; Buchanan, 2009). I case I gjorde forskeren sit forskningsmæssige formål klart og optrådte synligt som deltagende observatør på de sociale netværkssider. Ud over selv at benytte forskellige funktioner såsom billedgallerier og opslagstavler samt at udfylde private informationer på profilerne, kommunikerede hun med de unge brugere og italesatte og synliggjorde jævnligt sin rolle som forsker ved bl.a. at henvise brugere, som kontaktede hende, til sin profilttekst, hvor hendes forskningsmæssige formål var beskrevet. Ligeledes påtog forskeren sig ansvaret for at beskytte de unges identitet ved at undlade at inddrage de private informationer, som deltagerne selv måtte tilbyde at bidrage med til forskningsprojektet. Således fulgte hun anbefalinger inden for internetforskningslitteraturen, som taler for et større ansvar og mere refleksivitet hos forskeren selv (fx Buchanan, 2009) frem for at indhente informeret samtykke fra hver enkelt respondent, da denne ikke er nogen garanti for, at internetforskningen er udført etisk (Elm, 2009), men i nogle tilfælde måske beskytter forskerne mere end deltagerne (Hesse-Biber & Leavy, 2006, p. 105; Homan, 1992).

I første del af case II, hvor forskeren arrangerede en workshop med udvalgte unge fra en lokal skole, havde forældrene givet informeret samtykke på deres børns

vegne i overensstemmelse med skolens regler. Imidlertid kan man diskutere, hvorvidt dette sikrer deltagerens privatliv, idet det lokationsbaserede medie, der blev brugt, gjorde det muligt at følge brugerne i en række uforudsigelige situationer. Under kortlægningen befandt deltagerne sig i et mix af forskellige typer rum; online og offline, private og offentlige samt fritids- og skolerelaterede: Online befandt de sig på Foursquare; offline i Gellerup; via den lokationsbaserede applikation tjekkede de ind ved såkaldte gemmesteder i det offentlige rum, og endelig var de inden for en skoleramme deltager i et forskningsprojekt, der specifikt spurgte til deres konstruktion af fritidsrelaterede rum. Det informerede samtykke, der var blevet indhentet fra forældrene, gav forskeren lov til at offentliggøre data i forhold til alle disse rum, selv de mere intime. Det er dog problematisk, idet offentliggørelsen af et kort over fx gemmesteder, hvor deltagerne og andre unge prøver grænser af såsom at kysse, ryge og gemme stjalne ting, gør det muligt for forældre, lærere og politi at møde op ved stederne for overvåge eller sætte en stopper for disse aktiviteter. På trods af at der var indhentet informeret samtykke til at synliggøre denne data i en senere publicering og endda i nyhedsmediernes, ville det således stadig være uetisk i forhold til den generelle attitude om ikke at skade deltagerne.

Det problematiske ved den klassiske måde at indhente informeret samtykke på i et eksperimenterende metode-setup, kom til udtryk i fokusgruppeinterviewet i case II, hvor forskeren gennemgik stederne, deltagerne havde kortlagt på Foursquare. Her begyndte drengene at spørge, hvem forskeren egentlig arbejdede for, hvem der kom til at se kortene, hvem der fik gavn af dem og tjente penge på dem? I stedet for at holde sig til gennemgangen af stederne valgte forskeren at tage diskussionen op og forhandle det informerede samtykke, forældrene havde givet. Det at deltagerne blev konfronteret med deres egne Foursquare-kortlægninger i interviewet, var således med til at sætte gang i etiske spørgsmål blandt deltagerne.

Som det fremgår ud fra disse eksempler, kan man under nogle omstændigheder (online-miljøer med mange deltagere) undlade at indhente informeret samtykke, men i stedet sikre sin forskningsdeltageres privatliv på andre måder. I andre sammenhænge kan det opfattes som uetisk at inddrage visse typer af data, selvom respondenterne selv (eller deres værger) har givet lov til dette gennem informeret

samtykke. På baggrund af vores erfaringer vil vi tale for, at den traditionelle måde at indhente informeret samtykke på "oversættes" til at matche det konkrete forskningsprojekt. I case I gjorde forskeren sin online-tilstedeværelse synlig og italesatte jævnligt sin rolle som forsker. I case II var præsentationen af Foursquare-dataene over for deltagerne med til at informere dem om, hvad undersøgelsen indebar for dem og sætte gang i en refleksion om privatliv og medejerskab. Således blev det informerede samtykke - i kraft af en præsentation af Fourquare-kortene - oversat fra at være et stykke papir, som forældrene underskrev, til en forhandling, som også var med til at forstærke eller udvide forskerens sensibilitet over for deltagernes oplevelser af undersøgelsen. Vi argumenterer således for en iterative konstruktion af det informerede samtykke, som foregår som en dialog mellem forsker og deltager.

Forholdet mellem deltager og forsker

Som vi redegjorde for indledningsvist, gør nye medier det muligt for forskeren at skabe og dele indhold som en del af datagenereringen. Dette understøtter den eksperimenterende tilgang, hvor forskeren via strategisk konstruerede rum omformulerer og genintroducerer data i felten. Den virtuelle etnografi lægger desuden op til, at forskerens egen brug af medier er en værdifuld indsigtskilde (Hine, 2000); forskeren må med andre ord benytte sig af de samme teknologier og praksisser som brugerne, hvilket gør forskeren mere synlig og tilgængelig for forskningsdeltagerne.

I case I oprettede forskeren profiler på fx Arto og Facebook, hvor hun skabte og delte tekst og billeder. Dette blev dels gjort for at opnå en "zone of identification" (Scollon & Scollon, 2004) og blive genkendt som bruger af de øvrige brugere på de sociale netværkssider, dels for at forskeren kunne afprøve den studerede praksis selv, hvilket er en central metodisk fremgangsmåde i den virtuelle etnografi (Hine, 2000). At forskeren gjorde sig tilgængelig gennem profiler betød også, at deltagerne kunne ansøge om at tilføje hende som "ven", og at de derefter havde lettere adgang til hende; fx kunne de følge hendes opdateringer, skrive i hendes gæstebøger, kommentere hendes billeder mv. Det havde den konsekvens, at forskeren ikke kun blev kontaktet i forbindelse med sit arbejde med undersøgelsen, men også i sin fritid og i forhold til emner af mere privat karakter. Således oplevede forskeren, at nogle unge brugere kontaktede hende bare for at småsnakke

om løst og fast, nogle skrev og gav hende “frække tilbud”, andre kommenterede på hendes udseende, og en enkelt gang oplevede forskeren at blive kontaktet af en ung person, som havde selvmordstanker. Det at forskeren selv deltog i den online kultur, hun studerede, gjorde, at hun ikke kun blev synlig og tilgængelig som forsker, men også som privatperson. Så selvom mange af de øvrige brugere på de sociale netværkssider så hende som forsker, blev hun også opfattet som en fremtidig ven eller veninde, en storesøster, en mulig kæreste eller flirt (nogle unge drenge gav endda udtryk for, at de kunne lide “ældre kvinder”) eller blot som en voksen, der ville lytte til dem (Larsen, 2007, p. 7). Således må man som kvindelig etnograf - også i online-miljøer - forholde sig til, at ens køn og krop påvirker den måde, man opfattes på i felten og de motiver, som forskningsdeltagerne tilskriver én (Lindlof & Shatzer, 1998). På nettet deltager man med egen krop, og nye mediers allestedsnærværende karakter medfører en større grad af tilgængelighed, end man normalt finder inden for mere klassiske etnografiske studier.

I case II satte kortlægningen vha. Foursquare gang i forhandlinger af venskaber, som blev synliggjort i kortet. Fx splittede nogle af arbejdsgrupperne sig op undervejs, hvilket man bl.a. kunne se på de lokationsbaserede applikationer. Det at uenighederne var synlige for forskeren, og at deltagerne vidste det, gjorde at de efter kortlægningen betroede sig til forskeren i forhold til, hvem de ikke ville gå med næste gang og hvorfor, i håb om at hun ville ændre det. Her tildelte deltagerne således forskeren rollen som lærer/fortrolig for at få medindflydelse på undersøgelsen. Den eksperimenterende forskningsattitude gjorde her, at forskeren ændrede i den planlagte udførsel af kortlægningen. Synliggørelsen af vennegrupperingerne muliggjort af mediet blev således brugt af deltagerne til at argumentere for, at undersøgelses-setuppet skulle ændres. Hvad forskeren kunne se, blev hun her også holdt til ansvar overfor. På den måde brugte deltagerne synligheden af deres lokationer til at blive med-forskere af undersøgelsen.

I et andet tilfælde i case II betød den gensidige synlighed, at forsker og deltagere bidrog til hinandens praksisser. Under den første del af Foursquare-kortlægningen virkede nogle af deltagernes telefoner ikke. I stedet for at holde sig strengt til det planlagte og aflyse kortlægningen for at vende tilbage, når alle telefoner fungerede, valgte forskeren at eksperimentere med at låne sin egen telefon og Foursquare-profil ud til én af de grupper, der manglede. Det medførte, at del-

tagerne tilføjede data til forskerens egen profil, som indtil da havde været brugt til at dokumentere hendes færden i og uden for Gellerup. Det var således ikke kun forskeren, der kunne se hvad deltagerne uploadede til Foursquare. De af deltagerne, der gik med forskerens telefon eller som blev Foursquare-venner med hende, kunne også se, hvad hun havde tilføjet tidligere, hvor hun havde været, og i nogle tilfælde hvad hun havde lavet. Ved at tilføje indhold som en del af workshoppen blev deltagerne således medforfattere til den undersøgelseshistorie, som forskeren var ved at skrive via indtjekninger.

I case I førte forskeren en blog, hvor hun løbende formidlede sine forskningsresultater. Også her oplevede hun tilgængeligheden, idet unge brugere af sociale netværkssider kommenterede hendes blogindlæg og i nogle tilfælde forsvarede hende, hvis hun eksempelvis mødte kritik fra udenforstående ikke-brugere såsom lærere eller forældre, som var bekymrede for de unges brug af de studerede sociale netværkssider. I den forbindelse påpeger andre forskerbloggere, hvordan man ved at være åben omkring sin forskning, sine data og foreløbige resultater kan medføre en mere transparent undersøgelsesproces, hvor deltagere kan se, kommentere og forme undersøgelsen (Davies & Merchant, 2007, p. 193). Dette blev også synligt under den kvalitative spørgeskemaundersøgelse i case I, hvor deltagerne udviste taknemlighed for, at de kunne indsætte konkrete eksempler eller direkte citater fra deres profiler, frem for at vælge blandt (af forskeren) foruddefinerede kategorier. Brugen af de sociale medier gjorde det muligt for deltagerne at gå tilbage i deres profiler og genkalde sig konkrete oplevelser, og på den måde kom der en anden historik med i undersøgelsen, end hvis der havde været tale om en klassisk interview-situation eller et spørgeskema, hvor brugerne ville have været nødsaget til at genfortælle eksempler ud fra hukommelsen.

Som vi kan se ud fra ovenstående eksempler, gør nye medier som en del af et eksperimenterende metode-setup det muligt for forsker og deltager at følge hinanden og på baggrund heraf involvere sig i og skabe indhold til hinandens online praksisser. Med denne gensidige medskaben vil vi argumentere for, at der også følger et gensidigt ansvar over for den del af den anden, som enten deltageren eller forskeren har kontakt med. Uetiske handlinger er således ikke kun noget, der kan udføres af forskerne, men også af deltagerne (Hammersley & Atkinson 1995, p. 283), som derfor også har et ansvar for at passe på både forskerens og hinan-

dens data. Med nye medier interagerer forskeren således på nye måder med deltagerne, hvilket ændrer omstændighederne omkring forskerens tilgængelighed og deltagernes indflydelse på projektet. Det betyder, at forskeren løbende må forholde sig til sin rolle og det ansvar, der følger med denne.

Præsentation af data

Hvorledes data præsenteres, er en udfordring i forbindelse med al forskning, idet forskeren befinder sig i en process, hvor hun både synliggør og usynliggør dele af det, hun studerer. Særligt når man benytter nye medier, er der etiske problematikker i forbindelse med, hvordan data præsenteres. Det skyldes, at medier er ikke-neutrale; de vil altid forstørre eller reducere, hvad og hvordan noget er oplevet (Ihde 1979; Ihde 1998, p. 47), og når man benytter specifikke sociale medier som en del af datagenereringen vil man således fastholde og mediere handlinger, oplevelser, relationer mv. på bestemte måder. Dvs. at man udfolder noget, samtidigt med at man opsummerer og kategoriserer de data, der er genereret (Hammersley & Atkinson 1995). Det medfører en udfordring i forhold til om og i så fald hvor meget data, man kan inddrage, når man fremlægger sin undersøgelse, så den ikke stempler eller udstiller brugerne. Det handler med andre ord om, hvad man kan tillade sig at offentliggøre, i hvilke sammenhænge og i hvilken form.

I case I blev der i hele projektperioden indsamlet screenshots; dvs. billeder taget af computerens skærbillede, som dokumenterede de unges handlinger og kommunikation på de sociale netværkssider. Dette var primært til for forskerens egen skyld, så hun som en del af det etnografiske engagement inden for feltet kunne genkalde sig observationer, oplevelser og erfaringer. Det at navngive screenshots og arkivere dem i mapper kan faktisk, hvis vi følger nogle af de klassiske tanker inden for etnografisk feltarbejde, betegnes som en slags feltnoter (Larsen, 2012b), idet selv korte noter kan være værdifulde. Som Schatzman og Strauss har argumenteret for, kan et enkelt ord, et enkelt udtryk eller en kort beskrivelse være nok til at igangsætte en række billeder hos forskeren, som tjener til en rekonstruktion af den observerede scene (Schatzman & Strauss 1973, p. 95). I forbindelse med internetbaseret feltarbejde kan screenshots således supplere forskerens personlige feltnoter, fordi de forholdsvis nøjagtigt (via kombinationen af billede og tekst) kan gengive de observationer, man foretager sig (på samme måde som videooptagelser under klassiske etnografiske undersøgelser) (Larsen, 2012b).

Dog er der etiske udfordringer forbundet med at fastholde brugeres fortidige, nutidige og til tider private kommunikation og indhold i form af screenshots. Eksempelvis kan man som forsker ligge inde med tekster eller billeder, som efterfølgende er blevet slettet af brugerne selv eller er tilknyttet en profil, som ikke eksisterer mere. I case I betragtede forskeren de indsamlede screenshots som hendes personlige og private filer; på samme måde som mange etnografer gør med deres feltnoter (Hammersley & Atkinson 1995; Jackson 1990; Sanjek 1990). Således var de indsamlede screenshots fortrolige og skulle ikke anvendes uden for den kontekst, de var indsamlet i. I de tilfælde, hvor screenshots *blev* brugt i ph.d.-afhandlingen, var det udelukkende for at understøtte de konkrete analyser, og forskeren stræbte mod at inddrage eksempler, der var så generelle, at de i princippet kunne forefindes hos en hvilken som helst ung bruger. Ligeledes havde hun sørget for at sløre alle private oplysninger (såsom fulde navne, billeder, referencer til skoler eller andre genkendelige informationer). På den måde var målet, at ingen unge kunne genkendes eller genfindes i det præsenterede materiale, og at de etiske principper om at beskytte privatliv og sikre anonymitet var fulgt.

I case II er fokus på, hvordan teenagernes konstruktion af rum i Gellerup bliver medieret gennem kortlægninger af området. Som nævnt var nogle af de steder, der blev kortlagt via Foursquare, intime steder, hvilket kan give problemer i forhold til at vise kortene efterfølgende. Her er det vigtigt ikke kun at tage højde for at beskytte deltagerens identitet ved at sløre, hvem der har lavet hvilke kort i kraft af anonymisering, men også at forholde sig til, at steder kan være med til at skabe intime sfærer eller rum, hvor deltagerne kan vedligeholde og udvikle sig (Sloterdijk, 2011). Disse steder er således vigtige for individernes konstruktion af identitet. Her er udfordringen, hvordan forskeren kan analysere konstruktionen af stedet uden at afsløre dette, eftersom det netop er stedets særlige sammensætning af elementer, der er med til at gøre det muligt for bestemte typer af rum at opstå og blive vedligeholdt. Her kan det være nødvendigt at konstruere nye kort ud fra den genererede data for at sløre fx intime steder i stil med det, andre forskere foreslår (Markham & Lindgren, 2012). Med en sådan tilgang går man fra at forsøge at præsentere 'matters of facts' til at præsentere 'matters of concern' (Latour, 2008).

På baggrund af disse eksempler vil vi argumentere for, at man som forsker er ansvarlig for de data, man genererer med nye medier. Nogle af disse data må man betragte som sine egne personlige filer (i stil med etnografens feltnoter), som ikke nødvendigvis skal gengives, og hvis de gengives, skal det ske i overensstemmelse med forskningsetiske principper om at beskytte deltagerens privatliv. Ved andre typer data genereret med nye medier kan man være nødt til at bruge det visuelle materiale og her er det ikke altid nok at anonymisere data, man må også konstruere dem i form af nye visualiseringer, som både repræsenterer de indsamlede data og ikke afslører eller kompromitterer deltagerne.

Opsamling

Med denne artikel har vi med baggrund i to cases belyst, hvorledes man kan benytte nye medier og eksperimenterende kvalitative metoder til at generere data med. Vi har med artiklen tilbudt perspektiver på dataindsamling med nye medier og givet eksempler på eksperimenterende metode-designs, hvor metoderne udvikles hen ad vejen, og hvor forskeren bevæger sig på tværs af lokationer og on- og offline skel. Vi har argumenteret for, at man frem for at gennemgå etiske principper som en tjekliste, løbende forholder sig til de etiske udfordringer, som feltet stiller, med et ansvar og en sensibilitet over for sin egen rolle som forsker.

Som vi argumenterede for, er nye medier ikke offentlige eller private i deres essens. Hvordan man skal tilgå data indsamlet med nye medier, må derfor afgøres ud fra omstændighederne. En sådan forståelse flytter ansvaret over på forskeren, som i konkrete tilfælde må forholde sig til, hvordan denne bedst muligt sikrer sine forskningsdeltageres rettigheder. Her foreslår vi, at man "oversætter" eksisterende retningslinjer, såsom informeret samtykke, til at matche omstændighederne ved et givent medie eller en teknologisk platform. Dette kan fx gøres ved, at forskeren genintroducerer data for sine deltagere via medier for at facilitere en samtale om omstændighederne eller konsekvenserne ved deltagelse i forskningsprojektet. Ansvaret flyttes på denne måde fra et fokus på konkrete principper eller forskningsetiske praksisser til et fokus på en iterativ analyse af og dialog om etiske implikationer. Dette er ikke mindst vigtigt inden for eksperimenterende tilgange, hvor forskeren prøver sig frem med nye metoder og teknologier; enten det

er ved at introducere brugerne for nye eller ved at engagere sig i allerede eksisterende mediepraksisser.

De tilgange til dataindsamling, vi her har fremført, ændrer forholdet mellem deltager og forsker, idet nye medier gør dem gensidigt synlige og tilgængelige for hinanden og i visse tilfælde gør det muligt for dem at skabe indhold til og få medindflydelse på hinandens online praksisser. Det betyder, at deltagerne i langt højere grad bliver en slags medforskere, der også har et ansvar over for forskeren. Endelig er der etiske implikationer i forbindelse med formidlingen af forskningen og præsentationen af data i forskellige sammenhænge, hvor man som forsker må overveje, hvornår det at anonymisere data er nok i sig selv, eller om man er nødt til at sløre data på andre måder, eksempelvis ved at fabrikere nye visualiseringer og rekonstruktioner af de indsamlede data. Ved løbende at forholde sig til disse udfordringer, kan man sikre sig en forskningsetisk tilgang også under nye rammer, hvor forskellige medier og eksperimenterende kvalitative metoder inddrages i forskningsdesignet.

Litteraturreferencer

Baym, N. K. (1995). The emergence of community in computer-mediated communication. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community* (pp. 138–163). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Baym, N. K. (2009). What Constitutes Quality in Qualitative Internet Research? *Internet inquiry: Conversations about method* (pp. 173–189). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, Inc.

Bijker, W. E. (1995). *Of bicycles, bakelites, and bulbs: toward a theory of sociotechnical change*. Inside technology. Cambridge: The MIT Press.

Brandt, E. (2006). Designing exploratory design games. P. 57 in, vol. 1. ACM Press, <http://dl.acm.org.ez.statsbiblioteket.dk:2048/citation.cfm?id=1147261.1147271&coll=DL&dl=ACM&CFID=50248476&CFTOKEN=45788430>

Buchanan, E. A. (Ed.). (2004). *Readings in virtual research ethics: Issues and controversies*. Hershey: Idea Group Inc.

- Castañeda, Q. E. (2005). Between pure and replied research: *Experimental ethnography in a transcultural tourist art world*. NAPA Bulletin 23(1):87–118.
- Clarke, A. E. (2005). *Situational analysis: Grounded Theory after the Postmodern Turn*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Correll, S. (1995). The ethnography of an electronic bar: the Lesbian Cafe. *Journal of Contemporary Ethnography*, 24(3), 270–298.
- Davies, J., & Merchant, G. (2007). Looking from inside out: Academic blogging as new literacy. In M. Knobel & C. Lankshear (Eds.), *A new literacy studies sampler* (pp. 167–198). New York: Peter Lang.
- Elm, M. S. (2009). How Do Various Notions of Privacy Influence Decisions in Qualitative Internet Research? In N. K. Baym & A. N. Markham (Eds.), *Internet inquiry: conversations about methods* (pp. 69–93). Los Angeles: Sage Publications.
- Gibbs, G. R. (2002). *Qualitative data analysis: explorations with NVivo*. Buckingham: Open University Press.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (1995). *Ethnography: principles in practice* (Vol. 2. ed.). London: Routledge.
- Hesse-Biber, S. N., & Leavy, P. (2006). *The practice of qualitative research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Hine, C. (1998). Virtual Ethnography. IRISS '98: Conference Papers. <http://www.intute.ac.uk/socialsciences/archive/iriss/papers/paper16.htm>
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications.
- Homan, R. (1992). The Ethics of Open Methods. *The British Journal of Sociology*, 43(3), 321-332.
- Ihde, D. (1979). *Technics and Praxis*. Dordrecht: Boston: D. Reidel Pub. Co.
- Ihde, D. (1998). *Expanding Hermeneutics- Visualism in Science*. Northwestern University Studies in Phenomenology & Existential Philosophy. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- Jackson, J. E. (1990). Déjà Entendu: The Liminal Qualities of Anthropological Fieldnotes. *Journal of Contemporary Ethnography*, 19(1), 8–43.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.

Larsen, M. C. (2007). Understanding Social Networking: On Young People's Construction and Co-construction of Identity Online. Proceedings from the conference Internet Research 8.0: Let's Play, Association of Internet Researchers, Vancouver. Association of Internet Researchers.

Larsen, M. C. (2009). Sociale netværkssider og digital ungdomskultur: Når unge praktiserer venskab på nettet. *MedieKultur*, 47, 45–65.

Larsen, M. C. (2010). *Unge og online sociale netværk - En neksusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser* (Ph.d.-afhandling). Aalborg Universitet, Institut for Kommunikation. http://malene1.files.wordpress.com/2010/09/ph-d-afhandling_malene-charlotte-larsen.pdf

Larsen, M. C. (2012a). Børn, unge og sociale netværkssider. Hvad ved vi? In H. Stouby (Ed.), *Sociale netværkssider som tekst og kontekst*. VIA System.

Larsen, M. C. (2012b). Når dataindsamlingen går online: Udfordringer for den kvalitative internetforsker. In Hviid Jacobsen, Michael & Qvotrup Jensen, Sune (Eds.), *Kvalitative udfordringer*. Hans Reitzels Forlag.

Latour, B. (2005). *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. New York: Oxford University Press.

Lawson, D. (2004). Blurring the Boundaries: Ethical Considerations for Online Research Using Synchronous CMC Forums. In E. A. Buchanan (Ed.), *Readings in Virtual Research Ethics: Issues and Controversies* (pp. 80–100). Hershey: Idea Group Inc.

Leander, K. M., & McKim, K. K. (2003). Tracing the Everyday "Sittings" of Adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces. *Education, Communication & Information*, 3(2), 211–240.

Lindlof, T. R., & Shatzer, M. (1998). Media ethnography in virtual space: Strategies, limits, and possibilities. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.

Liu, G. Z. (1999). Virtual Community Presence in Internet Relay Chatting. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 5(1). <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/liu.html>

- Lomborg, S. (2011). Social media as communicative genres. *MedieKultur. Journal of media and communication research*, 27(51)
- Marcus, G. E. (1995). Ethnography In/Of the World System: the Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95–117.
- Marcus, G. E. (2010). “Contemporary Fieldwork Aesthetics in Art and Anthropology: Experiments in Collaboration and Intervention.” *Visual Anthropology* 23(4):263–277.
- Markham, A., & Lindgren, S. (2012). *From object to flow*.
<http://doingmodernity.blogspot.dk/2012/06/markam-and-lindgrens-from-object-to.html>
- Murphy, E., and R. Dingwall. (2001). “The Ethics of Ethnography.” Pp. 339–351 in *Handbook of Ethnography*. London: SAGE.
- Murthy, D. (2008). Digital Ethnography: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research. *Sociology*, 42(5), 837–855.
- Reid, E. (1995). Virtual worlds: culture and imagination. *Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community* (pp. 164–183). Thousand Oaks: Sage.
- Roepstorff, A. (2012). “Eksperimentel antropologi.” *Foreningen Stofskifte* (63):137–152.
- Rossmann, G. & Rallis, S. F.. (2003). *Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research*. 2nd ed. Sage Publications, Inc.
- Sanjek, R. (Ed.). (1990). *Fieldnotes: the makings of anthropology*. Ithaca: Cornell University Press.
- Simonsen, J. & Robertson, T. (2012). *Routledge International Handbook of Participatory Design*. Routledge. Available at: <http://www.routledge.com/books/details/9780415694407/> [Accessed October 26, 2012].
- Schatzman, L., & Strauss, A. L. (1973). *Field Research: Strategies for a Natural Sociology*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- Schröder, K., Drotner, K., Kline, S., & Murray, C. (2003). *Researching Audiences: A Practical Guide to Methods in Media Audience Analysis*. Bloomsbury Academic.
- Scollon, R., & Scollon, S. W. (2004). *Nexus Analysis: Discourse and the Emerging Internet*. London; New York: Routledge.

- Sloterdijk, P. (2011). *Bubbles: Spheres Volume I: Microspherology*. (W. Hoban, Trans.). Semiotext(e).
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Star, S. L., & Strauss, A. (1999). Layers of Silence, Arenas of Voice: The Ecology of Visible and Invisible Work. *Computer Supported Cooperative Work, Springer Netherlands*, 8(1-2), 9–30.
- Sveningsson, M. (2004). Ethics in Internet Ethnography. In E. A. Buchanan (Ed.), *Readings in Virtual Research Ethics: Issues and Controversies*. Hershey: Idea Group Inc.
- Søndergaard, K. D., & Krøjer, J. (2012). Hvad der gør noget og hvilken etik det implicerer: Om uregerlighed, risikovillighed og langsommelighed. *Nordiske Udkeast*.
- Waskul, D., & Douglas, M. (1996). Considering the electronic participant: Some polemical observations on the ethics of on-line research. *The Information Society*, 12(2), 129–139.
- Welsh, E. (2002). Dealing with Data: Using NVivo in the Qualitative Data Analysis Process. *Forum: Qualitative Social Research, Vol. 3* (No. 2). <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/865/1880>
- Zandbergen, P.A. (2009). Accuracy of iPhone Locations: A Comparison of Assisted GPS, WiFi and Cellular Positioning. *Transactions in GIS*, 13(S1), 5–25.
- Zimmer, M. (2010). “But the data is already public”: On the ethics of research in Facebook. *Ethics and Information Technology*, 12(4), 313–325.