



## Liv, læring og lokation



# Indhold

<b>Infnit - strategi og vision</b> <i>Berit Borup Brendborg, Infnit</i>	4
<b>Stedet bag skærmen</b> <i>Sara Mosberg Iversen, Adjunkt, Institut for Litteratur, Kultur og Medier, Syddansk Universitet</i>	6
<b>Nettets læringstopografi</b> <i>Niels Henrik Helms, direktør, og Lise Agerbæk, projektmedarbejder, Knowledge Lab, Syddansk Universitet</i>	8
<b>Parkour mellem by og teknologi</b> <i>Maja Klausen, Ph.d.-stipendiat, Knowledge Lab</i>	12
<b>Mobiltelefonen er oplagt til træning af medarbejdere</b> <i>Camilla Bartholdy, Pink Mobile</i>	14
<b>Syddansk Universitet goes Mobile</b> <i>Christopher Kjær, E-læringskoordinator, Syddansk Universitet</i>	15
<b>En (meget) kort introduktion til Mobil Marketing</b> <i>Christopher Gersbo-Møller, Online City</i>	16
<b>Med på kanten . . .</b>	
<b>Kampen om undervisningslokalet</b> <i>Steffen Löfvall, Copenhagen Business School</i>	18



"A self does not amount to much, but no self is an island; each exists in a fabric of relations that is now more complex and mobile than ever before."

*Jean-Francois Lyotard*



## Teknologierne forandrer verden

– Og vi skaber verdener gennem teknologierne. I dette nummer af OnEdge sætter vi fokus på nogle af de måder, som digitale teknologier direkte eller indirekte ændrer vores liv: Vores måde at lære på, at markedsføre på, at spille og opleve på med meget mere. Det er forskellige kig ind i den verden, der ikke længere er på vej, men som allerede er en del af vores hverdag.

Afsættet er INFINIT – et højteknologisk netværk om nye digitale teknologier, og om, hvordan disse – i samspil mellem forskning, virksomheder og offentlige myndigheder – kan være med til at skabe den afgørende innovation, som skal sikre vores samfund en fortsat placering på solsiden af globaliseringen. Her ser vi nye verdener, hvor netop de nye teknologier også rummer potentialer for nogle af de udkanter, der eksisterer både nationalt og globalt.

En gang var vi optaget af transfer; hvordan der kunne skabes overførelse mellem forskning og forretning, mellem undervisning og arbejde. – Men nu kan alle "tale" med alle hele tiden, alle steder fra. Nu handler det nok mere om, hvordan vi kan forstå hinanden og skabe noget sammen. Om at skabe translation og transformation: Om at udvikle sprog, så vi kan være i dialog og samspil på tværs af fx forskning og forretning – Og videre, hvordan vi kan udvikle transformationer, hvor vi i fællesskab udvikler nye former for viden med afsæt i vores forskelligheder.

Tak til bidragyderne.

00

111011011001011100

1110110110



# Infinet's strategi og vision

## - Berit Borup Brendborg

information- og marketingsansvarlig, Infinet

Infinet er det første nationale it-innovationsnetværk i Danmark. Følgende er Infinet's shortpaper – taget fra den strategi, der er udarbejdet for netværket.

### Fra tendens ...

Der er meget få ting, vi kan forudsige med sikkerhed. Der er dog nogle tendenser, vi er ret sikre på, vil fortsætte. Vi ved, at it kommer til at fylde mere i fremtidens produkter og services. Vi ved, at it fremover populært sagt vil være i alting. Vi ved, at vi står over for de indlejrede og mobile systemers udbredelse.

I dag omgiver vi os med mange lavteknologiske produkter, der blot er fysiske enheder med få, enkle formål. Møblerne i din stue, bestikket i din skuffe og tøjet i din garderobe er fysiske produkter, der ikke har nogen form for intelligens indbygget. Dette vil ændre sig fremover.

Tendensen er klar, og udviklingen er i gang. Mange produkter er allerede delvist intelligente. Eksempelvis kan din kaffemaskine indstilles til at starte automatisk kl. 7 om morgenen, din fryser kan måle temperaturen og give besked, hvis den bliver for varm, og din tandbørste fortæller, hvornår den skal genoplades. Det er simple eksempler, men det er starten på de indlejrede og mobile systemers udbredelse.

Fremover vil langt de fleste produkter være intelligente – lige fra knapperne i din jakke til cyklen i garagen. Men de mobile og indlejrede systemer vil ikke blot være autonome intelligente enheder. De kan kommunikere med hinanden og med brugeren. De intelligente produkter vil således være afhængige af mobile og pervasive services, som skaber et netværk af enheder, der kommunikerer på kryds og tværs.

Internettet bliver den fremtidige platform for styring og kontrol af de mange intelligente produkter og services. Via fremtidens internet kan du som bruger styre alle de produkter og services, du omgiver dig med. Og det er ikke få enheder, vi snakker om. I fremtiden kan du styre dit liv via internettet.

### ... til handling

Tre tendenser er identificeret og verificeret. Fremtiden vil bringe it i alting, og it i alting handler først og fremmest om indlejrede systemer, mobile og pervasive systemer samt fremtidens internet.

Det globale marked vil inden for en overskuelig fremtid vokse til astronomisk højde. Danmark har i dag en førerposition inden for områderne, som bør understøttes og udbygges med henblik på at få en væsentlig markedsandel – både forsknings- og erhvervsmæssigt.

Danmarks force ligger inden for forskning og viden i verdensklasse samt innovative virksomheder, der forstår at udnytte viden og forskning innovativt. Det er baggrunden for etableringen af Infinet – det første nationale danske netværk for innovativ udnyttelse af it.

### Vision

Infinet skal være initiator for øget samarbejde mellem it-forskning og innovative virksomheder med henblik på at skabe vækst med internationalt potentiale.

Danmark skal være førende inden for forskning og kommerciel anvendelse inden for områderne indlejrede systemer, mobile og pervasive systemer samt fremtidens internet.

### Mission

Infinet vil være katalysator for samarbejde og videnuddeling mellem forskere og virksomheder, der arbejder med eller anvender it i hverdagen med henblik på at skabe den viden, det danske erhvervsliv og samfund har brug for.

Infinet vil skabe fora for it-innovation inden for tre strategiske hovedområder:

- Indlejrede systemer
- Mobile og pervasive systemer
- Fremtidens internet

Infinet vil arbejde inden for alle aspekter af disse – både anvendelsesorienteret og teknisk. Det vil eksempelvis i praksis sige:

- Innovative anvendelser af indlejrede, mobile og pervasive teknologier med særligt fokus på positionerings- og trackingværktøjer.
- Samarbejde og læring under anvendelse af indlejrede, mobile og pervasive teknologier med særligt fokus på at udvikle mulighederne for distribueret samarbejde.
- Udvikling af platforme til indlejrede og mobile systemer



omfattende både HW/SW platforme, pervasiv middle-ware samt kommunikationsteknologi.

- Udvikling af metoder, teknikker og værktøjer til skabelse af indlejrede, mobile og pervasive systemer.

### Statements

"Infinet er et initiativ, hvor vi har samlet toppen af dansk forskning inden for tre strategiske hovedområder, som vi ved kommer til at spille en stor og afgørende rolle i fremtidens it-verden. Det fornemteste mål for os er at skabe et netværk baseret på innovation med world class forskere og virksomheder, der i et samspil udvikler nogle af de produkter og services, som Danmark skal leve af fremover", siger direktør for Infinet og professor fra CISS / Aalborg Universitet Kim Guldstrand Larsen.

Vicedirektør for Infinet Peter Carstensen fra Alexandra Instituttet supplerer: "Vi har længe haft et ønske om at lave et nationalt tiltag, der kan øge fokus på it og på tre meget afgørende kompetenceområder. Indlejrede systemer, mobile og pervasive systemer samt fremtidens internet er alle områder, hvor Danmark har en god position i dag. Denne førerposition skal understøttes og udbygges og skal udnyttes kommercielt hos danske virksomheder til gavn for hele samfundet.

Danmarks nuværende førerposition skyldes blandt andet den anvendelsesorienterede forskertradition, der har udviklet sig i Danmark og i de øvrige nordiske lande de seneste 15-20 år: - Vores forskning er præget af få hierarkier og af, at man er god til at tænke på tværs af faggrænser. Kombinationen af et højt teknologisk niveau og en kreativ og designorienteret tilgang er grunden til, at vi har succes på forskellige planer", fortsætter Peter Carstensen.

"Danmark har desuden en stor klynge af små og mellemstore virksomheder, der beskæftiger sig med it på et meget højt niveau: - Mange danske it-virksomheder er meget forandringsorienterede og innovationsparate, og det giver en god basis for udvikling af nye produkter og services, der er eller kan blive unikke på verdensplan", siger Kim Guldstrand Larsen.

"Infinet har sin berettigelse i midterfeltet mellem forskning og erhvervsliv. Infinets fornemteste opgave er således at skabe synergi og føre de to parter tættere sammen: - Vi skal sørge for, at de relevante personer møder hinanden, og at der bliver lavet matchmaking mellem forskningsinstitutioner og virksomheder. På den måde kan vi få to og to til at give fem, og vi kan skabe en innovationsramme, hvor forskerne udvikler ny viden, og virksomhederne finder kommercielle anvendelsesmuligheder", siger Kim Guldstrand Larsen. "Vi skal fortælle virksomhederne, at vi har nogle world class forskere, der står med åbne arme for at indgå samarbejdsrelationer med relevante og interesserede virksomheder. For det har vi virkelig", slutter Peter Carstensen. ■

### OM INFINIT

Infinet er det første nationale it-innovationsnetværk i Danmark. I Infinet er alle danske it-forskningsinstitutioner af betydning samlet:

- Alexandra Instituttet / København
- CISS – Center for Indlejrede Software Systemer / Aalborg Universitet
- CSI - Center for Software Innovation / Sønderborg
- Datalogisk Institut / Aarhus Universitet
- DTU Informatik / Danmarks Tekniske Universitet
- IT-Universitetet / København
- Knowledge Lab / Syddansk Universitet

Infinet er finansieret af en bevilling fra Forsknings- og Innovationsstyrelsen. Læs mere på [www.infinet.dk](http://www.infinet.dk).



## Stedet bag skærmen

- Sara Mosberg Iversen

Selvom det snart er fem år siden, husker jeg tydeligt første gang, jeg så Desolace. Under et hvidligt lys lå ødemarken i al sin overvældende goldhed foran mig. En smal vej midt i storheden indbød til et vildt løb gennem landskabet, hvor skeletter af for længst uddøde kæmpeøgler på én gang var skulpturelle og ildevarslende påmindelser om altings forgængelighed. Efter et første hæsblæsende løb igennem denne udørk, vendte jeg ofte tilbage til Desolace og stedets særlige grundstemning af frihed og melankoli.

Desolace er ikke en fysisk lokalitet, men et af de mange områder man på et tidspunkt får adgang til i multiplayer online spillet *World of Warcraft*. Det er heller ikke den eneste lokalitet i et computerspil, som har gjort et varigt indtryk på mig. Andre digitalt simulerede omgivelser, som har givet mig

lignende fornemmelser af frihed og tilstedeværelse, er fx undervandsuniverset i spillet *Aquaria* eller de atomskadede landskaber i retrofuturistiske *Fallout 3*. Hvorfor kan tydeligt kunstige steder gøre sådan et indtryk, og hvordan kan vi begynde at forstå oplevelsen af lokaliteter i computerspil?

Det kan synes underligt, at landskaber, der udfolder sig på en skærm, kan skabe en oplevelse af frihed og tilstedeværelse. Grundlaget for denne oplevelse er simuleringen af bevægelse i et ligeledes simuleret rum, men dette er ikke i sig selv nok. Flere undersøgelser af menneskets oplevelse af visuelt simulerede rum og rumlige funktioner tyder på, at vores hjerner og kroppe overfører erfaringer og reaktioner fra håndteringen af fysiske rum til de virtuelle. De grundlæggende kropslige erfaringer af at være i verden forskydes ind i skærmen. Selvom jeg i det simulerede rum fx bevæger







mig ved hjælp af tastetryk frem for ved at bruge de forskellige relaterede kropsdele, opleves den nye måde at bevæge sig på ganske intuitivt, når den først er tillært. Hvis brugergrænsefladen er veldesignet og håndterbar, bliver den en forholdsvis ubemærket udvidelse af kroppen. På den måde er min ageren i det virtuelle rum stadig dybt forbundet med min grundlæggende væren i verden.

Umiddelbart kunne man måske tro, at steder i computerspil først og fremmest taler til den visuelle sans. Men faktisk ligger omgivelsernes mening i de fleste tilfælde begravet et helt andet sted. Ikke helt ulig vores daglige brug af rum i den fysiske verden, lægger computerspillets landskaber og lokaliteter op til en funktionalistisk tolkning. Fokus er simpelthen på, hvad rummet og dets forskellige træk kan bruges til. Det hænger sammen med, at computerspil netop ikke bare er visuelle præsentationer. De er derimod strukturer med indbyggede problemer og usikkerheder, der indbyder til eller fordrer en målrettet fremdrift. I dette spændingsfelt er det spillerens opgave at finde en vej frem – enten forholdsvis bogstaveligt ved at følge en virtuel vej gennem et simuleret landskab eller ved på andre måder at forcere og overvinde spillets forhindringer. At spille et computerspil er derfor på sin vis at lære spillets mange funktioner at kende og derpå finde ud af, hvordan man bedst kombinerer dem i forhold til at nå sine egne mål eller succeskriterier defineret af spillet. Dér går en vej i landskabet; en fremkomstmulighed, måske den eneste farbare rute i det simulerede miljø. Men dér henne drejer vejen skarpt om en stor klippeblok; et muligt gemmested for fjendtlige baghold. Dér oppe på toppen af klippen ville man kunne få et bedre syn for sagen; et godt oversigtspunkt. Indtil det viser sig, at klippeskråningen er for stejl; stigningen er en barriere, der afgrænser mulighedsrummet. På denne måde er landskabet på én gang med- og modspiller på rejsen frem mod målet, og den kompetente spiller afsøger løbende omgivelserne i forhold til dets mulige funktioner.

Ud fra en rent spillemæssig funktionalisme er der ingen grund til at skabe computerspilslokaliteter, der pirrer øjet, går i dialog med andre tekster, eller tilbyder historiefragmenter til fri afbenyttelse. For det rene spil er tematiseringen kun en indpakning af funktioner, og i forhold til hovedsagen – at spille for at vinde – vil den altid være af sekundær betyd-

ning. Men ganske mange computerspil tilbyder alligevel en detaljeret og mangefacetteret simuleret verden, som direkte bidrager til den interessante oplevelse og lægger op til en dobbelt betydningsdannelse, der på én gang forholder sig til funktion og til kulturelle betydningslag.

Når jeg bevæger mig rundt i *Fallout 3* atomkrigshærgede landskaber er drivkraften mere nysgerrighed og opdagelsestrang, end et ønske om at avancere ret pointmæssigt. Fjerne ruiner i det åbne, afsvedne landskab pirrer i al deres udforskethed og lokker med muligheder for interessante fund – både i forhold til simulerede objekter, der kan bruges videre frem i spillet, men også historiefragmenter og stimulerende syn. Mange steder mødes jeg af fængslende sammenkoblinger af normalt urelaterede objekter, som ikke bare er interessante dekorationer i spillet, men rækker ud over den snævre kontekst for at sætte min egen tilværelse i relief. Som fx de beskadigede græsslåmaskiner og væltede kuglegriller, der flyder på græsplænerne foran husene i en spøgelsesby, der stadig står mere eller mindre, som da katastrofen indtraf. Eller askebægeret og cigaretpakken, der er skjult sammen i et væltet arkivskab, som ligger i et kontor på en metrostation. De får mig til at tænke på stjalne pauser og den lille flirt med fare, der brutalt afsluttes med den store omvæltning. Der er også mere udfoldede, men stadig forholdsvis fragmenterede, historier at finde rundt omkring. Fx brevet fra én bror til den anden, jeg finder på et forkullet lig i en ruin i ødemarken. Den døde undskylder fortidens synder og giver retningslinjerne for at finde en dyrebar skat. De gemte kostbarheder viser sig at være tegneseriehæfter; drengeskatte fra en tid, før verden gik af lave.

Ind imellem drømmer jeg stadig om *Desolace*, selvom jeg ikke har spillet *World of Warcraft* i fem år. Mine oplevelser dér, på én gang produkt af udlevede funktioner, audiovisuelt udtryk, sociale relationer og personlig proces, har for længst transcenderet den konkrete kontekst og fået deres eget liv i mit ubevidste tankelandskab. Men det startede alt sammen med, at jeg holdt w tasten nede, hvorved landskabet på skærmen foran mig hele tiden flyttede sig bagud og mere kom til syne. ■



# Nettets læringstopografi

... et anslag til en didaktisk kortlægning af metaverse

- Niels Henrik Helms og Lise Agerbæk

direktør og projektmedarbejder, Knowledge Lab, Syddansk Universitet

Topografi beskæftiger sig med beskrivelse og opmåling af områder og landskaber. Formålet med denne artikel er at se på området læring i det landskab, som omgiver os virtuelt - altså internettet og de stadig flere fysiske steder, som gennemtrænges eller udvides af computere.

## Landsby?

"The Global Village" var medieteorikeren McLuhans metafor for, hvordan moderne kommunikationsteknologier skabte tids og sted sammenhænge, der gjorde og gør, at verden er knyttet sammen som en stor landsby. I dag er den globale landsby blevet en metafor for internettet i dens mange afskygninger. Spørgsmålet er, om det er en god metaforik? Er der tale om en global landsby? Landsbyer er jo netop steder, hvor der er langvarige sammenhænge, hvor beboerne kender hinanden, hvor de er underlagt en stærk social kontrol. - Hvor fællesskabets koder er en del af identiteten, og hvor normerne er stærke. I landsbyen er der på den ene side sikkerhed og tryghed, men på den anden side er der afstraffelse og udelukkelse, hvis koder og normer overskrides eller sættes til debat. De er ikke ekspliciterede, men en bærende del af fællesskabets kultur. - Er det sådan nettet fungerer? Svaret må vel nærmest være nej. Nettet er ikke en landsby, det er en metropol, en megapolis, hvor beboerne mere agerer som den tyske sociolog Simmel i 1903 beskriver livet i den moderne metropol. Her får individet på den ene side frihed og uanede muligheder, netop fordi de snærende sociale og kulturelle bånd forsvinder, og på den anden side får individualiteten behov for at træde i karakter for ikke at blive et med det sociale: "Ikke mere det det "almene" menneske i hver enkelt, men netop kvalitativ individualitet og uforvekselighed er nu bærer af dets værdi"(Simmel 1903/1998). - En erkendelse som McLuhan også nåede frem til i sine sene skrifter, hvor han brugte begrebet "global theatre" på grund af mediernes mangfoldige og performative karakter.

## Metaverse

McLuhan var et meget litterært menneske, han så fx aldrig fjernsyn, hvis det er et kriterium for litterær dannelse. - Og hvis vi forbliver i denne litterære verden et øjeblik, så har vi nu præsenteret "aktørerne" - og skal i gang med lokaliteterne og kulisserne. I den anglo-amerikanske verden optræ-

der et særligt begreb som betegnelse for nettet.: "Metaverse". Det er et mærkeligt ord. Vi har metafysisk, metakognition med mere, men metaverse? Udtrykket kommer fra litteraturen - ikke den finkulturelle ende, men fra en af sciencefiction genrens mestre. I 1992 introducerer Donald Stephenson i romanen "Snow Crash (1992) en verden, hvor det virtuelle og de fysiske er koblet sammen, hvor avatarer spiller en ligeså stor eller større rolle end individernes fysiske tilstedeværelse i den ikke-virtuelle verden. Her begynder vi så at definere den fysiske verden som det, der ikke er den virtuelle! En verden han kalder metaverse.

Metaverse er altså den verden, som vi agerer i, når vi er på nettet og med én måske lidt mærkelig formulering "i nettet". I nettet angiver her både det, at vi optræder som reræsentationer i virtuelle verdener, og det at udvidede "augmenterede" virkeligheder tilfører den fysiske verden digitale lag. Vi har med metaverse et begreb for konvergensen af det virtuelle og det fysiske. Her går nye samarbejdsformer, åbne standarder som de såkaldte folksonomier - det vil sige en taksonomi skabt af "folk" fx gennem tagging af indlæg - og udviklingsformer op i en højere enhed med sensorer, bredbånd overalt og med meget mere. Det er et begreb, som indgår i det særlige vokabular og den særlige genre, som it's futurologer betjener sig af. Når vi taler om metaverse, så taler vi om et kulturelt og socialt fænomen, som selvfølgelig er defineret af nogle standarder, protokoller, netværk applikationer med videre. Men det er ikke den bagvedliggende teknologi i al almindelighed der er et anliggende for aktørerne i metaverse. Det er *brugen* og *udforskningen* af de kulturelle fænomener, de forskellige verdener med deres forskellige aktører, topografier og spilleregler, der er i centrum.

*Vi har nu aktører og scener - Vi må nu bringe et anliggende på banen. Et plot, hvad handler det om? Vores særlige employment her er læring og uddannelse.*

## Læring og uddannelse i metaverse

I en uddannelsessammenhæng giver de digitale teknologier en række nye muligheder. Det er påpeget og fremhævet så mange gange, at det virker banalt at sige eller skrive det igen. - Men samtidig er der nogle afgørende barrierer i forhold til at udfolde disse potentialer helt. Den afgørende er, at





Se fx: The Future of the iPad and Web 3.0 (The Metaverse): How the Television Will Be Revolutionized, John Smart, <http://metaverseroadmap.org/>

uddannelse på mange måder handler om at skabe struktur og forudsigelighed i det komplekse læringsmateriale, pensum, som vi udsætter de studerende (eller hvad vi nu kalder dem) for. Undervisning handler om at skabe struktur i videnprocesser, at forklare, hvordan det hænger sammen, og altså at gå fra det komplekse ikke nødvendigvis til det simple, men i hvert fald til det forståelige. Læremidler danner rammer om denne forståelse. – Men både digitale læremidler og digitale læremiljøer giver mulighed for fleksibilitet, valg, adaptivitet og muligheder for både deltageren og underviseren. Dermed vil de ofte i virkeligheden øge kompleksiteten snarere end at reducere den. Så de nye muligheder og ikke mindst den måde, de omtales - denne retorik - er ikke konsistent med den uddannelsesmæssige praksis, som undervisning typisk udfoldes i. Læremidler skal gøre undervisning håndterbar for deltagerne forstået som både undervisere og studerende, elever, eller hvad der nu er tale om. Læremiljøet fungerer som et sæt af kontekstmarkører: Her er der tale om undervisning: vi skal sidde sådan; vi skal arbejdsdele på den måde, som fx lokalets fysiske struktur tilsiger.

Betyder det så, at vi skal gentænke de digitale læremidler og læremiljøer? Her er svaret nok ja og nej. Det betyder først og fremmest, at vi skal gentænke undervisning. Med fare for at blive sat i bås med nypædagoger fra 1980'erne, så handler det om, at undervisning skal irammesætte læreprocesser med fokus på videnproduktion og ikke viden-re-produktion. Det betyder naturligvis ikke, at der ikke skal reproducere og gås i dybden med den viden, som vi bygger videre på. Eleverne, de studerende med videre skal have sprog, meto-

der og viden, der gør, at de kan indgå konstruktivt i videnarbejde. De skal have mulighed for at designe læringsrummet, så forskellige kontekster lægges ud og åbner for forskellige former for meningstilskrivning. Spørgsmålet er så, hvordan vi gør, når vi skal designe læring i metaverse?

### Personlige læringsmiljøer

Vi kan jo starte kartografisk – udlægge en topografi for læring. Hvis vi her hæver os op i helikopterperspektiv og ser ud over Metaverses landskab, kan vi umiddelbart for øje på én fortætning – den store gruppe af social software, hvor vi kommunikerer både en til mange og mange til en – og mange til mange: Her både producerer og konsumerer vi, så nogle omtaler "os" som "prosumers" (Toffler 1980) – eller som McLuhan skriver: "At the Moment of the Sputnik the Planet Became a Global Theatre in Which There are no Spectators only Actors". - Her er der en væsentlig læringsmæssig pointe: Det er en betydningsfuld del af en læreproces, at der sker godskrivning fra andres side af det, den lærende gør. Det kan være mellem ligeværdige ("Peer to Peer") eller det kan være i et mester-lærling forhold. Læring i forbindelse med social software skaber autencitet, idet det er i forhold til en verden, som måske nok er virtuel, men som ikke er "som om". Her adskiller den adskiller sig fra de lukkede øvebaner, som vi har inde i uddannelserne fx via simulering af reelle verdner. Den lærende har reelt indvirkning på den verden, som læringen foregår i.

Samtidig er der i social software en form for frihed, hvor vi bliver anonymiserede på samme måde, som de den tyske sociolog Simmel skildrer det i forhold til den moderne storby. Her kan vi ikke længere træde frem for alle, vi anonymiseres som en del af massen. Men samtidig må vi træde frem, for at bevare os selv i det moderne projekt, det at være et unikt individ. Det potentiseres i vores liv i dag, hvor vi alle skal gøre en forskel være kreative og innovative. På nettet skaber vi repræsentationer af os selv – og vi overskrider grænserne mellem det offentlige og det private i medier som "facebook". (Det har den risiko, at personalechefens googling af ens profil ti år senere kan give et reality chok. Her bliver fortiden for ansøgeren måske en ganske ubehagelig nutidig fortid – hvor det anonymiserede private bliver konkret offentligt.)

– For den enkelte bliver disse platforme i en læringsmæs-



sig sammenhæng en form for "Personal Learning Environments" eller som det almindeligvis forkortes PLE's. Det kan være i form af portfolioer, hvor sigtet er og har været at fremme en refleksivitet i forhold til læreprocesser. Det er den studerende, der blandt sine aktiviteter og produkter udpeger, hvilke der skal vælges, lægges frem og måske reflekteres over. Det kan være fx i facebook med henblik på selvscenestættelse – eller kan være i den pædagogiske portfolio med henblik på en læringsmæssig iscenesættelse. Her tildeles den lærende en særlig iagttagelsesposition og "ordner" sin fortid med henblik på at formidle en læringshistorie. Formålet er at demonstrere en eller flere kompetencer.

### Prosumer viden

De aktiviteter og de produkter, som den lærende vælger imellem fx i en portfolio kan være det, som vedkommende har skabt selv eller sammen med andre. Det kan være materiale fra platforme som blogs eller wikier, hvor der sker egen eller samproduktion. Her agerer deltagerne i metaverse som både producenter og forbrugere af viden. Vi er det, vi ovenfor har benævnt "prosumers". Den nødvendige godskrivning eller validering af viden sker her dels gennem den formalise-

rede feedback, som fx en vejleder giver, men typisk også fra andre, der er optaget af og forhåbentlig vidende på feltet. "The wisdom of the crowd" er her konkret anonymiserede Peer to Peer processer, hvor ikke-valide udsagn bliver sat under kritik og måske forkastet. – Blot skal man være opmærksom på, at her er der selvfølgelig forskel på små private anonyme wikier – og de store som fx [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org).

### Indekseret viden: Valideret viden

Samtidig har fx studerende på universiteterne stadig adgang til videnskabelig valideret viden. De har selvfølgelig lærebøger, de har kompendier etc. Læremidler som netop, ligesom vi har skitseret ovenfor, er afgrænset af fx underviseren. Her sker der for den lærende en kompleksitetsreduktion, som måske nok kan være et afsæt, men som ikke må regnes for tilstrækkelig. En af de vigtigste ressourcer i dagens viden-samfund er de elektroniske tidsskrift databaser, hvor den studerende kan få adgang til den nyeste viden.

Her er muligheden for, at den studerende kan indgå i en videnskabelig videnproduktion. Den lærende deltager hermed i en verdensomspændende igangværende validering, som eskaleres, blandt andet fordi moderne krediterings-systemer inden for videnskaben medfører en accelererende produktion af artikler. Det kan virke uoverkommeligt at åbne denne verden både for underviser og lærende. Men samtidig tilbyder metaverse en række indekseringsværktøjer, som kan virke som murbrækkere i dette skræmmende jordskred af viden. Her vil Google og lignende ofte angive en åbning.

### Læremiljøer

Koblinger mellem disse virtuelle dele af metaverse og den fysiske verden overlapper mere og mere. Vi kan måske nok finde afslutningen på internettet (<http://the-internet-ends-here.com/>), men vi kan ikke tydeligt adskille den virtuelle og den fysiske verden. Vi kan i form af 3D universer som det nu forkætrede Second Life eller forskellige spilverdenener a la World of Warcraft gå ind i internettet. Vi kan lægge virtuelle lag på de fysiske miljøer – fx via vores GPS, der kan vise vej til nærmeste læge, hotel, restaurant etc. Det giver nye muligheder for at eksperimentere med læremiljøer, skabe nye kontekster, hvor deltagerne kan lære ved at skabe – øve sig med haptiske interfaces med meget mere. Læremiljøer er designede omgivelser, som understøtter forskellige måder at lære

Der er selvfølgelig en sammenhæng mellem user generated content og åbne ressourcer til uddannelse – se Steve Wheelers præsentation på Edens Research Workshop, Budapest 2010 <http://www.slideshare.net>



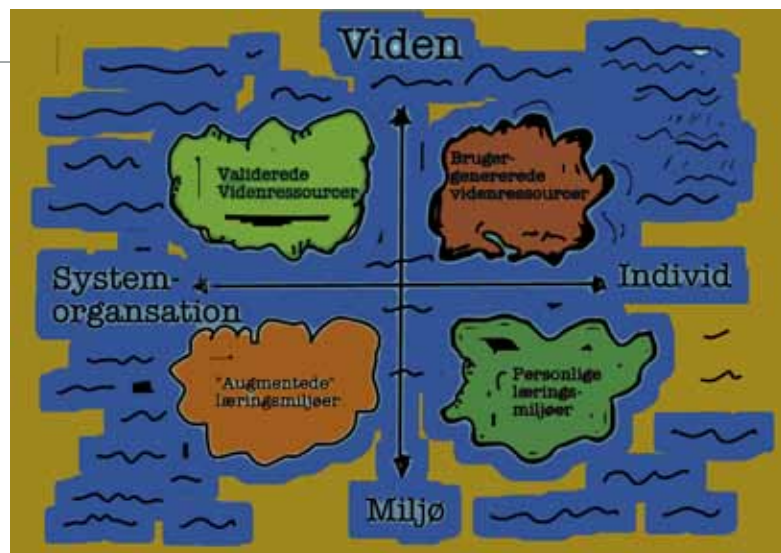
og gøre på. Når sådanne miljøer bliver mere manipulerbare, så kan det netop skabe adgang til, at deltagerne ikke bare øver sig i det forudbestemte, men afprøver konsekvenser og muligheder. Her er der tale om emergerende videnformers materialitet, tingsliggørelsen af processer, der igen skaber mulighed for meningskabende refleksioner.

### Kortet over metaverse

Vi kan nu tegne vores kort. Vi ved fra Bateson, at kortet ikke er verden, men mere en angivelse af de forskelle, som vi kan iagttage. Vi ved også fra Bateson, at "mapping" er en væsentlig del af erkendelse – og at vi måske ikke normativt kan følge kortet - det har alligevel sin berettigelse i og med, det kan skabe strukturer og handlerum. Pålshaugen fremhæver således også, at kompetente praktikere værdsætter teorier og modeller – ikke fordi de beskriver verden, som den er, at teorier og modeller så at sige svarer til det mærkelige begreb "virkeligheden". Nej, de er mere optikker og vinduer, som giver os mulighed for at diskutere og eksperimentere med netop denne virkelighed. De skal således mere forstås som gode kunstværker, som giver os mulighed for at "lege med virkeligheden" (Pålshaugen.). Denne leg med virkeligheden er måder at italesætte praksis, at iagttage den og forestille sig andre og nye former.

Modellen her kan give anledning til denne leg. Den kan angribes fra alle verdenshjørner fx: Hvordan bruger vi de potentialer, der er i de formaliserede videnbaser? Skal vi holde op med at give de studerende kompendier og istedet give dem et "Hub" - et sted at søge fra? Skal vi rive undervisningslokalerne ned – og i stedet give de lærende mulighed for selv at etablere lære- og væremiljøer? Skal vi, institutionernes repræsentanter, kolonisere den lærendes egne teknologier? Skal "Facebook" være en del af vores institutionaliserede digitale læringsmiljø (vores LMS)? – Hvordan kan vi understøtte de lærendes videnproduktion gennem fx wikier? Der er rigtig mange "hvordanner"!

Nogle vil sikkert sige, at det ikke er dette "hvordan", der er spørgsmålet. Det er mere hvorfor? Hvorfor skal vi bruge teknologien, eller sagt på en anden måde: Hvis teknologien er svaret, hvad er så spørgsmålet? Det er sikkert en rigtig god diskussion, men svaret på *hvorfor* skal nok findes i *hvordan*. Vi kan også sige det på en anden måde: Når vi fokuserer på hvad og hvorfor, skaber vi en stilstand, en afventen, som



ikke nødvendigvis er reflekteret endsige reflektiv. Hvad er den rigtige platform? Det kan vi ikke sige? Det kommer an på? Hvilke pædagogiske udfordringer og muligheder skabes her? Vi ved det ikke. Vi må prøve, vi må anlægge en eksplorativ udviklingsstrategi, hvor vi i processerne skaber den viden som angiver svaret på både hvordan, hvorfor og måske endog også hvad.

*Vi har nu aktører og scener og vi har et emplotment - læring og uddannelse. Vi har identificeret en global megapolis, hvor det fysiske og det virtuelle folder sig ud som metaverse.*

*Her er den personlige platform (portfolioen eller det personlige læringsmiljø) det nærmeste vi kommer et hjem, hvorfra vi sammen med andre skaber veje og fortætninger. Det nærmeste vi kommer en anbefalingsværdig ageren er at kaste sig ud i udforskningen og skabelsen af denne vores verden - gennem deltagelse. ■*

### Ressourcer

- McLuhan, Marshall (1974) "At the Moment of the Sputnik the Planet Became a Global Theatre in Which There are no Spectators only Actors" in *Journal of Communication*, Volume 24, March 1974, p. 48-52
- Pålshaugen, Ø. (1998). *The End of Organization Theory?* Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Simmel, Georg (1903/2002) *Metropolis and the Mental Life*, Routledge
- Stephenson, Neil (1992) *Snow Crash*, Bantam
- Toffler, Alvin. (1981). *The Third Wave*, Cavaye Place, London



# Parkour mellem by og teknologi

- Maja Klausen

Ph.d.-studerende, Knowledge Lab, Syddansk Universitet

I de seneste år er kendskabet til den urbane subkultur "parkour" blevet mere udbredt. Flere og flere har hørt om fænomenet, set videoer på Youtube eller oplevet traceurs, som udøverne kalder sig, når de udfolder sig i underholdningsprogrammer som Scenen er din eller Aftenshowet. Især web 2.0-siden Youtube har gjort sit til at accelerere udbredelsen af parkourbevægelsen fra at være noget, en gruppe af franskmænd praktiserede i Paris' forstæder i starten af 1990'erne, til i dag at være en global subkultur, der udøves i bymiljøer lige fra Kolding til København til New York og Tokyo.

Traceurs kalder parkour for "en bevægelseskunst". Kort fortalt handler parkour om at komme fra punkt A til punkt B så effektivt og gnidningsfrit som muligt udelukkende ved brug af kroppen. I dette løb gennem byrummet anvendes bygninger, gelændere, trapper, bænke, mure – ethvert objekt traceuren møder på sin vej - til at skabe fremdrift på en alternativ måde. Bænke er dermed ikke blot til at sidde på, men transformeres under traceurens blik til et træningsredskab, der kan bruges til at træne styrke, hop og balance med. I min etnografiske undersøgelse af parkourmiljøet i København beskriver én af de interviewede traceurs sin oplevelse af byrummet på følgende vis: "[...] og også når du bare går ned ad gaden – for eksempel i dag, så så jeg lige et rail, der ser tiltrækkende ud, eller hvad du vil kalde det[...]. Byen bliver bare aldrig den samme igen. Man ser potentiale overalt. Man finder stedernes muligheder".

## Kroppen i den digitale by

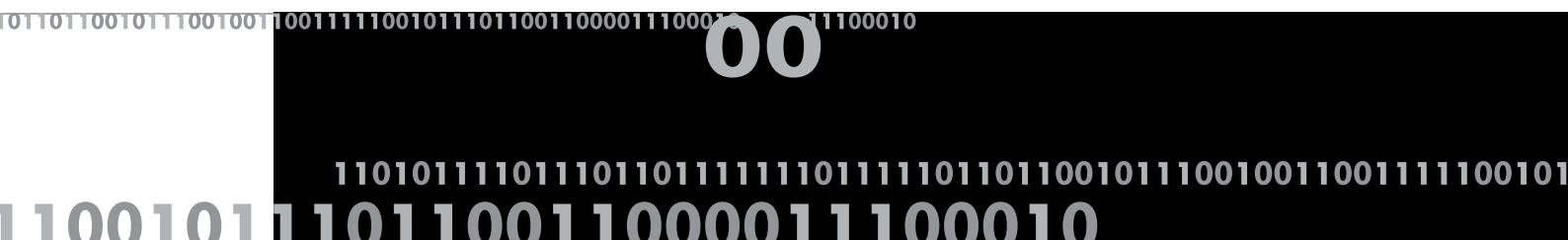
Traceuren bliver en urban bricoleur, der bruger det forhåndenværende og leger muligheder frem i ellers unifiktionelle genstande. I denne leg accelereres det potentiale, der ligger latent i byrummet og ligger uden for oplevesesøkonomiske iscenesættelser af byrummet som experiencescape (O'Dell et.al. 2005). Parkour kan altså siges at gå i dialog på byrummet på andre og måske mere kreative måder end de, vi normalt bruger, når vi bevæger os gennem byen rum.

Byen kan med sine veje, samt færdsels- og trafik for- og påbud siges at udøve en normaliserende og disciplinerende funktion. Traceuren bevæger sig uhindret gennem byrum-

met og uden hensyntagen til trafikale for- og påbud undviger for det første en del af byrummets disciplineringsmekanismer, og for det andet rekontekstualiseres byrummet i hans/hendes subversive interaktion hermed. En traceur fortæller:

*"Når jeg er ude til jama, eller jeg kommer gående gennem byen med mine venner, så er der nogle muligheder der er åbnet helt op. Et helt nyt niveau i byen." [...] Det er en ting, som nybegyndere [i parkour] synes er helt vidunderligt – og underligt, at de kan se alle de her nye ting i byen."*

Amin og Thrift definerer i Cities (2002) byen som uforudsigelig og potentiel og begriber den som et netværk af muligheder indgået mellem heterogene aktører. Traceuren kan netop siges at aktivere en del af dette urbane potentia, når bænke og gelænder transformeres og indgår som aktører i hans løb gennem byen. Yderligere tematiserer Amin og Thrift det senmoderne byrum i dets relation til de omnipresente medier, en digital by: Byrummet er bundet op på og inficeret af mobile teknologier og digitale medier, en begrebsliggørelse af byen der går igen på tværs af medie- og urbanitetsforskere (Graham 2004, McGuire 2008, Knorr-Cetina 2001, Ling og Campbell et.al. 2010, Couldry og McCarthy 2006). Parkour er som nævnt at finde på bruger-til-bruger mediedelingssiden Youtube. Her ligger mere end 140.000 parkourvideoer. Mange af disse viser en eller flere traceurs, der laver parkour i byomgivelser, og mange er tilsat musik, titel og rulletekster. At optage sig selv og andre traceurs ved hjælp af digitalkamera og efterfølgende oploade det optagne materiale udgør en del af parkourkulturen. Således kan fænomenet parkour siges at være konstitueret på tværs af størrelserne krop og by, men i høj grad også gennem de digitale medier, som traceuren indgår relationer med i sin parkourpraksis. Parkour går på den måde i dialog med det urbane og det digitale på én og samme gang. Mobile teknologier og det urbane understøtter derved hinanden og skaber et rum for oplomstringen af en kreativ praksis som parkour, der på én og samme gang udforsker byrummets og teknologiens muligheder. Byrummet vises dermed i sin relation til medier og medialiseringprocesser i et fænomen som parkour.







### **Digitalkamera og flow**

Parkour kan begribes som et hybridt netværk bestående af menneskelige og ikke-menneskelige aktører, blandt sidstnævnte er digitalkameraet. Optagefunktionen i kameraet er vigtig, da denne netop kan vise kroppen i bevægelse, frem for det klassiske fotografi, der blot fanger et snapshot af et helt bevægelsesforløb. Via optagefunktionen kan traceuren vise, hvad der ifølge mange af de interviewede traceurs kan siges at være, essensen af parkour: Nemlig at opnå flow. Det-

te betegnes også som at blive "fluid like water". Parkour handler om at bevæge sig gnidningsfrit gennem byen, at være i et flow, at opnå en tilstand af permanent fluiditet.

Når traceurs filmer sig selv og hinanden og uploader materialet på Youtube, inddrages digitalkameraet som aktør i konstitueringen af en meningsfuld praksis og er med til at give træningen nye dimensioner; f.eks. får traceuren mulighed for at optimere sin træning, når den filmes med kameraet, da han vil kunne se sine egne fejl on location på kameraets skærm og rette til. Han får ligeledes mulighed for at performe en særlig traceuridentitet, når han skaber de små parkourfilm, der også inddrager byrummet som setting for udfoldelsen af et givent plot. Således er digitalkameraet en aktør gennem/med hvilken traceuren handler, performer og kender verden/byen.

### **Udforskning af grænser**

Parkour er en ny måde at være i, tænke og bruge byen på. Traceuren engagerer sig i byrummet gennem sine bevægelser i det og udvider dets potentiale. Grænserne for kroppens og rummets muligheder udforskes, og i denne udforskning rekrutteres digitalkameraet, der er med til at skabe det kollektive i parkour. Således peger parkour som urban subkultur på byrummet som et mulighedernes rum og som konstitueret gennem sin tætte forbindelse til mobile og digitale informations- og kommunikationsteknologier. I mødet mellem traceur, digitalkamera og byrummet skrives der nye urbane fortællinger om, hvad by er og kunne være og om, hvordan vi bevæger os i det og tager det til os. Parkour bliver med Henri Lefebvres ord "a critique of the real by the possible" (Lefebvre citeret i Bell 2007). ■





# Mobiltelefonen er oplagt til træning af medarbejdere

- Camilla Bartholdy  
stifter, Pinkmobile.dk

I dag er mobiltelefonen et uundværligt værktøj og en livsline for mange mennesker. På trods af det er den endnu overset som en oplagt platform til træning af medarbejdere og videnoverføring. Men er læring en applikation på mobiltelefonen? Og hvilke overvejelser skal der til ved udvikling af mobilapplikationer?

Mobiltelefoner som smartphones er blevet vores multikanal, der samler alle de medier, vi bruger i vores hverdag i dag i én enhed. Fra vores smartphone kan vi downloade musik, gå på Internettet og søge efter alt slags indhold. Vi kan e-maile, opdatere kalender, hente alle mulige indholdsapplikationer og betale fx offentlig transport. Endnu mere interessant er det dog, at vi i dag via vores mobiltelefon fortæller om verden, hvad vi laver lige nu, gennem sociale medier som LinkedIn, Facebook og Twitter.

Det er af samme grund relevant at bruge dette nye livsstilsmønster i læringssammenhæng. Men hvordan bruger man så mobilen i læringssammenhænge, og kan læring foregå via en applikation? Svaret er ja, man kan bruge applikationer til læring, men det er vigtigt at forholde sig til formålet med læring. Det skal give mening at trække undervisningen ud af de faste rammer. Helt praktisk skal man gøre sig følgende overvejelser:

- giver det mening at tilbyde undervisningen via en mobiltelefon (smartphone)?
- hvor mange i målgruppen har en smartphone?
- hvilke smartphones har målgruppen (iPhone, Android, Nokia etc.)?
- kan det betale sig at investere i smartphones af samme mærke til sine medarbejdere for at kommunikere til og undervise dem mobilt?

## Korte modulbaserede læringsforløb

En læringsapplikation er som udgangspunkt det samme som et e-learningprogram, dog er brugergrænsefladen tilpasset en mobil skærmstørrelse. Det betyder også, at indholdet og læringsforløbet skal tage udgangspunkt i, at brugerne er "ude i marken" eller på farten med en masse forstyrrende og støjende elementer omkring sig. Når man udvikler læringsapplikationer, skal man sørge for, at undervisningsmaterialet formuleres kort og præcist. Opbygning af indholdet bør være modulbaseret med korte undervisningslektioner i hvert modul. En lektion skal derfor maksimalt være på 3-5 minutter,

men hele modulet kan sagtens være på 45 minutter. Det er naturligvis muligt at have mange moduler. Formidlingen af indholdet i en lektion kan være video, grafik, billeder, tekst og lyd. Øvelserne til en lektion skal ligeledes kunne besvares kort og præcist, da det er svært at fastholde brugerne, hvis de skal skrive lange besvarelser via deres mobiltelefon.

Læringsapplikationer fungerer bedst som et delelement i et undervisningsforløb. Det giver kun mening at inddrage applikationer, hvis indholdet og arbejdsmetoden i det mobile læringsforløb genererer mere værdi og indlæring for kursisternes faglige udvikling. Det er af samme grund vigtigt at gennemtænke, hvad læringsforløbet på applikationen helt konkret skal bidrage med. Er det at skabe læringsmiljøer i selve arbejdsituationen? Er det at omsætte nye strategier til konkrete handlinger?

## Sociale netværk binder det hele sammen

Det mest fordelagtige ved at inddrage mobilen i undervisningssammenhæng er, når man kobler mobilapplikationer, mobile websites og sociale medier sammen. Applikationen skal ses som en visuelt og digital formidlet bog, der er nem at have med i lommen. Det mobile website skal til gengæld ses som projekt- og metodebeskrivelsen samt platformen, hvorfra opgavebesvarelserne indsamles i en database i realtid. Og det sociale medie (Facebook profil, blogs eller LinkedIn) er samlingsstedet for erfaringsudveksling, vidensdeling og billededokumentation på opgaven.

Fordelen ved læring via mobilen er, at man skaber arbejdsrelaterede læringsmiljøer, hvor man åbner op for erfaringsudveksling. Det bidrager også til nye indlæringsmetoder og skaber et langt større engagement og holdningsbaseret forløb for medarbejderne. Vidensindsamling skaber værdi og resultater for både virksomheden såvel som medarbejderne.

Er danskerne klar til denne form for læring? Ja. Vores digitale livsstil og sociale mediekultur udvikler sig til, at alt hvad vi ser, siger, hører og oplever, deler vi med vores udvalgte grupper - og vi responderer på hinandens indlæg, hvad enten det er socialt eller professionelt. I læringssammenhænge betyder det, at der er kontant afregning, feedback og vidensdeling blandt de, der bliver trænet i en ellers travl hverdag. Mobiltelefonen vil i løbet af de kommende år træde ud af skyggen som en indtil videre overset og oplagt platform til medarbejdertræning. ■



# Syddansk Universitet goes Mobile

- Christopher Kjær

E-læringskoordinator, Udviklingssekretariat for E-læring, Syddansk Universitet

I slutningen af oktober 2010 fik vi på Syddansk Universitet (SDU) installeret et læringsmodul til mobile medier (fx mobiltelefoner) (Bb Mobile Learn) på vores e-læringsplatform Blackboard Learn. På SDU's e-læringsplatform oprettes alle kurser, undervisere og studerende automatisk. Derudover fungerer platformen som en indholds- og læringsplatform. Den indholdsmæssige dimension kommer bl.a. til udtryk ved, at underviseren kan uploade kursusmateriale og meddelelser og lignende, så det er tilgængeligt for de studerende. I tilknytning hertil har de studerende også selv nogle muligheder for at uploade forskellige former for materiale. Det kan f.eks. være tekst dokumenter, billeder og video. – Endvidere er der forskellige typer af e-læringsværktøjer, diskussionsfora, blogs, wikier og kollaborative grupperum, som alle på forskellige måder og niveauer understøtter læringsaktiviteter

Med SDUs nye mobile modul har både undervisere og studerende via Smartphones adgang til store dele af de ressourcer, der ligger på vores e-læringsplatform, samtidig med at der på forskellige måder også kan uploades besvarelser, indlæg, billeder og video fra de mobile enheder til e-læringsplatformen. Studerende kan således fra toget, busen eller andre steder, hvor der ikke er traditionel netadgang, modtage kursusmeddelelser, læse kursusmateriale, deltage i løbende online diskussioner på platformens blogs, diskussions fora, wiki m.m.

## Hvorfor mobile learning på SDU?

For det første er det intention at støtte de studendes muligheder for uafhængig af lokalitet at kunne tilgå SDUs e-læringsplatform. Det giver de studerende mulighed for også at være interaktive med både undervisere og andre studerende via deres smartphones. På sigt bliver det også muligt at understøtte en øget mobil aktivitet i forbindelse med feltarbejde, idet fx billeder og video for felten direkte vil kunne uploades.

Mere generelt forsøger vi på SDU at være på forkant med udviklingen inden for mobile learning eller m-learning, som området også kaldes. Ser vi på udbredelsen af mobiltelefoner og herunder smartphones, tror vi, at de kommer til at spille en betydelig rolle inden for den nærmeste årrække. På verdens største e-læringskonference "Online Educa Berlin", som netop er afsluttet i starten af december 2010, refererede keynote speaker Larry Johnson til forskning af Ericsson



(<http://www.online-educa.com/audio-video-520>), som fremhæver, at 80 % af de folk, som går online worldwide, vil være forbundet via en mobil enhed i 2015. Allerede i dag er mobiltelefoner langt mere udbredte end traditionelle computere. Meget tyder således på, at vores studerende i stigende udstrækning vil benytte sig af Smartphones, når der skal arbejdes med læringsaktiviteter på SDUs e-læringsplatform Blackboard. Hvad det konkret vil betyde for de studendes læring og undervisningen på SDU som helhed, forsøger vi løbende at afdække vha. undersøgelse af vores kursusaktiviteter samt deltagelse i aktuelle konferencer inden for området. ■

We live in a complex world, filled with myriad objects, tools, toys, and people. Our lives are spent in diverse interaction with this environment. Yet, for the most part, our computing takes place sitting in front of, and staring at, a single glowing screen attached to an array of buttons and a mouse. From the isolation of our workstations we try to interact with our surrounding environment, but the two worlds have little in common. How can we escape from the computer screen and bring these two worlds together?

– Pierre Wellner, Wendy MacKay, Rich Gold, "Computer Augmented Environments: Back to the Real World" 1993



# En (meget) kort introduktion til Mobil Marketing

- Christopher Gersbo-Møller  
Head of Technology Services, Online City

Den digitale revolution har haft vidtrækkende konsekvenser for det, man bredt kan kalde markeds-kommunikation. Ikke alene har digitaliseringen af samfundet og hverdagen medført, at et kommercielt budskab i dag siges et andet sted, og på en anden måde – digitaliseringen har også ændret på, hvad der overhovedet siges.

Det følgende udsagn opsummerer meget godt den ændring, digitaliseringen har medført:

*"In the analog era marketing was about getting people to think things so they might do things. Digital media are interactive, so now it's the other way round. Marketing is now about getting people to do things"*

Simon Silvester, Young & Rubicam

Udbredelsen af Internettet har ændret på forholdet mellem udbydere og aftagere af varer og tjenesteydelser. Internettet har skabt gennemskuelighed; har nedbrudt barrierer mellem menneskerne inden i, og uden for, virksomheden; og endelig har Internettet medført en eksplosion i antallet af marketingkanaler. Mobiltelefonen, der inden for de sidste par år har nået kritisk masse som massemedie, vil over de kommende par år have en lignende effekt. Ikke på den måde, at mobiltelefonen blot er en forstærker, der bare betyder "mere af det samme". Et grundlæggende mantra fra mobilguruen Tomi Ahonen er påstanden om, at mobiltelefonen er lige så forskellig fra PC'en som TV er forskellig fra radio. Mobiltelefonens unikke egenskaber og muligheder gør den "disruptive" og den vil ændre grundvilkårene samt skabe helt nye muligheder.

## 1. Hvorfor Mobil Marketing?

Mobiltelefonens unikke egenskaber er bl.a., at den er personlig, altid med og altid tændt, og så muliggør den interaktion her og nu. Man kan sige, at "med mobil marketing er man direkte med i lommen på forbrugeren". Med 3.6 milliarder unikke brugere er mobiltelefonen verdens største mediekanal, og da omkring 91% af forbrugerne stort set altid har mobiltelefonen inden for rækkevidde er det således en mediekanal med massiv tilstedeværelse. Undersøgelser viser, at mere end en tredjedel af de amerikanske forbrugere oplever mobil markedsføring som relevant og værdifuldt, samt at 29% af forbrugerne i Vesteuropa responderer på den mobile markedsføring, de er bevidste om.

Forbrugerne vil med andre ord gerne have det, og de reagerer på det. Faktisk viser andre undersøgelser, at forbrugerne er mere klar til at engagere virksomhederne via mobilen, end omvendt. Forventningen er, at markedet for mobil marketing vil vokse med ca. 40% pr. år frem til 2013.

## 2. Hvad er Mobil Marketing?

Hvis man kigger på de tekniske muligheder, der er til rådighed i "værktøjskassen" til mobil marketing, så kan udbuddet umiddelbart virke overvældende. I flæng kan f.eks. nævnes følgende: Mobilt websted, SMS (flere typer: flash SMS, WAP Push), MMS, Interactive Voice Response, Hosted GSM, udvidede numre, applikationskoder, mediekoder, click-to-call, mobil applikation (apps), indholdstaksering, mobilkuponer, 2D strekkoder.

Pladsen her tillader ikke en nærmere gennemgang af disse muligheder, og selv om det naturligvis er vigtigt at danne sig et overblik af mulighederne, er det også vigtigt at understrege, at teknikken er underordnet. I sidste ende er det ikke vigtigt, om man anvender den ene eller anden teknologi, men derimod, om man "rammer" målgruppen og får denne til at respondere. Udgangspunktet er derfor, at man dels gør sig klart, hvem man gerne vil have i tale, dels opstiller forventninger til, hvad man vil opnå. Ønsker man at få flere kunder i butikken? At opbygge tættere relationer til eksisterende kunder? At skabe et mersalg hos kunderne? Eller måske at promovere en bestemt del af sortimentet? Det er et valg, som virksomheden træffer.

Når målet er identificeret, kan man søge hjælp hos en leverandør mht. at vælge den rette teknologi. Det er vigtigt, at man i forhold til leverandøren fokuserer på to spørgsmål: Er teknologien er tilstrækkeligt udbredt og brugervenlig i forhold til målgruppen? Hvordan evalueres effekten af de aktiviteter man afvikler?

## 3. Mobil Marketing skal indgå i et større hele

Når man indleder mobile aktiviteter er det centralt, at man vitterlig er "til stede". Mobiltelefonen er så afgjort det mest umiddelbare massemedie, og vejen fra modtagelse af et budskab til aktiv handlen er kort. Derfor er det vigtigt, at viden og ansvar for de mobile aktiviteter forankres i virksomheden.

På samme måde som vedligeholdelse af hjemmesider kræver en webansvarlig, så kræver anvendelse af mobilteknologi



kræver nogle særlige kompetencer. Hvem har dem? Hvem er kompetente til at håndtere problemer og forespørgsler? Hvem er ansvarlig for at opbygge og vedligeholde virksomhedens viden om, hvilke værktøjer der virker, samt i hvilke forskellige situationer de virker?

Alle erfaringer viser, at mobil marketing virker bedst, når aktiviteterne indgår i som en del af et større setup. De mobile muligheder skal annonceres på f.eks. print (evt. outdoor); SMS-beskeder skal henvise til hjemmesider; en konkurrence på papirkuponer eller på nettet supplerer en konkurrence på mobilen osv. osv. Det digitale økosystem er selvopretholdende, og denne egenskab bør udnyttes til at skabe synergi og komplementaritet, så den samlede aktivitet forøges på de platforme, virksomheden er til stede på.

#### 4.4 Gyldne Trin til Mobil Marketing

I det lidt større perspektiv handler mobil marketing om at indlede samtaler med forbrugerne på en ny kanal. Mobil marketing handler også om at anvende digitale tjenester som value added services i forhold til virksomhedens kerneydelser. Mere konkret kan de følgende fire guidelines anvendes til at udvikle mobil marketing aktiviteter - uanset om man vil afvikle isolerede enkeltkampagner, eller indtænker mobil marketing i en større, forkromet plan.

##### 4.1. Opt-in som udgangspunkt

I Danmark dikterer markedsføringsloven, at markedsføring skal være baseret på forbrugerens forudgående samtykke. Alligevel er opt-in en god rettesnor at have for øje. Forsøg ikke at tage forbrugerens personlige oplysninger som gidsel og gør tydeligt opmærksom på, hvad forbrugeren accepterer ved at tage en tjeneste i brug. Gør tilsvarende tydeligt opmærksom på, hvordan forbrugeren afmelder tjenesten. Mobiltelefonen er et meget personligt medie, hvilket betyder, at spam og henvendelser, man ikke kan slippe af med, opleves som meget negative af forbrugerne.

##### 4.2. Tilbyd værdi

Meget få forbrugere tilmelder sig en nyhedstjeneste, bare fordi tjenesten eksisterer. Forbrugeren skal have et incitament, bl.a. fordi forbrugerne er i stigende grad klar over, at deres opmærksomhed og personlige oplysninger er noget værd. Tilbyd derfor noget af værdi, det kan være et tip, bonuspoint, rabat, noget indhold i form af et f.eks. billede, ringetone eller lignende.

##### 4.3. Understøt interaktivitet

Udnyt, at mobiltelefonen er et interaktivt massemedie ved at understøtte interaktion mellem forbruger og tjeneste. Uanset, om man benytter SMS/MMS, et mobilt websted eller en applikation, kan man gøre det muligt for forbrugeren at deltage i en konkurrence, rekvirere yderligere information, tippe venner, komme med deres mening eller vurdering - mulighederne er uendelige. Følg forbrugernes respons og benyt det som en mulighed for at være i kontakt med dem.

##### 4.4. Inddrag forbrugeren

De mest engagerende aktiviteter er dem, hvor forbrugeren inddrages og er med til at skabe oplevelsen. Som f.eks. North West Airlines, der i Japan ikke bare tilbød en konkurrence hvor deltagere skulle gætte en af selskabets destinationer ud fra et digt sendt pr. SMS, men også tillod deltagerne at indsende deres egne digte til brug i konkurrencen. Der var ekstra præmier til de deltagere, der indsendte digte. I andre sammenhænge har man f.eks. udnyttet mobiltelefonens muligheder for at tage billeder, optage video, lyd osv. ■

1. "Mobile Consumers See Value in Advertising: More than a third say mobile ads serve 'important purpose'", <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007980>

2. "29% OF EUROPEAN MOBILE CONSUMERS RESPOND TO MOBILE ADVERTS THEY SEE", <http://mmaglobal.com/news/29-european-mobile-consumers-respond-mobile-adverts-they-see>





## ... med på kanten

# Kampen om undervisningslokalet

- Steffen Löfvall,  
chefkonsulent, ErhvervsPh.d., Dekanssekretariatet for uddannelse, Copenhagen Business School

Dette nummer af OnEdge handler om udfoldelse af videns- og læringspotentialer i sociale kontekster i bredeste forstand; personlig selvindsigt via virtuelle miljøer, kollektiv videnudvikling via digitale læringsmiljøer og praksisfællesskabs- og identitetsudvikling via aktiv udnyttelse af byrummet. Her kan også mellem linjerne læses, at der finder vigtig læring sted i miljøer, hvor læringsdesignere mindst venter det. Ifølge artiklerne handler det for den enkelte lærende og 'systemet' om at opsøge potentialet og drage nytte af læringen, der måtte opstå.

Som pædagogisk konsulent på en handelshøjskole er artiklerne inspirerende læsning, men de giver samtidig anledning til at fundere over, hvorfor det ikke sker skolen i dag, hvor skolen her skal forstås som begreb. - Men hvorfor anvender vi ikke allerede eksempelvis parkour og virtuelle verdener som naturlige teknologier i undervisningen? Skyldes den manglende anvendelse, at en handelshøjskole har svært ved at håndtere 'ustyrliche' læringsmiljøer, når kerneopgaven er at standardisere og formalisere læreprocesser? Skyldes det permanent læringsresistens eller blot et spørgsmål om tid, før de vinder indpas?

Overordnet set kan der tales om en form for resistens og strategisk-funktionel tænkning på skolen, når det handler om nye læringsformer. Ændringer i undervisningsformer bliver nøje afvejede af undervisere og studienævn i forhold til den enkelte undervisers præferencer, økonomisering af forberedelsestiden, læringsmål, bindinger i studieordninger samt studerendes udtalte krav og ønsker. Som regel stiller studerende sig tilfredse med dygtige undervisere og små tilpasninger i de nuværende undervisningsformer. Typisk foranlediges ændringer enten af undervisere og studerende, der insisterer på at eksperimentere med redskaber eller af reformkrav og brændende platforme på de specifikke studier. Teknologier af enhver art skal både være dominerende og insisterende, før de kan tilkæmpe sig til en vedvarende plads i undervisningen.

En række af artiklernes diskuterede teknologier har vundet indpas på handelshøjskolen. Især er mobiltelefoner og virtuelle læringsmiljøer, som henholdsvis Bartholdy og Helms & Agerbæk beskriver i deres indlæg, blevet hverdagsfænomener. Mobiltelefonerne benyttes til praktiske og sociale formål



i studielivet. Der eksperimenteres så småt med mobiltelefoner i undervisningsmæssige pilotprojekter, når nu de alligevel er så udbredte i undervisningslokalet. SMS-afstemninger på linje med andre responsystemer vinder frem blandt teknologikyndige undervisere, ligesom telefonens video- og fotofunktionaliteter bliver drøftet i nogle metodefag. Kollaborative arbejdsredskaber og sociale medier bruges massivt og anført af både skolen og studerende. Der stilles ikke længere spørgsmålstejn ved redskabernes eksistensberettigelse – debatten handler mere om hvor meget, hvornår, hvordan og selvfølgelig hvorfor nogle studier og undervisere bevidst fravælger digitalt medierede læreprocesser.



I relation til indførelsen af de mere æstetiske, sanselige og selvindsigtsbearbejdende virtuelle verdener, som Iversen stiller skarp på i sit indlæg, er brugen mere fragmenteret. I de sidste ti år har det været begrænset med virtualiteten på skolen. Argumentet har været, at økonomer ikke kan tilegne sig deres faglighed ved at spille eksempelvis WoW og ved at konsultere lignende online universer. Enkelte studier og fag har taget fagrettede rollespil og e-simulatorer til sig, men samlet set i et begrænset omfang og oppebåret af en snæver kreds af eksperimentelt tænkende undervisere. I det sidste halve år er seriøse spil langsomt ved at vinde indpas på både bachelor, master og executive niveauet. På sidstnævnte niveau introduceres offentlige og private ledere i øjeblikket til virtuelle kampspil for at lære om avancerede organiseringsprocesser og sekundært om deres egne reaktionsmønstre. Når det drejer sig om spil, synes enderne at mødes. Spillene har nået en modenhed, så de er interessante i faglige sammenhænge, skolen kan se en fordel i at brande sig på 'moderne' undervisningsformer, og underviserne og studerende erfarer, at der dybdelæres bedre via spil. En yderligere medvirkende årsager til, at undervisernes interesse er vakt, er, at de via en intern puljeordning tildeles ekstratimer for at eksperimentere med spil i egne kurser.

Når mit blik afslutningsvist falder på Klausens artikel om parkour, så er det mit indtryk, at undervisere og studerende på handelshøjskolen er vant til og nok også foretrækker sociale og kognitive læringsaktiviteter frem for kinæstetiske læreprocesser. Det er en udbredt forestilling, at rigtig undervisning foregår i et undervisningslokale og ikke på gader og stræder. Som det er nu, indgår kropslighed ikke i pensum og studierne læringsmål og kompetenceprofiler. Forelæsninger og gruppearbejde er stillesiddende arbejde – håndsoprækninger og underviserens podiegang er det nærmeste, vi kommer en egentlig fysisk udfoldelse. Faglige praksisfællesskaber omkring studierne konstitueres heller ikke af en aktiv udnyttelse af skolens fysiske rammer.

Skolen kan sikkert tage ved lære af mere kropbevidste studieretninger enten for at forbedre studerendes indlæringssevne eller at styrke studerendes helbred til et hektisk arbejdsliv. En kreativ oversættelsesproces skal nok iværksætte, hvis kropsligheden skal implementeres i studierne curricula og springe ind i undervisningslokalet. ■

## Det 7. massemedie

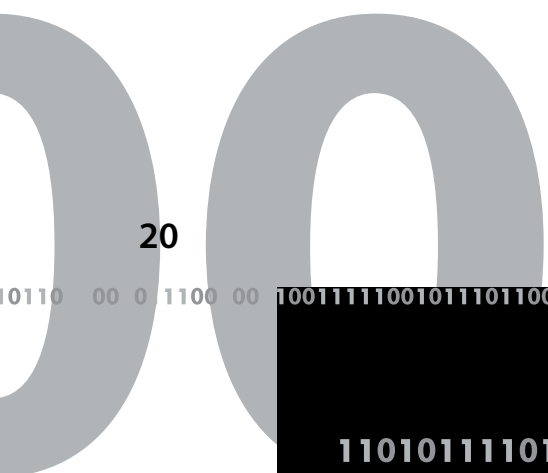
The seven mass media in order of their introduction are:

- 1 - Print (books, pamphlets, newspapers, magazines, etc) from the late 15th century
- 2 - Recordings (gramophone records, magnetic tapes, cassettes, cartridges, CDs, DVDs) from the late 19th century
- 3 - Cinema from about 1900
- 4 - Radio from about 1910
- 5 - Television from about 1950
- 6 - Internet from about 1990
- 7 - Mobile phones from about 2000

Mobile offers eight benefits that cannot be replicated by the six legacy mass media. They are:

- 1 Mobile is the first personal mass media
- 2 Mobile is permanently carried
- 3 Mobile is always-on
- 4 Mobile has a built-in payment mechanism
- 5 Mobile is available at the point of creative inspiration
- 6 Mobile has the most accurate audience measurement
- 7 Mobile captures the social context of media consumption
- 8 Mobile allows augmented reality to be used in media

*Ahonen, T (2008): Mobile as 7th of the Mass Media, futuretext*



Knowledge Lab DK  
SDU  
Campusvej 55  
DK-5230 Odense M  
[www.knowledgelab.dk](http://www.knowledgelab.dk)

Kontakt:  
Sekretariatsleder  
Kurt Kjær Olesen  
[kol@knowledgelab.sdu.dk](mailto:kol@knowledgelab.sdu.dk)  
tlf. 6550 3364

Direktør Niels Henrik Helms  
[nhh@knowledgelab.sdu.dk](mailto:nhh@knowledgelab.sdu.dk)