

Meer dan een kiekje

Een onderzoek naar het dagelijks gebruik van fotomobieltjes in Nederland.



Student: Myrte Langevoord 276700

Begeleider: Professor. drs. F.J.P. Gierstberg

Tweede lezer: Drs. L. Zweers

Faculteit der Kunst en Historiesche wetenschappen

Master Media en Journalistiek

Mei 2009

Inhoudsopgave

Bijlage tabellen en figuren

1. Voorwoord	
2. Samenvatting	
3. Inleiding	1 - 4
4. Aanleiding en vraagstelling	5 - 9
5. Theoretisch Kader deel I	10 - 14
6. Theoretisch Kader deel II	15 - 29
7. Methode en Operationalisering	30 - 36
8. Empirisch onderzoek deel I	37 - 54
9. Empirisch onderzoek deel II	55 - 58
10. Conclusies en vervolgonderzoek	59 - 63
11. Literatuur	64 - 67
12. Bijlagen	68 -

In detail:

Inhoudsopgave

1. Voorwoord	
2. Samenvatting	
3. Inleiding	
3.1. Doel van het onderzoek.	2
3.2. Relevantie van het onderzoek.	3
3.3. Onderzoeksopzet	3
4. Aanleiding en centrale vraagstelling	5
4.1. Aanleiding	5
4.2. Centrale vraagstelling	7
4.3. Begripsbepaling	9
5. Theoretisch Kader: onderzoek naar de snapshotfotografie	10
5.1. Pierre Bourdieu: Un art Moyen	10
5.2. Kritiek op Bourdieu	11
5.3. Richard Chalfen en Lisa Gye: de functies van foto's	12
5.4. Conclusie	14
6. Theoretisch Kader: onderzoek naar de mobiele fotografie	15
6.1. De komst van het fotomobieltje	15
6.2. Mobiele fotografie: het alledaagse karakter van de cameratelefoon.	16

6.3.	Mobiele fotografie: de intenties van de maker	18
6.4.	Mobiele fotografie en het nieuws	20
6.5.	Verzenden en delen: het fotomobieltje en de power of now	22
6.6.	Verzenden en delen: online photosharing en social software	24
6.7.	Conclusie en verwachtingen	26
7.	Methode en operationalisatie	30
7.1.	Verantwoording van de methode: de enquête	30
7.2.	Operationalisatie	31
7.2.1	Beschrijving van de doelgroep	31
7.2.2	Benadering van de doelgroep	32
7.2.3	Totstandkoming van de vragenlijst	32
8.	Empirisch onderzoek: het gebruik van fotomobieltjes in Nederland	37
8.1.	Algemene kenmerken van de respondenten	37
8.1.1	Geslacht en leeftijd van de respondenten	37
8.1.2	Deelconclusie	38
8.2.	Technische eigenschappen van het fotomobieltje	38
8.2.1	Telefoonmerk	38
8.2.2	Telefoonaansluiting	39
8.2.3	Telefoonbezit	40
8.2.4	De resolutie van de camera	40
8.2.5	Deelconclusie	41
8.3	Gebruikersgedrag	42
8.3.1	Fotografiebeoefening	42
8.3.2	Gebruiksfrequentie fotomobieltje	42
8.3.3	Gebruik regulier fototoestel	43
8.3.4	Gebruiksfrequentie regulier fototoestel	44
8.3.5	Vergelijking van de gebruiksfrequenties	44
8.3.6	Gebruiksfrequentie totaal	45
8.3.7	Stellingen I	45
8.3.8	Deelconclusie	47
8.4	Bewaren en Versturen	49
8.4.1	Het bewaren van de foto's	49
8.4.2	Stelling II	49
8.4.3	Het delen en verzenden van de foto's	50
8.4.4	Deelconclusie	52
8.5	Toekomstperspectief	53
9.	Empirisch onderzoek: de beschrijving van de foto's	55
9.1	Gefotografeerde onderwerpen	55

9.2	Locatie van fotograferen	56
9.3	Moment van fotograferen	56
9.4	Intenties van de maker	57
9.5	Frequentie van fotograferen	58
10.	Conclusie	59
10.1	Beantwoording van de centrale vraagstelling	59
10.2	Discussie	61
10.3	Reflectie en vervolgonderzoek	62
11.	Literatuur	64
12.	Bijlagen	68

Bijlage Tabellen en Figuren

Tabellen

Tabel 1 <i>Technologische mijlpalen in de geschiedenis van de fotografie.</i>	5
Tabel 2 <i>Functies van foto's gemaakt met de mobiele telefoon.</i>	19
Tabel 3 <i>Overzicht van onderwerpen in vragenlijst en bijbehorende vragen.</i>	33
Tabel 4 <i>Stellingen en corresponderende verwachtingen.</i>	34
Tabel 5 <i>Antwoordmogelijkheden en corresponderende verwachtingen.</i>	35

Figuren

Figuur 1 <i>Gefotografeerde onderwerpen met het fotomobieltje in relatieve percentages.</i>	17
Figuur 2 <i>Foto's gemaakt met het fotomobieltje in gedeeld in categorieën.</i>	20
Figuur 3 <i>Twee foto's die voorbijgangers maakten met een mobiele telefoon tijdens de aanslagen op de metro in Londen, juli 2005.</i>	21
Figuur 4 <i>Foto's van de Nederlandse moblog ik@moblog.nl gemaakt in juni 2008.</i>	25
Figuur 5 <i>Geslacht respondenten.</i>	37
Figuur 6 <i>Leeftijd respondenten naar leeftijdscategorie.</i>	38
Figuur 7 <i>Verdeling van telefoonmerken in procenten.</i>	39
Figuur 8 <i>Percentage respondenten met abonnement of prepaid telefoonaansluiting.</i>	39
Figuur 9 <i>Telefoonbezit in jaren.</i>	40
Figuur 10 <i>Resolutie van de camera op de telefoon.</i>	41
Figuur 11 <i>Fotografiebeoefening.</i>	42
Figuur 12 <i>Gebruiksfrequentie fotomobieltje.</i>	43
Figuur 13 <i>Gebruik analoge en/of digitale camera.</i>	43
Figuur 14 <i>Gebruiksfrequentie analoge en/of digitale camera.</i>	44
Figuur 15 <i>Frequentie fotograferen in het algemeen.</i>	45
Figuur 16 <i>Stellingen over het dagelijks gebruik van het fotomobieltje.</i>	45
Figuur 17 <i>Gebruik van opslagmethoden in procenten.</i>	49
Figuur 18 <i>Stellingen bewaren.</i>	50
Figuur 19 <i>Stellingen delen en versturen.</i>	51
Figuur 20 <i>Gebruik regulier foto toestel in de toekomst.</i>	53
Figuur 21 <i>Redenen gebruik reguliere camera in de toekomst.</i>	54
Figuur 22 <i>Gefotografeerde onderwerpen.</i>	55
Figuur 23 <i>Locatie van fotograferen.</i>	56
Figuur 24 <i>Moment van fotograferen.</i>	57
Figuur 25 <i>Redenen om een foto te maken.</i>	58
Figuur 26 <i>Frequentie van fotograferen.</i>	58

1 Voorwoord

Het schrijven van deze thesis heeft heel wat voeten in de aarde gehad. Al bij de onderwerpskeuze liep mijn hoofd over van de ideeën. Dat het iets met visuele media moest worden wist ik zeker. Het liefst iets met fotografie, daar ligt mijn persoonlijke interesse. Maar er waren zoveel leuke onderwerpen om over te schrijven dat ik onmogelijk kon kiezen. De ene dag wilde ik dit, de volgende dag toch maar dat. Na heel wat maanden van lees- en uitpluiswerk dacht ik mijn onderwerp te hebben gevonden: civil journalism, met de nadruk op de rol van de amateurfotografie. Maar na wat brainstormsessies met mijn begeleider Frits Gierstberg kwam ik tot de conclusie dat deze onderwerpskeuze te breed was. Ik moest mijn onderwerp verder inkaderen. Maar hoe? Uiteindelijk besloot ik een thesis te schrijven over een actueel en populair fenomeen: het fotomobieltje.

Dankzij de integratie van de digitale camera en de mobiele telefoon heeft iedereen tegenwoordig een camera op zak. Met een eenvoudige druk op de knop is een kiekje gemaakt. Het verbaasde me, dat we er allemaal maar op los klikken met onze fotomobieltjes. Een kledingstuk in de etalage, een schelpje op het strand, een avondje stappen, de hond die ligt te slapen of een winters tafereel. Zijn er nog fotografische regels, conventies, normen en waarden of is echt alles fotowaardig? Naarmate ik meer over het onderwerp te weten kwam, groeide het aantal onbeantwoorde vragen.

Het bleek een uitdaging om wetenschappelijke literatuur te vinden op het gebied van de mobiele fotografie. Binnen de academische wereld is nog weinig onderzoek verricht naar deze nieuwe en vluchtige vorm van fotografie. Maar het Internet bood uitkomst, de artikelen die ik hier kon vinden hielpen mij een eind op weg. De informatie met betrekking tot het gedrag van gebruikers in Nederland is afkomstig uit eigen onderzoek. Met de hulp van vrienden, familie en kennissen heb ik een groot aantal respondenten kunnen bereiken. Mijn dank gaat uit naar alle deelnemers aan dit onderzoek, zonder hun bijdrage had ik deze thesis niet kunnen schrijven.

De totstandkoming van deze thesis heeft veel meer tijd gekost dan ik had verwacht. Het schrijven ging niet altijd even soepel en de buitenwereld lokte mij regelmatig achter mijn computer vandaan. Dankzij een aantal mensen heb ik het toch tot een goed einde gebracht en kan ik terug kijken op een leuke tijd. Ten eerste wil ik mijn begeleider Frits Gierstberg bedanken voor zijn inhoudelijke feedback en vertrouwen in een goede afloop. Een bijzondere vermelding verdient Leon de Wolff, zijn input hielp mij, wanneer ik het spoor even bijster was, weer op weg. Daarnaast wil ik mijn ouders bedanken voor hun steun. Ten laatste wil mijn vriendinnetjes bedanken voor alle broodnodige kopjes koffie, heerlijke maaltijden en gezelligheid.

Myrte Langevoord

2 Samenvatting

In de afgelopen eeuw zijn fotografische gebruiken veranderd. Onder invloed van technologische verbeteringen werd de fotografie in de loop van de tijd goedkoper, eenvoudiger en toegankelijk voor een groot publiek. Het fotomobieltje luidt een volgende fase in. Door de integratie van de digitale camera en de mobiele telefoon hebben mensen tegenwoordig altijd een camera op zak. Nu de fotografie onderdeel uit maakt van de ICT-infrastructuur biedt dit apparaatje de mogelijkheid om de meest vluchtige momenten in het dagelijks leven vast te leggen, te bewaren en niet alleen verbaal, maar ook visueel, met anderen te delen.

Om te onderzoeken of de komst van het fotomobieltje heeft geleid tot het ontstaan van nieuwe gebruiksvormen binnen de fotografie wordt in deze thesis een vergelijking gemaakt tussen de situatie vóór en na de komst van het fotomobieltje. De centrale vraagstelling van dit onderzoek luidt als volgt: *Hoe gebruiken mensen het fotomobieltje als camera anders dan een regulier fototoestel?*

In de loop van de negentiende en twintigste eeuw groeide de snapshotfotografie uit tot een sociale praktijk. Het reguliere fototoestel wordt voornamelijk gebruikt om de ceremoniële momenten in het leven vast te leggen en te vereeuwigen. Enerzijds ligt het gebruik van het fotomobieltje in het verlengde van de traditionele fotografie. Doorgaans worden weinig momenten vastgelegd die niet afwijken van de dagelijks routine. Anderzijds is een nieuwe vorm van fotografie ontstaan. Naast de traditionele kiekjes, worden met het fotomobieltje foto's gemaakt van een verscheidenheid aan objecten, gebruiksvorwerpen en andere informatie. Wat opvalt is dat we meer buitenshuis zijn gaan fotograferen. Het fotomobieltje biedt uitkomst op de momenten dat we geen regulier fototoestel bij de hand hebben.

De cameratelefoon wordt voornamelijk gebruikt om persoonlijke ervaringen vast te leggen. Niet de belevingen van het gezin of de sociale gemeenschap, maar de leefwereld van het individu staat centraal. De meeste foto's worden opgeslagen in het geheugen van de telefoon zodat de maker er nog eens naar kan kijken of ze aan anderen kan laten zien. Het apparaatje heeft de functie van het traditionele foto-album overgenomen. Daarnaast wordt het fotomobieltje gebruikt als tijdelijk opslagmedium. Praktische of informatieve foto's worden korte tijd opgeslagen, bekeken en vervolgens gewist.

Een kenmerkende eigenschap van het fotomobieltje is de mogelijkheid om foto's via MMS, Bluetooth, of e-mail te versturen. Deze toepassingen zijn echter maar weinig populair. Het fotomobieltje wordt niet zozeer gebruikt als communicatiemiddel maar als een nieuw technologie om foto's te maken.

3 Inleiding

Nog geen twintig jaar geleden barstte het debat over de relatie tussen de analoge en digitale fotografie in alle hevigheid los. William J. Mitchell veronderstelde dat het einde van de twintigste eeuw ook het einde van de fotografie betekende zoals we haar in de afgelopen 160 jaar hadden gekend (Mitchell, 1994:3). Ongeveer twintig jaar later is de overgang van de analoge naar de digitale fotografie bijna compleet. De meesten van ons hebben hun analoge camera inmiddels ingeruild voor een digitaal exemplaar.

De invloed van de digitale camera op het alledaagse gebruik van de fotografie is groot. Zowel de fysieke vorm van het beeld als de manier waarop we foto's maken, bewaren en opslaan is radicaal veranderd. Het traditionele papieren album is vervangen door fotocollecties op PC's, CD's en Internet. Dagelijks delen ruim een half miljoen Nederlandse fotologgers hun kiekjes met de rest van de wereld. Ze tonen het publiek foto's van hun meest persoonlijke en intieme ervaringen (Cohen 2005:887). Over een aantal jaar verwijst het traditionele album wellicht alleen nog naar een traditie uit het verleden. Ook de onvolkomenheid van het beeld, een sterke en herkenbare code binnen de amateurfotografie, zal op den duur verdwijnen. Met een druk op het deleteknopje verdwijnen mislukte of onvolmaakte kiekjes uit de fotocollectie. De authenticiteit van het amateurbeeld, de echtheid van het snapshot, verliest terrein door de komst van digitale beeldbewerkingsprogramma's zoals Photoshop (Tops 2005:2).

In de afgelopen jaren volgden technologische innovaties op het gebied van de fotografie elkaar razendsnel op. De digitale camera was zo'n tien jaar op de markt toen J-Phone in 2002 het nieuwste technologische snufje op het gebied van de fotografie introduceerde: het fotomobieltje. Tegenwoordig is het fotomobieltje de meest verkochte camera ter wereld. In 2006 werden wereldwijd naar schatting 380 miljoen digitale camera's in mobiele telefoons verkocht waarmee ongeveer tien miljard foto's werden gemaakt. In Nederland nam de verkoop van het fotomobieltje in de periode 2005-2006 met 16,7 procent toe. De verwachting is dat in 2009 de verkoop van fotomobieltjes zal stijgen tot 900 miljoen. Het aantal foto's, gemaakt met het fotomobieltje, zal het aantal beelden afkomstig van digitale camera's en videocamera's gezamenlijk, overstijgen (Infotrends 2006).

Door de integratie van de digitale camera en de mobiele telefoon zijn fotografische gebruiken, tradities, conventies, esthetiek, normen en waarden veranderd. Vroeger schoten we een fotorolletje vol en brachten onze film naar de fotograaf. Na een paar dagen konden we terugkomen voor het resultaat: een keurig stapeltje papieren foto's. De foto's plakten we in een album om ze later te bekijken in het bijzijn van vrienden en familie. Tegenwoordig gaat het er heel anders aan toe. De fotografie is onderdeel geworden van de ICT-infrastructuur. Het fotomobieltje is een apparaatje waarmee we foto's kunnen maken, bewerken, bekijken

en opslaan. Met één druk op de knop maak je een foto die direct op het display van de mobiele telefoon verschijnt. Bevalt de foto niet? Dan verwijder je hem gewoon. Favoriete foto's bewaar je op de telefoon of computer. Wil je ze met anderen delen? Dan verstuur je ze via MMS of e-mail of zet je ze op het Internet.

Sinds de komst van het fotomobieltje in 2000 maakt het apparaatje onderdeel uit van ons dagelijks leven. De cameratelefoon biedt ons de mogelijkheid de vluchtige momenten in het dagelijks leven vast te leggen, te bewaren en niet alleen verbaal, maar ook visueel, met anderen te delen. Het nodigt uit tot een nieuwe vorm van bewustzijn, van alertheid voor nieuwswaardige gebeurtenissen, die van haar gebruikers ware fotojournalisten maakt (Ito 2003). Het gaat dan niet alleen om de amateurbeelden van nieuwswaardige gebeurtenissen als de aanslagen op het WTC in New York, de moord op Theo van Gogh of de bomaanslagen in London maar ook om kleinschaligere projecten zoals mob- of fotologs.

De definitie van wat *fotografeerbaar* is verandert. Door de komst van het fotomobieltje zijn foto's niet langer bewaarmomenten maar visuele aantekeningen die geconsumeerd en vervolgens weer gewist worden. (Bergeijk 2006). Dankzij de cameratelefoon ontstaat een soort alledaags tabloid journalism. Mensen maken steeds vaker kiekjes van rare, ontroerende of grappige gebeurtenissen in het dagelijks leven. Bijvoorbeeld wanneer je een beroemdheid tegen het lijf loopt in de lokale supermarkt of je een nieuw kapsel aan een vriendin wilt laten zien. De cameratelefoon maakt het mogelijk om onze alledaagse ervaringen, ongeacht het tijdstip of de plaats, vast te leggen:

Omdat je je mobiele telefoon altijd bij je hebt, gaan mensen van alledaagse, gewone dingen foto's maken: een lekkere taart in een etalage, het uitzicht vanuit de trein, de poes die van de bank springt, je moeder die een gek gezicht trekt. Waar gewone camera's nog altijd gebruikt worden voor bijzondere gelegenheden, denk aan huwelijken, vakanties en baby's, daar vervagen dankzij de cameratelefoon de grenzen van de onderwerpen die het waard zijn om gefotografeerd te worden (Bergeijk 2006).

3.1 Doel van het onderzoek

Dit onderzoek gaat over het gebruik van fotomobieltjes in een alledaagse context. De afgelopen vijf jaar besteedden wetenschappers als Ilpo Koskinnen, Mitzuko Ito, Nancy Van House en Tim Kindberg aandacht aan dit nieuwe fenomeen. De beschikbare informatie over deze nieuwe vorm van fotografie is nog beperkt en vraagt om verder onderzoek. Veel vragen zijn nog niet of niet volledig beantwoord. Het doel van dit onderzoek is een inventarisatie te maken van het gebruikersgedrag in Nederland. De centrale vraag van het onderzoek luidt:

Hoe gebruiken mensen het fotomobieltje als camera anders dan een regulier foto toestel?

Om deze vraag te beantwoorden zullen in het onderzoek verschillende vragen de revue passeren. Bijvoorbeeld, wat fotograferen mensen met een fotomobieltje? In welke situaties en op welke momenten nemen zij het apparaatje ter hand? En wat doen zij met de foto's die ze gemaakt hebben? Krijgen ze, net als vroeger, een plekje in het foto-album of zijn er nieuwe manieren ontstaan om foto's op te slaan, te bewaren en te delen? In het tweede hoofdstuk wordt uitgebreid besproken hoe deze centrale vraagstelling tot stand is gekomen.

3.2 Relevantie van het onderzoek

Het onderzoek naar fotomobieltjes staat nog in de kinderschoenen. Eerdere studies op het gebied van de cameratelefoon zijn vaak nauw verbonden met wetenschappelijk onderzoek binnen de computer- en informatietechnologie. De eerste kwalitatieve studies naar het gebruik van de cameratelefoon zijn gebaseerd op quasi-experimentele methoden of richten zich op de technologische aspecten en toekomstige verbetering van het mobieltje (Van House 2004:8). Binnen het veld van de sociale- en communicatiewetenschap is nog weinig aandacht besteed aan dit nieuwe fenomeen.

In Japan en Noord-Amerika komt het onderzoek naar het fotomobieltje langzaam op gang. Maar Europa heeft een andere visuele cultuur en andere gebruiken (Goggin 2006:8). In tegenstelling tot andere Europese landen zoals Finland, het thuisland van telefoongigant Nokia, is in Nederland beperkt academisch onderzoek verricht naar het gebruik van fotomobieltjes. In 2006 onderzocht Dorien Poiters, een studente aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, hoe nieuwsorganisaties in Nederland omgaan met de amateurbeelden van burgers afkomstig van mobiele telefoons en digitale camera's. Dit is tot nu toe het enige Nederlandse onderzoek dat uitvoerig ingaat op het gebruik van fotomobieltjes.

Volgens kunsthistorica Mireille Thijsen ontbreekt het in Nederland aan de 'emancipatie van de fotografiewetenschap, van de fotokritiek en het vermogen om de betekenis van de elkaar razendsnelle opvolgende ontwikkelingen in de fotografie in een historisch kader te plaatsen.' (Thijsen 2005:97). Academische studies richten zich voornamelijk op de status van de fotografie in verhouding tot de beeldende kunst. Fotografische genres zoals de reclamefotografie, de gebruiksfotografie, de fotojournalistiek, de amateurfotografie en de mobiele fotografie worden in de fotowetenschap grotendeels buiten beschouwing gelaten.

3.3 Onderzoeksopzet

Hoofdstuk 4 | In dit hoofdstuk wordt de aanleiding voor het onderzoek beschreven. Vervolgens worden de centrale hoofdvraag en de deelvragen uiteen gezet. Het hoofdstuk sluit af met de definiëring van de kernbegrippen die centraal staan in het onderzoek.

Hoofdstuk 5 | doet verslag van literatuuronderzoek naar het gebruik van het reguliere fototoestel. In 1965 publiceerde de beroemde Franse socioloog Pierre Bourdieu zijn studie over de snapshotfotografie. Dit was het eerste onderzoek dat zich richtte op de fotografie in een alledaagse context. In dit hoofdstuk zal ook aandacht worden besteed aan de kritiek die volgde op het werk van Bourdieu. De besproken literatuur schetst een beeld van de alledaagse fotografische praktijk vóór de komst van het fotomobieltje.

Hoofdstuk 6 | vormt het tweede gedeelte van het literatuuronderzoek. Dit hoofdstuk heeft betrekking op het gebruik van het fotomobieltje. Binnen het debat over de mobiele fotografie staan verschillende thema's centraal die in hoofdstuk 6 aan de orde komen. Aan de hand van de thema's worden de verschillende gebruiksmogelijkheden van het fotomobieltje geïdentificeerd. Het hoofdstuk is opgedeeld in twee delen. In het eerste gedeelte ligt de nadruk op het fotograferen met een fotomobieltje, het tweede gedeelte richt zich op de mogelijkheden om foto's, gemaakt met een fotomobieltje, te bewaren te delen of te verzenden.

Hoofdstuk 7 | In dit hoofdstuk worden de methodologie en operationalisatie toegelicht. De eerste paragraaf richt zich op de aard van het surveyonderzoek. In de tweede paragraaf staat beschreven hoe deze methode vorm heeft gekregen binnen dit onderzoek. Ten slotte wordt in de laatste paragraaf besproken hoe de enquête onder Nederlandse gebruikers tot stand is gekomen.

Hoofdstuk 8 | laat de resultaten van de enquête onder Nederlandse gebruikers zien. De resultaten geven inzicht in de algemene kenmerken van de gebruikers zoals leeftijd en geslacht, de technische eigenschappen van de fotomobieltjes die zij bezitten, het gedrag van de gebruikers en de mogelijkheden die zij benutten om foto's te bewaren, te delen en te versturen.

Hoofdstuk 9 | vormt een aanvulling op hoofdstuk 8. Dit hoofdstuk laat de resultaten zien van een analyse van de foto's die de gebruikers meestuurden met de vragenlijst. De resultaten schetsen een beeld van de onderwerpen die de gebruikers fotografeerden, de locaties waar

de gebruikers foto's maakten, het moment waarop de gebruikers fotografeerden en de intentie waarmee de gebruikers de foto maakten.

Hoofdstuk 10 | In dit afsluitende hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek teruggekoppeld aan de theorie. Vervolgens wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag. Het hoofdstuk eindigt met een reflectie op het onderzoek.

4. Aanleiding en centrale vraagstelling

In dit hoofdstuk wordt belicht hoe de centrale probleemstelling van dit onderzoek tot stand is gekomen. In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk worden de vier belangrijkste technologische vernieuwingen in de geschiedenis van de fotografie besproken.

4.1. Aanleiding

We can identify certain historical moments at which the sudden crystallisation of a new technology (such as painting, printing, photography or computing) provides the nucleus for new forms of social and cultural practice and marks the beginning of a new era of artistic exploration (William J. Mitchell, 1994:20).

Zoals blijkt uit het bovenstaande citaat van W.J. Mitchell kan de opkomst van een nieuwe technologie leiden tot het ontstaan van nieuwe sociale en culturele gebruiksvormen. Ook de geschiedenis van de fotografie kent een aantal van dit soort historische omslagpunten. Risto Sarvas (2006) beschrijft in zijn dissertatie vier technologische mijlpalen (tabel 1) die het gebruik van de fotografie in de loop van de tijd hebben veranderd.

Jaartal	Technologische mijlpaal
1859	De uitvinding van het visitekaartportret.
1888	De komst van de Kodak Camera.
1924	De komst van de kleinbeeldcamera.
1985	De komst van de digitale camera.

Tabel 1. Technologische mijlpalen in de geschiedenis van de fotografie. Bron: Sarvas 2006.

1859: De komst van het visitekaartportret.

In het eerste decennium van haar bestaan – tussen 1839 en 1850 – was de fotografie een kostbare en tamelijk elitaire bezigheid. De anonieme amateurfotograaf nam zijn liefhebberij zeer serieus en streefde een hoger doel na: de verheffing van de fotografie tot een nieuwe vorm van kunst (Aasman 2004:31). Door de komst van goedkoper fotopapier en verbeteringen in het ontwikkelingsproces, kwam hier rond 1860 verandering in. Het visitekaartportret, een uitvinding van de Fransman Nicéphore Niépce, maakte het mogelijk om vier, acht of zelfs twaalf opnamen op één plaat te maken. De kosten om foto's te vervaardigen namen geleidelijk af en de verzamelwoede nam toe (Tops 2005). Een steeds breder publiek kon door de komst van het visitekaartportret over een afbeelding van zichzelf of geliefde familieleden beschikken. Van modegril in exclusieve kringen evolueerde de visitekaart tot massaproduct en bleef tot aan de eerste wereldoorlog zeer populair (Dyck 2008).

1888: De komst van de Kodak Camera.

Een tweede technologische mijlpaal in de geschiedenis van de fotografie is de introductie van de Kodak camera. In 1888 bracht George Eastman een goedkope en hanteerbare camera op de markt (Sarvas 2006). Door de komst van deze camera kon de fotografie met weinig inspanning beoefend worden (Tops 2005). De burger kon nu zonder technische kennis kiekjes maken van familie, vrienden of verre reizen. Snapshooting werd zijn tijdverdrijf (Dyck 2008) Terwijl de serieuze amateur zich richtte op het ambachtelijke proces en de techniek van de fotografie had de camera voor de 'knipser', de gewone cameragebruiker, vooral een sociale functie. De fotografie was voor hem een middel om belangrijke herinneringen uit het verleden vast te leggen en te bewaren (Aasman 2004:32).

1924: De komst van de kleinbeeldcamera.

In 1924 bracht de Duitse producent Leica de eerste kleinbeeldcamera op de markt. Het kleinbeeldformaat, een opnameformaat van 24 bij 36 mm vormde een alternatief voor de toen gangbare 6 bij 6 cm rol film. De nieuwe compacte camera sloeg aan bij het grote publiek. In de daaropvolgende jaren volgden technologische innovaties op het gebied van de fotografie elkaar snel op. De fotografische techniek werd steeds eenvoudiger, goedkoper en toegankelijker. De voorbeelden zijn talrijk. Zo vond Paul Vierkötter in 1927 de flitslamp uit. Ongeveer vier jaar later, in 1933, werd de voorloper van de Canoncamera, de Kwanon op de markt gebracht en in 1942 introduceerde Kodak de Kodakcolor, de eerste echte kleurennegatiefilm.¹ Door de opeenvolgende technologische verbeteringen werd de fotografie toegankelijk voor alle klassen in de samenleving. In 1939 waren de kosten van een consumentencamera bijna één procent van de eerste Kodak camera in 1888.²

1985: De komst van de digitale camera.

Een vierde omslagpunt in de geschiedenis van de fotografie is de digitalisering van het beeld. In 1985 lanceerde Canon de eerste digitale fotocamera, de Xapshot.³ Het analoge beeld, waarbij informatie wordt vastgelegd aan de hand van lichtgevoelige chemicaliën werd vervangen door een digitaal beeld. Digitale camera's en fotomobieltjes zijn voorzien van een lichtgevoelige computerchip die informatie elektronisch vastlegt. Het digitale beeld kan direct worden opgeslagen in het computergeheugen en op tal van manieren worden gereproduceerd, gedistribueerd en getransporteerd (Mitchell, 1994:3).

Uit de studie van Sarvas blijkt dat technologische innovaties als het visitekaartportret, de Kodak camera en de digitale camera hebben geleid tot het ontstaan van nieuwe sociale en

¹ www.fotografiegeschiedenis.nl

² Coe and gates, in Sarvas 2006.

³ <http://www.scphoto.com/html/history.html>

culturele gebruiksvormen binnen de fotografie. In de loop van de tijd werd het fotografische procédé onder invloed van technologische verbeteringen steeds goedkoper en eenvoudiger. De productie van afbeeldingen, aanvankelijk alleen voorbehouden aan de professionele fotograaf, komt door moderne gerationaliseerde productie- en distributiemethoden steeds meer binnen het bereik van de gebruiker zelf. Daarnaast maken technische vernieuwingen het mogelijk steeds meer momenten in het dagelijks leven vast te leggen (Boerdam en Oosterbaan 1978:76).

4.2 Centrale vraagstelling

De mobiele fotografie luidt een volgende fase in. Met het oog op de uiteenzetting van Sarvas verwacht ik dat het fotomobieltje, net als voorgaande technologische innovaties, leidt tot het ontstaan van nieuwe sociale en culturele gebruiksvormen binnen de fotografie. Door de integratie van de digitale camera en de mobiele telefoon hebben mensen tegenwoordig altijd een camera op zak onder de meest wisselende omstandigheden. Nu de fotografie onderdeel uit maakt van de ICT- infrastructuur biedt dit apparaatje de mogelijkheid om de meest vluchtige momenten in het dagelijks leven vast te leggen, te bewaren en niet alleen verbaal, maar ook visueel, met anderen te delen.

Om te onderzoeken of de komst van het fotomobieltje heeft geleid tot het ontstaan van nieuwe gebruiksvormen binnen de fotografie wordt in deze thesis een vergelijking gemaakt tussen de situatie vóór en na de komst van het fotomobieltje. De centrale vraagstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

Hoe gebruiken mensen het fotomobieltje als camera anders dan een regulier fototoestel?

Zoals vermeld is het niet mogelijk uitspraken te doen over het ontstaan van nieuwe gebruiksvormen voordat de vroegere situatie in kaart is gebracht. Daarom wordt allereerst beschreven hoe de alledaagse fotografische praktijk er voor de komst van het fotomobieltje uitzag. De vroegere situatie zal beschreven worden aan de hand van een aantal bestaande theorieën over het dagelijks gebruik van het reguliere fototoestel. De term *regulier fototoestel* duidt op een gewone analoge of digitale camera. Tot voor kort was dit fototoestel de alledaagse camera voor de meeste mensen. Het gebruik van het reguliere fototoestel wordt gedefinieerd aan de hand van de volgende vier deelvragen. Gezamenlijk vormen deze deelvragen de definitie van het begrip *gebruik*:

1. Wat fotograferen mensen met een regulier fototoestel?

2. Wanneer fotograferen mensen met een regulier fototoestel?
3. Waarom fotograferen mensen met een regulier fototoestel?
4. En wat doen ze met de foto's die ze met dit toestel maken?

In hoofdstuk vijf wordt aan de hand van bestaande literatuur antwoord gegeven op deze deelvragen.

In de hoofdstukken zes, zeven, acht en negen staat het dagelijks gebruik van het fotomobieltje centraal. Eerst worden in hoofdstuk zes verschillende theorieën beschreven die dieper ingaan op het dagelijks gebruik van het fotomobieltje. De meeste studies die in dit hoofdstuk uiteen worden gezet hebben betrekking op het dagelijks gebruik van fotomobieltjes in Japan. Sinds de komst van de cameratelefoon in 2000 heeft de mobiele markt in Japan een grote vlucht genomen. Al in 2004 had circa 80 procent van de Japanse bevolking de beschikking over een mobiele telefoon met camera. De wijdverspreide adoptie van fotomobieltjes in dit land biedt wetenschappers de mogelijkheid onderzoek te verrichten onder bestaande gebruikers (Riviere:2005:131).

In tegenstelling tot de meeste Europese landen representeert de Japanse situatie een gestabiliseerd gebruikspatroon. Het dagelijks gebruik van het fotomobieltje is hier volledig geïntegreerd in het sociale en culturele leven. Omdat de adoptie van fotomobieltjes in Europa later op gang kwam is het onderzoek naar het gebruik van de cameratelefoon hier nog beperkt. De Japanse situatie zal daarom het uitgangspunt vormen voor deze thesis. Hierbij moet in ogenschouw worden genomen dat er een verschil is tussen beide regio's in visuele cultuur en gebruiken. Het doel van deze thesis is niet om die verschillen te onderzoeken maar om een aanzet te geven voor het onderzoek in Europa. Volgens de Franse onderzoekster Riviere zijn de culturele verschillen tussen beide regio's van beperkte invloed op de onderzoeksresultaten. Zij merkt op dat de resultaten van de drie bestaande Europese studies grotendeels overeenkomen met de uitkomsten van het Japanse onderzoek (Riviere:2005:132).

De theoretische uiteenzetting vormt de basis voor een onderzoek onder gebruikers van fotomobieltjes in Nederland. Het dagelijks gebruik van het fotomobieltje zal worden onderzocht aan de hand van een enquête. In hoofdstuk zeven wordt toegelicht hoe de enquête tot stand is gekomen. Hoofdstuk acht en negen geven de resultaten van het onderzoek onder Nederlandse gebruikers weer. Om het dagelijks gebruik van het fotomobieltje te onderzoeken zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- Wat fotograferen mensen met een fotomobieltje?
- Wanneer fotograferen mensen met een fotomobieltje?

- Waarom fotograferen mensen met een fotomobieltje?
- En wat doen ze met de foto's die ze met het fotomobieltje maken?

4.3 Begripsbepaling.

Het reguliere fototoestel

Zoals eerder vermeld duid ik met het reguliere fototoestel op een gewone analoge of digitale camera. In deze thesis zullen deze termen afwisselend gebruikt worden.

Digitale snapshot

In deze thesis wordt het digitale snapshot onder de loep genomen. Binnen het domein van de fotografie ligt de focus op zelf gecreëerde foto's en beelden die we maken met het fotomobieltje. De term snapshotfotografie refereert aan de manier waarop de foto wordt genomen (eenvoudig, snel, met één druk op de knop) en de intenties van de fotograaf. Meestal heeft deze geen artistieke of commerciële intenties, de foto's worden met een simpele camera genomen en zijn bedoeld voor persoonlijk gebruik (Sarvas 2006:15).

De term snapshotfotografie wordt vaak gebruikt om onderscheid te maken tussen de professionele fotografie en de amateurfotografie. In het dagelijks taalgebruik wordt met de amateurfotografie een enigszins naïeve en ongeoefende praktijk aangeduid, die zich kenmerkt door zijn eenvoudige en authentieke beeldtaal (Tops 2005). Maar in georganiseerde kringen, zoals amateurverenigingen, heeft deze term de status van een eretitel. Deze amateurs nemen de fotografische hobby zeer serieus en beschouwen de dagelijkse huis-, tuin- en keukenfotografie als een naïeve en ongeoefende praktijk (Aasman 2004:15). De term 'amateurfotografie' kan de nodige verwarring opleveren door haar tweeledige betekenis. Daarom zal ik in deze thesis de term snapshotfotografie aanhouden.

Gebruik

Zoals reeds vermeld is het begrip gebruik gedefinieerd aan de hand van vier vragen: wat, wanneer en waarom fotograferen mensen een regulier fototoestel of fotomobieltje. En wat doen zij vervolgens met de foto's die zij maken? Aan de hand van deze vragen kan een totaalbeeld worden geschetst van alle aspecten die betrekking hebben op het gebruik.

5 Onderzoek naar de snapshotfotografie.

In dit hoofdstuk worden verschillende theorieën beschreven die betrekking hebben op het gebruik van het reguliere fotoestel. De eerste paragraaf is gewijd aan het eerste onderzoek naar de snapshotfotografie. Deze studie van Pierre Bourdieu staat bekend om zijn aandacht voor de rituele functie van de fotografie. Zijn onderzoek geeft inzicht in de onderwerpen die en de momenten waarop mensen fotograferen. In een latere studie leveren de sociologen Boerdam en Oosterbaan kritiek op het rituele aspect in Bourdieu's benadering. De tweede paragraaf gaat hier dieper op in. In de derde paragraaf wordt besproken welke functies foto's vervullen. Wat motiveert mensen om foto's te maken en te bewaren?

5.1 Pierre Bourdieu: Un Art Moyen

In 1965 verscheen het boek *Un art Moyen* onder redactie van de Franse socioloog Pierre Bourdieu (Bourdieu et al. 1990). Het is één van de eerste werken die uitgebreid aandacht besteed aan de populaire fotografie vanuit een sociologisch perspectief. In de eerste hoofdstukken van het boek richt Bourdieu zich op de snapshotfotografie. Hij spreekt zijn verwondering uit over de wijde verspreiding van de populaire fotografie en vraagt zich af waarom er bijna geen huishoudens meer zijn waar een fotocamera nog ontbreekt.

Volgens Bourdieu kan de afname van economische en technologische obstakels de groeiende populariteit van de snapshotfotografie niet volledig verklaren. Ook psychologische verklaringen, die de groeiende populariteit van de fotografie herleiden tot de behoeften en motivaties van de snapshotfotograaf, kunnen zijn vraag niet beantwoorden. Hij verwerpt de opvatting dat de fotografie een 'natuurlijke behoefte' is. Om meer inzicht te krijgen in de populaire fotografie, zal het onderzoek zich, zo stelt Bourdieu, allereerst moeten richten op de regelmatigheden die de alledaagse fotografische praktijk kenmerken. Wanneer maken mensen foto's en binnen welke context? Tijdens welke activiteiten en op welke momenten?

Bourdieu merkt op dat de fotografie niet is overgeleverd aan individuele improvisatie maar dat de meeste snapshotfotografen foto's maken van vaste momenten in het dagelijks leven. Volgens de auteur kent ook de snapshotfotografie haar eigen tradities, esthetieke canons en fotografische conventies. Zo zijn de onderwerpen die mensen fotograferen niet arbitrair maar cultureel bepaald. Niet alles kan en mag zomaar gefotografeerd worden. Sociale normen en conventies stellen beperkingen aan wat fotografeerbaar is of mag zijn. De meest alledaagse momenten verliezen onze aandacht of vallen buiten de grenzen. Het zijn voornamelijk de hoogtepunten in het leven, bijzondere momenten van blijdschap en geluk, die worden vereeuwigd.

Welke regelmatigheden kenmerken de fotografische praktijk volgens Bourdieu? In zijn onderzoek benadrukt Bourdieu de rol van de snapshotfotografie binnen het gezinsleven.

Volgens de socioloog is de fotografie een ritueel dat een belangrijke functie heeft in de vereeuwiging van *les grandes moments de la vie familiale* (Bourdieu 1965:68.)De mens legt bijzondere gebeurtenissen vast zoals geboortes, huwelijken en andere traditionele familiefeesten om zo een eigen familiegeschiedenis te construeren. Naast deze functie van de snapshotfotografie als huiselijk ritueel noemt Bourdieu nog een tweede functie. Hij beschouwt de fotografie ook als een aanwijzing van en een instrument tot integratie. Door de toegenomen mobiliteit in de twintigste eeuw zijn familiebanden verslapt. De fotografie biedt de mogelijkheid om deze banden weer aan te halen. Bourdieu laat echter achterwege hoe deze integratieprocessen precies verlopen (Boerdam en Oosterbaan 1978:8).

5.2 Kritiek op Bourdieu

In het artikel ' Het fotogenieke van samenleven' bekritisieren de sociologen Boerdam en Oosterbaan de theorie van Bourdieu. Zij spreken hun twijfel uit over de functie van de snapshotfotografie als huiselijk ritueel in een tijd waarin 'plechtige, rituele en ceremoniële momenten langzaam uit het gezinsleven verdwijnen'. Volgens Boerdam en Oosterbaan had de fotografie in de Franse plattelandsgemeenschappen, waar Bourdieu zijn conclusies grotendeels op baseert, een ondersteunende functie. De fotografie maakte deel uit van het ritueel maar had geen eigen plaats. In onze moderne samenleving bestaan nog steeds rituele momenten waarop foto's worden gemaakt. Maar naast deze momenten is er volgens Boerdam en Oosterbaan zoveel meer in familielevens, dat ook wordt gefotografeerd:

Fotograferen uitsluitend te zien als een ondersteuning van rituele gebeurtenissen is heden ten dage geen adequate verklaring van fotografeergedrag meer: de rituelen zijn drastisch in aantal afgenomen – samenhangend daarmee – de fotografische afbeeldingstechniek heeft in de loop van een lange ontwikkeling een eigen gedaante, een eigen traditie en een eigen gebruik verkregen, dat verder gaat dan het opluisteren en illustreren van feestelijke gebeurtenissen. (Boerdam en Oosterbaan 1978:11)

Volgens de auteurs is de fotografie in de afgelopen eeuw steeds gewoner en alledaagser geworden. Zij merken op dat foto's tegenwoordig informele en ongecompliceerde momenten tonen, die niet afwijken van de dagelijkse routine. Boerdam en Oosterbaan noemen twee ontwikkelingen die van invloed zijn op het gewoner en alledaagser worden van de fotografie: democratisering en informalisering (Boerdam en Oosterbaan 1978:13). De democratisering van de fotografie hangt samen met de afname van economische en technologische obstakels zoals besproken in hoofdstuk 4. In de loop van de tijd hebben technologische innovaties de kosten van de fotografie effectief gereduceerd en het fotografische proces makkelijker hebben gemaakt voor de amateurfotograaf. (Sarvas, 2006:8). Naast de democratisering van de fotografie valt een zekere voortschrijdende informalisering in de

omgang met de fotografie en van het gedrag voor de camera te constateren. Volgens de sociologen raken mensen steeds meer gewend aan de aanwezigheid van de camera's. Poses zijn minder stijf en formeel, gefotografeerde momenten meer ongedwongen (Boerdam en Oosterbaan 1978:13). Ze leggen steeds meer vluchtige momenten in het dagelijks leven vast op de 'gevoelige plaat'.

Volgens Susan Aasman is de kritiek van Boerdam en Oosterbaan niet houdbaar. Zij stelt dat de behoefte aan rituelen in de twintigste eeuw, ondanks de democratisering en informalisering van de fotografie, niet is afgenomen. Juist op het moment dat het gezinsleven zich ging concentreren op een beperkt aantal momenten in het dagelijks leven werd de noodzaak tot integratie volgens haar des te sterker gevoeld (Aasman 2004:9).

In 1998, circa dertig jaar na de studie van Bourdieu, publiceerde de Finse kunstenares Seija Ulkuniemi een artikel over de inhoud van snapshots (Ulkuniemi 1998). In het kader van een kunstproject onderzocht ze de fotoalbums van dertig Noorse families. Ulkuniemi inventariseerde welke onderwerpen centraal stonden op de foto's, die de families in de loop van de jaren hadden gemaakt. Het artikel van Ulkuniemi bevestigt de opvatting van Susan Aasman. Uit haar onderzoek blijkt dat mensen, zo'n dertig jaar later, nog steeds voornamelijk foto's maken van rituele momenten in het gezinsleven zoals geboortes, huwelijken en begrafenissen, het eerste huis, het ouderlijk huis, symbolen van sociale status, vakantie en groepsactiviteiten met vrienden of familie (Ulkuniemi 1998:16). In deze thesis volg ik de gedachte dat het reguliere fototoestel nog steeds voornamelijk wordt gebruikt om bijzondere momenten in het familieleven vast te leggen en te vereeuwigen.

5.3 Richard Chalfen en Lisa Gye: de functies van foto's.

Bovenstaande paragrafen schetsen een beeld van de onderwerpen die en de momenten waarop mensen fotograferen. Eén vraag is in deze paragrafen nog niet beantwoord. Wat motiveert mensen om foto's te maken? In zijn studie *Snapshot Versions of Life* besteedt Richard Chalfen aandacht aan deze vraag. Het onderzoek van Chalfen is misschien wel één van de meest geraffineerde pogingen om de snapshotfotografie te begrijpen. Sinds de jaren zeventig bestudeert hij *home movies* en familiekiekjes vanuit een antropologisch perspectief. Hij noemt deze vorm van private mediaproductie ook wel *pictorial home mode communication*. Volgens Chalfen zijn foto's en home movies cultureel gestructureerde 'kunstproducten'. Deze visuele media representeren een eigen, gestructureerde manier van kijken. We leven in een, wat Chalfen noemt, *Kodak culture* met eigen regels en conventies:

Kodak culture will refer to whatever it is that one has to learn, know or do in order to participate appropriately in what has been outlined as the home mode of communication....By studying Kodak culture, we want to learn how people have organized themselves socially to produce personalized

versions of their own life experienceswe want to consider how people have organized their thinking about personal pictures in order to understand certain pictorial messages and make meaningful interpretations in appropriate ways. We also want to learn how Kodak culture provides a structured and patterned way of looking at the world ...we are examining how a 'real world' gets transformed into a symbolic world. (Chalfen,1987: 10)

Waarom leggen mensen momenten uit het dagelijks leven vast op de gevoelige plaat? Volgens Chalfen kunnen foto's verschillende functies vervullen. In het onderzoek van Lisa Gye worden de drie belangrijkste functies van foto's kort beschreven. Deze komen overeen met de resultaten uit het onderzoek van Chalfen. Ten eerste is de fotografie een *aide de memoire*. Foto's dragen bij aan de constructie van de herinnering (Gye 2007:280). Ze werken als een aanvulling op het geheugen. Ze bieden de mogelijkheid om herinneringen aan mensen, gebeurtenissen en plaatsen te ordenen en wijzen op kleine details die met de tijd zijn vergeten. Het gaat dan niet alleen om herinneringen aan het eigen verleden maar ook aan het verleden van de sociale gemeenschap waartoe we behoren.

Foto's worden niet alleen gebruikt om herinneringen uit het verleden op te halen maar zorgen ook dat nieuwe relaties ontstaan en vroegere banden worden onderhouden (Gye 2007:281). De beelden zijn niet alleen voor het individu van belang maar ook voor de relaties met familie en vrienden, die zij representeren. Foto's dragen bij aan een familiegeschiedenis die kan worden overgedragen op nieuwe generaties. Chalfen merkt op dat de fotografie een communicatief medium is. Voor veel mensen blijkt persoonlijke communicatie een belangrijke rol te spelen wanneer zij foto's met anderen delen:

The act of sharing photos in a photoalbum was as much (if not so more) about talking with family and friends as it was about looking at the photographs. Oral communication seemed to serve first and foremost the function of maintaining social relationships, but also was often the primary mode of intergenerational transmission of memory and identity (Van House 2004:2)

Het bekijken en uitwisselen van foto's vormt een ritueel gebruik binnen de snapshotfotografie. Mensen hechten veel belang aan de materialiteit van foto's. Rondslingerende foto's, foto's in albums en dozen bieden een mogelijkheid om samen nog eens terug te kijken en oude herinneringen op te halen (Van House 2004:3).

De andere reden om foto's te maken houdt verband met de behoefte aan zelfexpressie en zelfpresentatie. De fotografie is een middel om onze persoonlijke visie op de werkelijkheid vorm te geven (Gye 2007: 282). Susan Sontag merkt op dat niemand een zelfde foto maakt van hetzelfde onderwerp (Sontag 1978:88). Foto's laten zien hoe het individu naar de wereld kijkt. Met de term zelfpresentatie duidt Gye op foto's die mensen maken om een bepaald beeld van zichzelf neer te zetten. Dit kunnen bijvoorbeeld foto's zijn

van onszelf, onze familie, vrienden, huisdieren of ons bezit.

5.4 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn verschillende theorieën besproken met betrekking tot het gebruik van het reguliere fototoestel. De bovenstaande paragrafen geven antwoord op vier vragen: wat, wanneer en waarom fotograferen mensen met een regulier fototoestel? En wat doen we vervolgens met deze foto's?

Het onderzoek van Bourdieu laat zien dat de meeste mensen foto's maken op vaste momenten in het dagelijks leven. De reguliere camera wordt voornamelijk gebruikt om bijzondere momenten zoals geboortes, huwelijken en andere familieaangelegenheden vast te leggen. In een later artikel leveren Boerdam en Oosterbaan kritiek op deze benadering. Zij merken op dat foto's tegenwoordig informele en ongecompliceerde momenten tonen, die niet afwijken van de dagelijkse routine. De kritiek van deze sociologen is niet houdbaar. Ondanks een proces van voortschrijdende democratisering en informalisering van de fotografie zijn nog steeds niet alle momenten in het leven fotowaardig. Het onderzoek van de Finse kunstenares Seija Ulkuniemi toont aan dat er, dertig jaar na de studie van Bourdieu, niet zoveel is veranderd. De snapshots die zij onderzocht laten zien dat mensen nog steeds voornamelijk foto's maken van rituele momenten in het gezinsleven. In deze thesis volg ik de gedachte dat het reguliere fototoestel hoofdzakelijk wordt gebruikt om de bijzondere momenten in het dagelijks leven vast te leggen en te vereeuwigen.

In de derde paragraaf stonden de motieven om foto's te maken centraal. Welke beweegredenen gaan schuil achter een populaire en wijdverspreide bezigheid als de fotografie? De studies van Richard Chalfen en Lisa Gye geven antwoord op deze vraag. Ten eerste bevestigen foto's de gebeurtenissen uit het verleden. Ze vormen een aanvulling op het geheugen. Foto's bieden de mogelijkheid herinneringen op te halen aan mensen, plaatsen en gebeurtenissen die met de tijd verloren zijn gegaan. Daarnaast dragen foto's bij aan de creatie en het behoud van sociale relaties. Het bekijken en uitwisselen van foto's vormt een ritueel gebruik binnen de snapshotfotografie. Het delen van verhalen versterkt de banden binnen een familie of andere sociale gemeenschap en leidt ook tot nieuwe sociale relaties. Ten laatste is de fotografie een middel om onze persoonlijke kijk op de wereld vorm te geven. Foto's bieden de mogelijkheid om persoonlijke gedachten, ideeën, waarden en normen in beeld uit te drukken. We kunnen anderen niet alleen laten zien hoe we tegen de wereld aan kijken, de fotografie maakt het ook mogelijk om anderen een beeld te schetsen van wie we zelf zijn.

Het volgende theoretische hoofdstuk gaat over het onderzoek naar de mobiele fotografie. Aan de hand van bestaande theorieën ga ik in op de vier vragen die telkens terug keren in deze thesis: wat, wanneer en waarom fotograferen mensen met een fotomobieltje? En wat doen mensen vervolgens met deze foto's?

6 Onderzoek naar de mobiele fotografie.

Dit hoofdstuk beschrijft verschillende thema's die centraal staan in het debat over de mobiele fotografie. De theoretische uiteenzetting heeft tot doel de gebruiksmogelijkheden van het fotomobieltje te identificeren en de invloed van het apparaatje op de alledaagse fotografische praktijk nader te onderzoeken .

6.1 De komst van het fotomobieltje

Het fotomobieltje vindt haar oorsprong in Japan. In juli 1999 bracht het Japanse bedrijf Kyocera de eerste telefoon met videofunctie op de markt. Maar deze 'Visual Phone' sloeg niet aan bij het grote publiek. Het wijdverspreide gebruik van fotomobieltjes begon met de introductie van Sharp's SH-04 Phone in oktober 2000. Dit was de eerste mobiele telefoon met een ingebouwde digitale camera. Een maand later introduceerde het bedrijf J-Phone de *Sha-mail* functie, het eerste platform waarmee foto's van mobiel tot mobiel konden worden verstuurd (Goggin 2006:141). Sindsdien is de populariteit van het fotomobieltje fenomenaal toegenomen.

Volgens schattingen van het Amerikaanse onderzoeksbureau Infotrends zal de wereldwijde export van fotomobieltjes groeien van 233 miljoen exemplaren in 2004 naar 903 miljoen exemplaren in 2010. In dat jaar zal het fotomobieltje 87 procent van het totale aantal geëxporteerde mobiele telefoons uitmaken (Infotrends 2006). Ook in Nederland deed het fotomobieltje met grote snelheid zijn intrede in het straatbeeld. Over de eerste helft van 2004 was ruim een kwart van de verkochte mobiele telefoon voorzien van een camera. Een jaar later, in de periode 2005-2006, was dit percentage verdrievoudigd tot 80 procent (Gfk 2006). De verwachting is dat het fotomobieltje in de komende jaren de alledaagse camera zal worden voor de meeste consumenten.

De belangrijkste aandrijvingskracht achter de groeiende populariteit van het fotomobieltje is de verbetering van de fotofuncties. In de eerste bestaansjaren beschikte het fotomobieltje over gelimiteerde mogelijkheden in vergelijking met gewone camera's. De kwaliteit van de lenzen was inferieur aan die van digitale en analoge camera's omdat ze van plastic gemaakt waren in plaats van glas. Andere vroege problemen waren gelimiteerde opslag capaciteit, korte accu duur, en een gemis aan controle over belichting, focus en lensgrootte. In de afgelopen jaren zijn de technische mogelijkheden sterk verbeterd. De meeste cameratelefoons zijn tegenwoordig voorzien van een digitale camera met een resolutie tussen de 1 en 5 megapixels. Daarnaast beschikt de telefoon vaak over verschillende toepassingen om foto's te bewerken en te versturen. Naast de technologische verbetering van de cameratelefoon hebben ook andere factoren zoals prijsdalingen, een groter gebruiksgemak, nieuwe diensten en randapparatuur en snellere draadloze bandwijdte

een rol gespeeld bij de toenemende populariteit van het fotomobieltje.

Het onderzoek naar het gebruik van fotomobieltjes staat nog in de kinderschoenen. In de afgelopen vijf jaar verschenen de eerste studies over mobiele fotografie (Koskinnen, Kurvinen en Lehtonen 2002; Ling en Julsrud 2005; Van House, Davis, Ames, Finn en Viswanathan 2005; Van House, Davis, Takhteyev, Ames en Finn 2004). Het academische debat over de nieuwe technologie richt zich op een aantal terugkerende thema's. Deze thema's worden in de komende paragrafen besproken.

Bij het onderzoek naar het gebruik van fotomobieltje is het belangrijk onderscheid te maken tussen twee activiteiten: namelijk 1) het fotograferen met het fotomobieltje en 2) het verzenden of delen van de fotoberichtjes. Het eerste gedeelte van deze theoretische uiteenzetting richt zich op het fotograferen met een fotomobieltje (paragraaf 6.2 en 6.3). Het tweede gedeelte van het theoretisch kader besteedt aandacht aan het verzenden en delen van fotoberichtjes (paragraaf 6.4, 6.5 en 6.6)

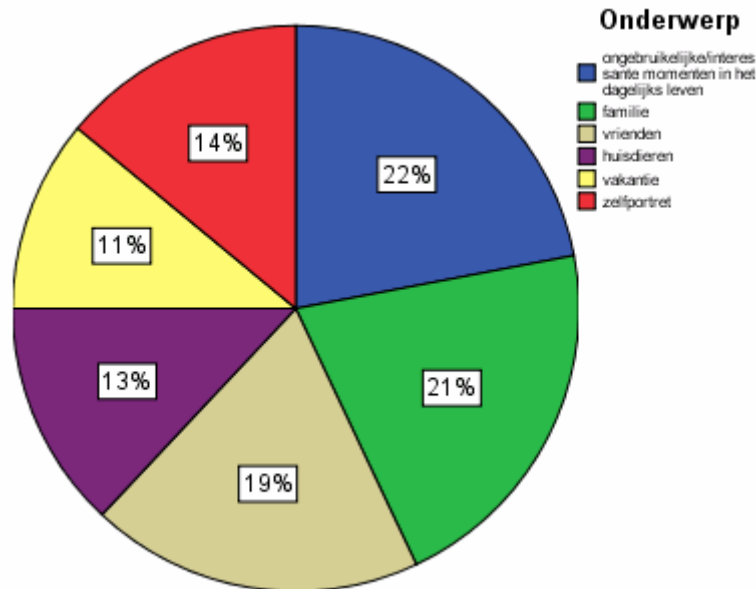
6.2. Mobiele fotografie: het alledaagse karakter van de cameratelefoon

In veel studies naar het fotomobieltje ligt de nadruk op het gebruik van het fotomobieltje in het alledaagse leven (Goggin 2006:145). Een onderzoek van Info-Plant (2002) wijst uit dat het grootste gedeelte van de fotomobiel-gebruikers foto's maakt van interessante of ongebruikelijke gebeurtenissen in het dagelijks leven (Ito 2005:305). Het zijn de vluchtige en spontane momenten van alledag die worden vastgelegd met het fotomobieltje, zoals een kiekje van de kat die in de wasbak is gekropen of een foto van je nieuwe kopsel dat je direct aan je vrienden wilt laten zien. Volgens Ito, Daisuke en Matsuda is dit het overtuigende bewijs van het alledaagse en alomtegenwoordige karakter van de camera telefoon:

Keitai camera users are taking photo's of serendipitous sightings and moments in everyday life (rather than of special planned events that have traditionally been documented by amateur photography): a scene from an escalator in a familiar train station, a delicious looking cake at a café, or a friend who just fell into a puddle. With the keitai camera, the mundane is elevated to a photographic object. (Ito, Okabe en Matsuda, 2005:305)

Volgens Kato et al. zijn er aanwijzingen dat het gebruik van het fotomobieltje verschilt van de analoge of digitale camera. Uit een enquête onder 300 Internet gebruikers door japan.internet.com (2003) blijkt dat de meeste foto's gemaakt met het fotomobieltje gelijk zijn aan de foto's gemaakt met een traditionele camera zoals kiekjes van familie (39,5 procent), vrienden (36,6 procent), huisdieren (23,7 procent) en vakanties (21,5 procent) (Okabe en Ito, 2006). Naast deze traditionele onderwerpen komt ook een nieuwe categorie naar voren.

Volgens Kato et al. wijst deze categorie op een nieuwe vorm van *pervasive phototaking*. Een groot gedeelte van de foto's (42,4 procent) gemaakt met het fotomobieltje tonen ongebruikelijke of interessante momenten in het dagelijks leven. In figuur 1 is de verdeling van de onderwerpen schematisch weergegeven.



Figuur 1 Gefotografeerde onderwerpen met het fotomobieltje in relatieve percentages. Bron: Kato et al. 2005.

Hoe komt het dat mensen met een fotomobieltje steeds meer vluchtige momenten vast leggen in het dagelijks leven? Het alomtegenwoordige karakter van het fotomobieltje maakt de fotografie tot een alledaagse bezigheid. Vroeger hadden maar weinig mensen altijd een camera op zak. Analoge of digitale camera's nemen te veel ruimte in om dagelijks met ons mee te dragen (Riviere 2006:172). Daarnaast zijn ze vaak kostbaar. Maar tegenwoordig hebben de meeste mensen, naast hun tas, portemonnee, sleutels en horloge een fotomobieltje bij zich. Ze hebben bijna altijd een camera tot hun beschikking onder de meest variërende omstandigheden (Goggin 2006:146). In een Japanse studie schrijft Carol Rivière:

When it becomes part of the daily experience of using a mobile phone, photography departs from the realm of the occasional, or even the exceptional that gave it its traditional function. Moreover the photographic act is disassociated from the possession of the unique, specific object, the camera, whose existence and representation consolidated the perception of photography as a specific practice reserved for special occasions, for specific events. (Rivière 2006:171)

De onderzoekster benadrukt het contrast tussen het gebruik van het fotomobieltje en het gebruik van de gewone camera. Zij verwijst naar de studie van Bourdieu uit 1965. In zijn

onderzoek benadrukt Bourdieu de rol van de snapshotfotografie binnen het gezinsleven. Volgens de socioloog is de fotografie een ritueel dat een belangrijke functie heeft in de vereeuwiging van *les grandes moments de la vie familiale*. De mens legt bijzondere gebeurtenissen zoals geboortes, huwelijken en andere traditionele familiefeesten vast om zo een eigen familiegeschiedenis te construeren. (Bourdieu 1965). Bourdieu ziet de camera als een gezamenlijk eigendom, een symbool voor de familie, dat voornamelijk werd gebruikt tijdens rituele aangelegenheden (Rivière 2006:171).

Uit de studie van Rivière blijkt dat de meerderheid van de bevolking bij traditionele aangelegenheden nog steeds gebruik maakt van een gewone camera. (Rivière 2006:172). Tijdens dit soort bijzondere momenten is er vaak behoefte aan een hoge beeldkwaliteit. De amateurfotograaf wil graag zeker weten dat de foto's die hij maakt goed uitpakken en de moeite waard zijn om te bewaren. De inferieure beeldkwaliteit van foto's gemaakt met het fotomobieltje maakt ze minder geschikt om lange tijd te bewaren.

In tegenstelling tot de gewone camera, wordt het fotomobieltje gebruikt om de vluchtige momenten in het dagelijks leven vast te leggen. Volgens Rivière hebben technologische innovaties als het fotomobieltje de grenzen van de fotografie verlegd tot buiten de huiskamer:

Although this family centered function of photography is far from having died, technological progress has extended the use of photography to more diverse situations and rendered its use commonplace where it was once reserved for special occasions. (Rivière 2006:168)

Rivière beschouwt de mobiele fotografie als een vorm van communicatie of een taal die door iedereen gebruikt kan worden op elk tijdstip en op iedere manier. Fotograferen met het fotomobieltje is geen serieuze aangelegenheid maar een leuke bezigheid. Het fotomobieltje maakt de fotografie *commonplace* door het te ontdoen van elke intentie anders dan het eigen plezier (2006:172).

6.3 Mobiele fotografie: de intenties van de maker

Uit de voorgaande paragraaf blijkt dat fotograferen door technologische innovaties als het fotomobieltje een alledaagse bezigheid is geworden. Veel mensen hebben tegenwoordig een camera op zak onder de meest wisselende omstandigheden. In 2004 publiceerden Kindberg et al. een artikel over het dagelijks gebruik van het fotomobieltje. Het doel van het onderzoek was meer inzicht te krijgen in het bereik en de variatie van het gebruik van cameratelefoons, de karakteristieken en context waarbinnen het gebruik plaatsvindt te verhelderen, verschillen in gebruik tussen leeftijdsgroepen te achterhalen en toekomstige wensen en behoeften van de gebruiker vast te stellen.

Kindberg et al. onderzochten welke beweegredenen schuil gaan achter het gebruik van het fotomobieltje. Volgens de Finse onderzoekers kunnen de intenties van de maker meer vertellen over de waarde van het fotomobieltje voor de gebruiker. In de onderstaande kruistabel (tabel 1) zijn vier categorieën weergegeven. De categorieën geven aan met welk doel een foto wordt gemaakt. De verticale kolom bestaat uit een affectieve en een functionele categorie. De affectieve categorie duidt op beelden die zijn gemaakt met een sentimentele of emotionele reden. De functionele categorie betreft beelden die bijdragen aan een specifieke taak of praktisch probleem. De horizontale kolom is opgedeeld in een individuele en een sociale categorie. Soms zijn foto's alleen van belang voor het individu, bijvoorbeeld een foto van een huisdier of een geliefd voorwerp. Andere foto's hebben een sociale functie. Ze herinneren bijvoorbeeld aan een leuk feestje of bijzondere familiebijeenkomst.

	Social				Individual	
Affective	Mutual experience Images used to enrich a shared, co-present experience (either in the moment or later as a memento).	35%	Absent family or friends. Images used to communicate with absent friends or family (either in the moment or later).	21%	Personal reflection. Images used for personal reflection and reminiscing.	41%
Functional	Mutual task. Images shared with people co-present in support of a task (either in the moment or after the event).	4%	Remote task. Images used to help accomplish a task by sharing with remote family, friends or colleagues (either in the moment or later).	8%	Personal task. Images used to support some future task not involving sharing.	10%

Tabel 2 *Functies van foto's gemaakt met de mobiele telefoon. Bron: Kindberg et al. 2004.*

De kruistabel toont zes verschillende functies van beelden gemaakt met een cameratelefoon. De meeste foto's met een sociale functie worden gemaakt om gezamenlijke ervaringen te verrijken of te delen met anderen die op het desbetreffende moment aanwezig zijn. Meestal zijn dit foto's van een individu of een groep mensen. Soms is het een plaatje van een object dat herinnert aan de gebeurtenis. Denk bijvoorbeeld aan een foto van een leuk feestje of mooie verjaardagstaart. Deze beelden (35 procent) vallen onder het kopje *mutual experience*.






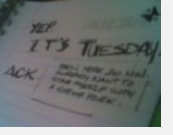
Door de komst van het fotomobieltje kunnen we de foto's die we maken direct doorsturen via MMS of e-mail. Zo kunnen we onze ervaringen delen met vrienden of familie

die zich niet op dezelfde plek bevinden. Deze foto's hebben vaak een symbolische of gedeelde betekenis. Kindberg et al. kiezen voor deze beelden (21 procent) de term *absent family and friends*.

Uit het onderzoek van Kindberg et al. blijkt dat de meeste foto's (41 procent) worden gemaakt met het oog op persoonlijke reflectie en herinnering. Het fotomobieltje wordt gebruikt als een soort digitaal fotomapje met favoriete beelden, zoals de pasfoto's in onze portemonnee. Deze foto's zijn vaak van grote emotionele of sentimentele waarde en hebben een persoonlijke betekenis. Zij vallen onder de categorie *personal reflection*.

Foto's kunnen ook bijdragen aan een bepaalde taak of praktisch probleem. In dat geval behoren zij tot de functionele categorie. Deze beelden worden direct gedeeld met de aanwezigen (4 procent) of worden verstuurd naar vrienden, collega's of familie (8 procent). Zo gebruikte één van de deelnemers in het onderzoek haar fotomobieltje om haar huisgenoten eraan te herinneren de goudvis te voeren. Kindberg et al. spreken in dit geval van een *mutual of remote task*.

De laatste functionele categorie betreft een variëteit aan beelden (10 procent) die gemaakt zijn met het oog op een persoonlijke taak of praktisch probleem. Veel van deze foto's hebben een informatief karakter of worden gemaakt om te experimenteren met de cameratelefoon. Figuur 2 toont een aantal voorbeelden van foto's, gemaakt met een fotomobieltje. De foto's zijn ingedeeld aan de hand van de verschillende categorieën uit het onderzoek van Kindberg et al. (2004).

Mutual Experience	Mutual Task	Absent family or friends	Remote task	Personal reflection	Personal task
					
Party	Deadline reminder	I love you...	Help me!	Arghh!!	Note to self

Figuur 2 Foto's gemaakt met het fotomobieltje ingedeeld in verschillende categorieën. Bron: Kindberg et al. 2004. De foto's zijn afkomstig van www.moblog.net.

6.4 Mobiele fotografie en 'nieuws'

Een thema dat speciale aandacht verdient in dit eerste gedeelte van het theoretisch kader is de invloed van het fotomobieltje op de productie en consumptie van nieuws. Volgens Mizuko Ito en Daisuke Okabe wordt iedereen dankzij het fotomobieltje een nieuwsfotograaf-in-spé:

Unlike the traditional camera, the cameraphone is an intimate and ubiquitous presence that invites a new kind of personal awareness, a persistent alertness to the visually newsworthy that makes photojournalists out of its users. (Ito, Daisuke 2003)

Dit heeft geleid tot een personalisering van het nieuws op twee vlakken (Goggin 2006:147). Ten eerste heerst de opvatting dat het fotograferen van ingrijpende gebeurtenissen nu in handen ligt van de massa. De afgelopen jaren verschenen regelmatig nieuwswaardige amateur-foto's in de pers en op het Internet. Iedereen kent de beelden van de aanslagen op het WTC in New York, de bomaanslagen in London (figuur 3) en Madrid, de foto's uit de Abu Ghraib gevangenis in Irak, de tsunami en de orkaan Katrina in New Orleans. Een bekend Nederlands voorbeeld is de foto die voorbijganger Aron Boksma maakte vlak nadat schrijver en filmmaker Theo van Gogh werd doodgestoken in de Linneasstraat in Amsterdam (Kuiper 2006).



Figuur 3 Twee foto's die voorbijgangers maakten met een mobiele telefoon tijdens de aanslagen op de metro in Londen, juli 2005. Bron: www.bbc.co.uk

De mobiele telefoon laat de meeste rauwe en directe beelden van de werkelijkheid zien. De beelden geven, meer dan de live beelden op televisie, het gevoel aanwezig te zijn, omdat de maker van de beelden geen professionele fotograaf is maar een amateur (Bergeijk 2006). Steeds meer nieuwsorganisaties maken dan ook dankbaar gebruik van de snelle beelden van amateur-fotografen. In 2006 onderzocht Dorien Poirters hoe nieuwsorganisaties in Nederland omgaan met de amateurbeelden van burgers gemaakt met de digitale camera of de mobiele telefoon. Ze onderzocht de beelden in het Algemeen Dagblad, de New York Times en de Britse Times die burger- en professionele fotografen maakten tijdens de aanslagen in London. Poirters kwam tot de conclusie dat nieuwsorganisaties in Nederland de voorkeur geven aan professioneel beeldmateriaal. Kwaliteitscriteria en loyaliteit aan de eigen

fotograaf spelen bij de selectie van het beeldmateriaal een grote rol. Hoewel nieuwsorganisaties belang hechten aan de technische kwaliteit van het beeld zijn ze soms genoodzaakt gebruik te maken van amateurbeelden. Professionele foto's van urgente nieuwsfeiten zoals de aanslagen in London of de moord op Theo van Gogh zijn meestal niet direct beschikbaar. De journalistieke waarde van het beeld heeft dan de hoogste prioriteit.

Een voorbeeld van een nieuwsorganisatie die wel veelduidig gebruik maakt van amateurbeelden is de Duitse Boulevardkrant *Bild*. Deze krant krijgt jaarlijks rond de 100.000 burgerfoto's binnen. Van de foto's die het afgelopen jaar bij de redactie in Hamburg binnenkwamen, haalden er uiteindelijk 2500 de papieren krant, een stuk of zes per dag. Volgens de hoofdredacteur van de krant, Nicolas Fest, neemt de amateurfotografie stormachtig toe. Lezerreporters profiteren van het toeval. Ze zijn toevallig op het juiste moment op de juiste plaats (Dersjant 2007).

De amateur-fotograaf die niet geïnteresseerd is in de gevestigde media heeft tal van andere manieren tot zijn beschikking om de beelden te distribueren of om bij te dragen aan alternatieve vormen van media zoals de Koreaanse website citizen.org of mob- en fotologs als *Flickr* (Goggin 2006:147). In paragraaf 6.6 kom ik hier nog op terug.

Ten tweede verandert de manier waarop nieuws wordt geproduceerd en geconsumeerd dankzij het fotomobieltje. Het nieuws krijgt een steeds persoonlijker karakter. (Goggin 2006: 148). Wat voor de amateur-fotograaf geldt als nieuws- en fotowaardig reikt verder dan de beelden van burgers die terechtkomen in de mainstream media. Volgens Mitzuko Ito lopen steeds meer mensen rond met het oog van een nieuwsfotograaf. Ze maken voornamelijk foto's van alledaagse momenten en gebeurtenissen die alleen nieuwswaardig zijn voor het individu en zijn of haar directe omgeving. Uit de studie van Ito en Daisuke komt naar voren dat mensen het vooral leuk vinden om foto's te maken van familie of vrienden in grappige of rare situaties. Dat is voor de media niet interessant, maar wel voor de directe omgeving.

6.5 Verzenden en delen: het fotomobieltje en de power of now

In het eerste gedeelte van deze theoretische verhandeling is aandacht besteed aan het fotograferen met een fotomobieltje. In de afgelopen vier paragrafen is antwoord gegeven op een aantal belangrijke vragen: wat, wanneer en waarom fotograferen mensen met het fotomobieltje? In dit tweede gedeelte van het theoretische kader staat het verzenden en delen van foto's centraal. Een onderwerp dat regelmatig terugkeert in het debat over de mobiele fotografie is de invloed van het fotomobieltje in termen van tijd. Fotomobieltjes, zo wordt vaak verondersteld, beschikken over de *power of now*. Een foto gemaakt met een mobieltje kan direct bekeken worden door de maker zelf of door anderen (Goggin 2006:148). Het fotomobieltje veronderstelt een soort gevoel van onmiddelijkheid:

People are not limited to just photographing with their phones, as they can also send the photographs directly from the phone to somebody else – as photomessages. By using cameraphones ordinary people can communicate visually over geographic distances nearly in real time. Cameraphones make possible almost synchronous photographic contact with distant others. (Villi 2007:50)

Het fotomobieltje beschikt in tegenstelling tot de gewone camera over de optie beelden met anderen te delen via telecommunicatie en het Internet. Het is niet alleen een medium maar ook een communicatiemiddel (Riviere 2005:174). Eén manier om foto's te versturen is via een Multimedia Message, ook wel MMS-bericht genoemd. MMS is de opvolger van de populaire sms-technologie.

Volgens Barbara Scifo biedt MMS de mogelijkheid anderen te betrekken in de persoonlijke leefwereld. Ten eerste is een fotoberichtje het bewijs van onze aanwezigheid in een bepaalde fysieke ruimte. Daarnaast is een MMS-bericht een soort getuigenis, het wordt gebruikt om persoonlijke ervaringen te beschrijven en met anderen te delen (Scifo 2005:368). In haar studie onderscheidt Scifo drie soorten MMS-berichten. Ten eerste noemt ze de *performative messages*. Deze berichtjes hebben tot doel een specifieke taak of activiteit te regelen. Bijvoorbeeld, wanneer je de buurman vraagt of hij de vis wil voeren. In het geval van een *informative message* spreekt het beeld voor zich. Je neemt een foto van je leuke band en je vrienden weten direct dat je een leuke band hebt en niet op tijd bent voor de afspraak. *Problem solving messages* worden gebruikt om bepaalde situaties of praktische problemen op te lossen. Je bent bijvoorbeeld je college blok vergeten en je wilt aantekeningen maken dus neem je een foto van de presentatie op het bord (Scifo 2005:371). Opvallend is dat Scifo alleen MMS berichten noemt met een praktische functie. In tegenstelling tot de studie van Kindberg et al. besteedt zij geen aandacht aan foto's met een sentimentele waarde of symbolische betekenis.

Uit een onderzoek van Kato et al. blijkt dat vriendinnen en stelletjes de meeste berichtjes naar elkaar versturen. Mannen bekijken de foto's liever op de handset (Kato 2005:306). De foto's tonen, naarmate de relatie intiemer wordt, steeds alledaagsere onderwerpen tonen. Terwijl vrienden en kennissen foto's verzenden die interessant zijn voor de ontvanger, versturen stelletjes foto's van alles wat ze zien om een 'gevoel van samenzijn' te creëren. (Ito 2005).

Whether it is in the immediacy of the exchange between the mobile phones and/or in the instantaneity of the photographic act that we see photography's power of representation, a new imaginary and visual language is introduced, one which upholds and reinforces the emotion inhering in an imagined 'being together'(Rivière 2006:174)

Ondanks alle aansporingen van telefoonmaatschappijen accepteert het grote publiek de nieuwe MMS technologie maar langzaam. Het MMS systeem heeft de nodige kritiek ontvangen vanwege de complexe werkmenu's en configuratie. (Goggin 2006:150). Daarnaast zijn de kosten om een MMS te versturen vrij hoog, van 25 eurocent per bericht oplopend tot 1 euro.⁴ Uit onderzoek blijkt dat slechts een kwart van de gebruikers in verschillende Europese landen wel eens een MMS verstuurd met de mobiele telefoon (M:Metrics 2007). In Nederland ligt dit percentage nog lager. Een meerderheid van de Nederlanders maakt geen gebruik van de mogelijkheid om MMS berichten te verzenden (ANP 2008). Volgens Mizuko Ito wordt de tegenvallende populariteit van MMS veroorzaakt doordat het sturen van foto's als narcistisch en opdringerig wordt ervaren. Een MMS zegt in feite: kijk eens naar mij, hoe leuk ik ben, wat ik nu weer heb gezien en gedaan (Bergeijk 2006).

Uit de studie van Kindberg et al. komt naar voren dat veel mensen hun foto's delen door ze te laten zien op het beeldscherm van de telefoon. Deze foto's zijn meestal bedoeld voor vrienden en familie. Of het zijn foto's met een persoonlijke betekenis die de maker graag met anderen wil delen. Mizuko Ito merkt op dat het fotomobieltje gebruikt wordt als een tijdelijk digitaal foto album. Volgens de onderzoekster verwordt de cameratelefoon, in plaats van een communicatiemiddel, tot een tijdelijk opslagmedium. De foto's op het mobieltje worden overigens niet lang bewaard vanwege de geringe opslagcapaciteit. Als het toestel vol zit worden de foto's weggegooid (Bergeijk 2006).

Het uitprinten van foto's komt niet vaak voor. Een onderzoek naar het gebruik van fotomobieltjes wijst uit dat 44 procent van de consumenten foto's zou willen printen. De kwaliteit van de beelden is echter gering en de kosten om te printen zijn hoog. Consumenten zien er daarom vanaf de foto's af te drukken (Krivel 2006).

6.6 Verzenden en delen: online photosharing en social software

Volgens Goggin (2006:151) maken de meeste mensen, in plaats van MMS, gebruik van het Internet om beelden te verzenden en te delen. De uitwisseling van beelden aan de hand van email, peer-to-peernetwerken, het web, memory sticks, CD's, DVD's, usb-kabels en draadloze toepassingen zoals Bluetooth maakt het makkelijk om foto's te delen, manipuleren, vertonen of printen. Een populaire manier om foto's te delen is via een online photoblog of photosharingsite. Beelden van fotomobieltjes kunnen worden ge-upload naar deze sites aan de hand van een computer of direct vanaf de telefoon aan de hand van een webbrowser, MMS of email. De foto's kunnen vervolgens worden gearchiveerd met behulp

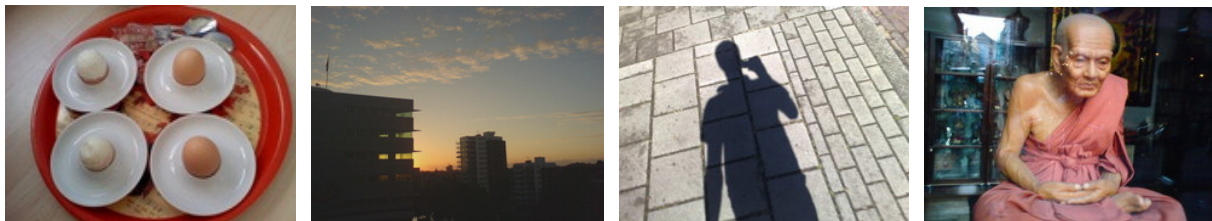
⁴ <http://www.mmsinstellen.nl/kosten.htm>

van tags of sleutelwoorden⁵. De gebruiker beslist zelf of de foto's toegankelijk zijn voor een groter publiek of alleen voor familie en vrienden. Cohen omschrijft de photoblog als volgt:

A photoblog is a type a blog that is regularly updated with photos. Some photoblogs focus only on photography, while others have photos in addition to other content. All photoblogs, however, consider photos to be an important part of their chronological blogging structure (Cohen 2008:886).

Uit het onderzoek van Cohen blijkt dat photobloggers voornamelijk foto's maken van alledaagse momenten. Volgens de bloggers vindt het 'echte leven' traditioneel buiten het beeld van de camera plaats. Op de blogs willen zij juist dit 'echte leven' laten zien (Cohen 2008:887). Dit komt ook tot uiting in de esthetische normen die zij hanteren. Photobloggers, zo blijkt uit het onderzoek, houden niet van geposeerde foto's. Ze hebben liever foto's van mensen zoals ze werkelijk zijn. Voor de photoblogger is de foto niet alleen een ding maar ook een ervaring. Ze dragen altijd een camera met zich mee, het fotograferen vormt een belangrijk onderdeel van hun dagelijks leven (Cohen 2008:890).

Een tweede populaire manier om foto's te delen is via een photosharingsite. Eén van de meest bekende photosharingsites is *Flickr* (www.flickr.com). Volgens Nancy VanHouse zien de meeste gebruikers *Flickr* als een sociale gemeenschap, een plek om foto's met anderen te delen. Fotocollecties op dit soort websites zijn vergankelijk van aard. De interesse van de gebruiker gaat uit naar recente foto's, oudere beelden worden bijna nooit bekeken (VanHouse 2007:3). Figuur 4 laat een aantal voorbeelden zien van foto's afkomstig van de Nederlandse photoblog: www.moblog.nl.



Figuur 4 Foto's van de Nederlandse moblog ik@moblog.nl gemaakt in juni 2008. Bron: www.moblog.nl

Naast photosharingsites en photoblogs speelt het fotomobieltje ook een rol op het gebied van de social software. Deze software heeft tot doel om de totstandkoming en het behoud van netwerken tussen mensen te vereenvoudigen (Gorissen 2006:4). Voorbeelden van

⁵ Tagging is het door gebruikers categoriseren van een object met trefwoorden die voor hun betekenis hebben. Een foto van de Eiffeltoren kan, afhankelijk van de gebruiker getagd worden als 'architectuur', 'parijs' of 'vakantie'. De tags fungeren niet alleen als structuur voor de eigenaar maar tevens als zoekingang voor andere gebruikers.

social software zijn Hyves en SellaBand⁶. Deze toepassingen maken onderdeel uit van het Web 2.0. Over deze term wordt veel gediscussieerd, een eenduidige definitie van het woord bestaat niet. Web 2.0 is geen nieuwe technologie maar een opvatting over het Internet. De term staat voor de opleving die Internet op dit moment doormaakt, aangezwengeld door de populariteit van het delen en samenwerken tussen Internetgebruikers en gebruiksvriendelijkere webpagina's. Gebruikers kunnen steeds meer ervaringen online delen bijvoorbeeld via MSN, chat, bookmarks, productrecensies, weblogs en foto's. De gebruiker is niet alleen meer een ontvanger van informatie maar neemt actief deel aan de creatie van het web.

6.7 Conclusie

Hieronder volgt een samenvatting van de belangrijkste resultaten uit de besproken literatuur. Deze resultaten hebben betrekking op de vier vragen die centraal staan in deze thesis: wat, wanneer en waarom fotograferen mensen met een fotomobielletje? En wat doen ze vervolgens met de foto's?

Het onderzoek van Kato et al. (2005) en Mitzuko Ito (2003) toont aan dat de fotografie, dankzij het fotomobielletje, is uitgegroeid tot een alledaagse bezigheid. Mensen hebben tegenwoordig altijd een camera op zak onder de meest wisselende omstandigheden. Volgens de onderzoekers heeft het alledaagse en alomtegenwoordige karakter van de cameratelefoon geleid tot een nieuwe vorm van fotografie. Het grootste gedeelte van de fotomobielgebruikers maakt foto's van interessante of ongebruikelijke gebeurtenissen in het dagelijks leven.

Rivière (2006) benadrukt het contrast tussen het gebruik van het fotomobielletje en het reguliere fototoestel. Zij verwijst naar de studie van Bourdieu uit 1965. Uit zijn studie blijkt dat het reguliere fototoestel voornamelijk wordt gebruikt om de traditionele momenten in het gezinsleven vast te leggen. Volgens Rivière heeft het fotomobielletje de grenzen van de fotografie verlegd tot buiten de huiskamer. Iedereen kan met het fotomobielletje een foto maken, ongeacht het tijdstip of de plaats. Het fotomobielletje is de camera bij uitstek om een spontane emotie of onvoorziene situatie vast te leggen.

De studie van Kindberg et al. laat zien welke beweegredenen schuil gaan achter het dagelijks gebruik van het fotomobielletje. De meeste foto's worden gemaakt met het oog op persoonlijke reflectie en herinnering. Het fotomobielletje wordt vaak gebruikt als een digitaal

⁶ Hyves is een online-vriendennetwerk waar mensen berichten, foto's, muziek en video's met elkaar kunnen delen. Sellaband brengt artiesten en fans bij elkaar om samen muziek te maken en geld in te zamelen voor het bandje. Zie voor meer informatie: www.hyves.nl en www.sellaband.com.

fotomapje met favoriete beelden. Deze foto's zijn van grote emotionele of sentimentele waarde voor het individu. Daarnaast maken mensen foto's om een gezamenlijke of persoonlijke ervaring met anderen te delen. Deze foto's hebben een symbolische of gedeelde betekenis. Een kleiner gedeelte van de foto's, gemaakt met het fotomobieltje, draagt bij aan een bepaalde taak of oplossing van een praktisch probleem.

De invloed van het fotomobieltje reikt verder dan de dagelijkse momenten die mensen fotograferen. Ook de productie en consumptie van nieuws is veranderd door de komst van het fotomobieltje. Dankzij het fotomobieltje wordt iedereen een nieuwsfotograaf-in-spé. Dit heeft geleid tot een personalisering van het nieuws op twee vlakken. Ten eerste ligt het fotograferen van nieuwswaardige gebeurtenissen nu in de handen van de massa. Steeds meer beelden van amateurfotografen krijgen een plaats in de gevestigde media. Ten tweede verandert de manier waarop het nieuws wordt geproduceerd en geconsumeerd. Wat voor de amateurfotograaf geldt als nieuws- en fotowaardig reikt verder dan de beelden in de gevestigde media. Het fotomobieltje wordt voornamelijk gebruikt om alledaagse momenten of onverwachte gebeurtenissen vast te leggen die alleen nieuwswaardig zijn voor het individu en zijn of haar directe omgeving.

In tegenstelling tot het reguliere fototoestel biedt het fotomobieltje de mogelijkheid om foto's direct te bekijken of met anderen te delen. Het is niet alleen een medium maar ook een communicatiemiddel. Eén manier om foto's met anderen te delen is via een MMS-bericht. De MMS-technologie biedt de mogelijkheid om anderen te betrekken in de persoonlijke leefwereld en een gevoel van samenzijn te creëren. Uit onderzoek van Kato et al. (2005) blijkt dat het versturen van foto's meestal beperkt blijft tot een intieme groep familie en vrienden.

Ondanks aansporingen van telefoonmaatschappijen kampt de MMS-technologie met een tegenvallende populariteit. Het versturen van foto's wordt vaak als opdringerig en narcistisch ervaren. Veel mensen delen foto's met anderen door ze te laten zien op het beeldscherm van de telefoon. In plaats van een communicatiemiddel wordt het fotomobieltje vaker gebruikt als tijdelijk opslagmedium. De foto's op het fotomobieltje worden meestal niet lang bewaard vanwege de geringe opslagcapaciteit en lage beeldkwaliteit. Als het toestel vol zit worden de foto's weggegooid.

Andere mensen maken in plaats van MMS gebruik van het Internet om beelden te verzenden en te delen. Op online-photosharing sites en moblogs kunnen gebruikers hun foto's uploaden en archiveren. De gebruiker beslist zelf of de foto's toegankelijk zijn voor een groter publiek of alleen voor familie en vrienden.

6.8 Verwachtingen

Zoals reeds vermeld in paragraaf 4.2 hebben de bovenstaande resultaten betrekking op het

dagelijks gebruik van fotomobieltjes in Japan. Deze Japanse studies vormen de theoretische onderbouwing voor het onderzoek. Aan de hand van de bovenstaande resultaten stel ik een aantal verwachtingen op. Deze verwachtingen zullen in een enquête worden getoetst aan de Nederlandse situatie. Wat zijn die verwachtingen?

- I. Ten eerste verwacht ik, naar aanleiding van het onderzoek van Kato en Ito, dat mensen met een fotomobieltje meer foto's maken van *alledaagse momenten*. In tegenstelling tot het reguliere fototoestel, dat wordt gebruikt om traditionele gebeurtenissen zoals geboortes, huwelijken en verjaardagen vast te leggen, nemen mensen het fotomobieltje ter hand om foto's te maken van spontane momenten in het dagelijks leven.
- II. Ten tweede verwacht ik dat mensen met het fotomobieltje meer foto's maken van *onverwachte gebeurtenissen of situaties*. De studies van Ito en Goggin tonen aan dat de invloed van het fotomobieltje verder reikt dan de dagelijkse momenten die mensen fotograferen. Door de komst van het fotomobieltje wordt iedereen een fotojournalist-inspé. Elke onverwachte gebeurtenis in de persoonlijke of publieke levenssfeer wordt nieuws- en fotowaardig voor het individu.
- III. Ten derde verwacht ik dat mensen steeds meer *buitenshuis* zijn gaan fotograferen. Volgens Rivière heeft het fotomobieltje de grenzen van de fotografie verlegd tot buiten de huiskamer. Mensen maken meer foto's *tijdens uiteenlopende activiteiten en op wisselende locaties*. Het fotomobieltje staat immers altijd tot onze beschikking ongeacht het tijdstip of de plaats.
- IV. Na de bestudering van de literatuur verwacht ik dat mensen in het algemeen *meer* zijn gaan *fotograferen* en dat zij, wanneer zij foto's maken met een fotomobieltje, minder bewuste keuzes maken. Mensen hebben het fotomobieltje immers altijd op zak, met een klik op de knop is een foto gemaakt. Daarnaast hoeven gebruikers dankzij het digitaliseringsproces geen rekening te houden met verwerkingskosten, verwerkingsduur of opslagcapaciteit.
- V. In overeenstemming met het onderzoek van Kindberg et al. verwacht ik dat de meeste mobiele snapshots worden gemaakt met het oog op *persoonlijke reflectie en herinnering*. Daarnaast verwacht ik, naar aanleiding van de studies van Kindberg et al. en Rivière, dat veel gebruikers foto's maken om *persoonlijke of gezamenlijke ervaringen* met anderen te delen. Het onderzoek van Scifo wekt de verwachting dat gebruikers ook veel foto's maken die bijdragen aan een *bepaalde taak of oplossing van*

een praktisch probleem.

- VI. De literatuur laat geen eenduidig beeld zien van de manier waarop mensen hun foto's bewaren. Volgens Kindberg et al. gebruiken de meeste mensen het fotomobieltje als een *digitaal fotomapje met dierbare herinneringen*. Ito stelt dat het fotomobieltje, niet als digitaal fotomapje, maar als *tijdelijk opslagmedium* wordt gebruikt. Volgens de onderzoekster worden de meeste foto's vanwege de lage beeldkwaliteit en geringe opslagcapaciteit direct gewist. Uit de resultaten van mijn onderzoek zal blijken welke opslagmethode in Nederland het meest wordt gebruikt.
- VII. Ten zesde verwacht ik dat het versturen van foto's per *MMS minder populair* is dan de literatuur doet vermoeden. Uit onderzoek van M:Metrics blijkt dat de MMS-technologie heeft te kampen met een tegenvallende populariteit. Daarnaast wordt het verzenden van foto's volgens Ito vaak als opdringerig en narcistisch ervaren.
- VIII. Uit de literatuur blijkt dat over het delen en verzenden van mobiele snapshots verschillende opvattingen bestaan. Volgens Goggin maken de meeste mensen in plaats van MMS gebruik van *het Internet* om foto's met anderen te delen. Dit doen ze aan de hand van photosharingsites, photoblogs en social software. Het onderzoek van Kindberg et al. toont echter aan dat de meeste foto's direct worden bekeken *op het scherm van de mobiele telefoon*. Uit de resultaten van mijn onderzoek zal blijken hoe het Nederlandse gebruikersgedrag zich tot deze opvattingen verhoudt.

Eerst beschrijf ik in hoofdstuk zeven hoe de enquête tot stand is gekomen. Vervolgens komen in hoofdstuk acht en negen de resultaten van het onderzoek aan bod. Hoofdstuk tien belangrijkste resultaten van het onderzoek en beantwoording van de onderzoeksvraag.

7 Methode en operationalisatie

In dit hoofdstuk worden de methodologie en operationalisatie toegelicht. De eerste paragraaf richt zich op de aard van het surveyonderzoek. In de tweede paragraaf staat beschreven hoe deze methode vorm heeft gekregen binnen dit onderzoek. Ten slotte wordt in de laatste paragraaf besproken hoe de uiteindelijke vragenlijst tot stand is gekomen.

7.1 Verantwoording van de methode: de enquête

Om het dagelijks gebruik van fotomobieltjes in Nederland te onderzoeken is ervoor gekozen een enquête voor te leggen aan de gebruiker. Bij de opzet van het onderzoek moesten twee belangrijke afwegingen worden gemaakt. 1) wordt het een bevolkingsonderzoek of een onderzoek onder gebruikers van fotomobieltjes en 2) maak ik gebruik van een kwantitatieve of kwalitatieve methode. Ten eerste is, in plaats van een bevolkingsonderzoek, gekozen voor een onderzoek onder de gebruikers van fotomobieltjes in Nederland. Met de term gebruiker duid ik op iedere Nederlander die één of meerdere malen gebruik heeft gemaakt van de fotofunctie op de mobiele telefoon (zie par.7.2). Bij de keuze voor een bevolkingsonderzoek zullen ook niet-gebruikers in de steekproef terecht komen. Dat is niet relevant voor de beantwoording van de centrale vraag.

Ten tweede is gekozen om kwantitatief onderzoek te doen in de vorm van een enquête. Naast de enquête behoorden ook kwalitatieve methodes als focus-groep of diepte-interviews tot de mogelijkheden. Deze methoden kunnen zeer nuttig zijn omdat zij veel en diepgaande informatie opleveren. Maar zij sluiten niet aan bij het doel van dit onderzoek. Het doel is om het gebruikersgedrag te onderzoeken van een grootschalige en heterogene groep gebruikers. Een kwantitatieve onderzoeksmethode als de enquête sluit het beste aan bij deze doelstelling. De enquête is grootschaliger en hiermee vaak meer representatief dan kwalitatieve onderzoeksmethoden. Dankzij het grootschalige karakter, zijn de resultaten van de enquête te generaliseren naar een grote heterogene populatie.

Bij de keuze voor een onderzoeksmethode als de enquête moet nog een derde afweging worden gemaakt. Enquêtes kunnen op verschillende manieren worden afgenomen, bijvoorbeeld via de telefoon, aan de hand van e-mail of in een persoonlijk gesprek. Om verschillende redenen heb ik gekozen om gebruik te maken van een online-enquête. Ten eerste biedt een online-enquête de mogelijkheid een grote en heterogene groep gebruikers te bereiken. Door de vragenlijst op verschillende websites en forums te plaatsen is getracht een groep gebruikers te benaderen die varieert in leeftijd, geslacht en andere demografische en socio-economische kenmerken. Daarnaast biedt een online-enquête de mogelijkheid om gebruikers te vragen een foto te uploaden of mee te sturen met de elektronische vragenlijst.

Zo kan ik niet alleen het gedrag maar ook de foto's die gebruikers maken onderzoeken. Daarnaast heeft de online-enquête nog een aantal algemene voordelen. De respondent kan zelf kiezen waar en wanneer de enquête wordt ingevuld en de automatische dataverzameling maakt het mogelijk de gegevens direct te verwerken in de computer. Ook de kans op fouten in de verwerking van de data is minder klein.

7.2 Operationalisatie

In deze paragraaf staat beschreven hoe de vragenlijst vorm heeft gekregen in dit specifieke onderzoek. Eerst wordt aandacht besteedt aan de definiëring en afbakening van de populatie en de selectie van de onderzoekseenheden. Vervolgens wordt duidelijk hoe de gebruikers van fotomobieltjes zijn benaderd om deel te nemen aan de vragenlijst. Ten slotte wordt ingegaan op de totstandkoming van de vragenlijst en de operationalisatie van de begrippen.

7.2.1 Beschrijving van de doelgroep

Helaas zijn er weinig gegevens bekend over de socio-economische situatie van fotomobielgebruikers in Nederland. Dit maakt het lastig een duidelijke afbakening te maken van de populatie. De vragenlijst in dit onderzoek is bedoeld voor alle bezitters van een mobiele telefoon in Nederland die één of meerdere malen gebruik hebben gemaakt van de fotofunctie op de telefoon. Door een breed en divers publiek te benaderen is het mogelijk een relatief groot aantal respondenten te bereiken. Dit zal de generaliseerbaarheid van de resultaten ten goede komen.

Uit de tot nu toe bekende gegevens blijkt dat het aantal mobiele telefoons in Nederland de 19 miljoen ruim is gepasseerd⁷. Per 100 Nederlanders zijn er gemiddeld 109 mobiele telefoons. De mobiele markt is verzadigd. Dit betekent dat de overgrote meerderheid van de Nederlandse bevolking beschikt over een mobiele telefoon. Maar niet alle mobiele telefoons zijn voorzien van een digitale camera. Uit onderzoek van Gfk (2006) blijkt dat 80% van de verkochte mobiele telefoons in de periode 2005-2006 was voorzien van een ingebouwde camera. Aan de hand van deze gegevens kan een globale inschatting worden gemaakt van het percentage cameratelefoons dat in omloop is. Wanneer er 19 miljoen mobiele telefoons in Nederland zijn waarvan ten minste 80 procent is uitgerust met een digitale camera dan zijn er ongeveer 15,2 miljoen cameratelefoons in Nederland.

Maar niet al deze fotomobieltjes worden gebruikt. Uit een recent onderzoek onder mobiele telefoongebruikers komt naar voren dat ruim 50 procent geen gebruik maakt van de fotofunctie op de mobiele telefoon (ANP 2008). Het merendeel van de Nederlanders vindt een camera op de telefoon overbodig. Van de 15,2 miljoen cameratelefoons in Nederland

⁷<http://www.pocketinfo.nl>

worden er ongeveer 7,6 miljoen gebruikt.

7.2.2 Benadering van de doelgroep

Nadat de enquête is opgezet is deze door verschillende personen getest op de lengte en moeilijkheidsgraad. Op 7 januari 2008 is de online-enquête gepubliceerd en heeft tot 18 maart 2008 online gestaan. De deelnemers zijn benaderd via het eigen netwerk, via verschillende fotoforums zoals photoq.nl en het netwerk Hyves. Aan de hand van een persoonlijk e-mail bericht of oproep op de forumsites is de respondenten gevraagd mee te werken aan de vragenlijst. In deze e-mail/oproep stond ook een verzoek aan de deelnemers om de link door te sturen aan vrienden, familie en kennissen. Na twee weken hebben alle respondenten een herinneringsbericht ontvangen. Uiteindelijk zijn 454 respondenten aan de vragenlijst begonnen, 240 deelnemers (53%) hebben de vragenlijst volledig ingevuld. Gezien de vragen in de enquête is deze respons alleszins redelijk te noemen.

Bovenstaande methode van selectie heeft mogelijk tot gevolg dat de representativiteit van de gebruikersgroep afneemt. Door deelnemers te benaderen vanuit het eigen netwerk bestaat de kans dat de hogere leeftijdscategorieën zijn ondervertegenwoordigd. Dit is ondervangen door oproepen te plaatsen op verschillende forums zoals photoq.nl. en deelnemers in de leeftijd boven de dertig jaar actief te benaderen. Daarnaast toont eerder onderzoek aan dat de meerderheid van de gebruikers van fotomobieltjes zich bevindt in de leeftijdscategorie tussen de 18 en 35 jaar (Kim and Chan 2007). Het valt te verwachten dat de meeste deelnemers in dit onderzoek tot deze leeftijdscategorie behoren.

Een mogelijk struikelblok in de enquête is de vraag aan respondenten een foto, gemaakt met het fotomobieltje, op te sturen. Respondenten kunnen dit op twee verschillende manieren doen: ze kunnen de foto versturen naar een e-mailadres of uploaden via een link in de vragenlijst. Uiteindelijk hebben de respondenten 49 foto's opgestuurd. Deze zijn gekoppeld aan de individuele vragenlijsten. In de analyse van het onderzoek zal apart aandacht worden besteed aan deze beelden.

7.2.3 Totstandkoming van de vragenlijst

Om de data voor het kwantitatieve onderzoek te verzamelen is er een gestandaardiseerde en gestructureerde vragenlijst opgesteld. De online-enquête is zo gemaakt dat de respondent de vragen snel en gemakkelijk kan beantwoorden. Hiertoe is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van multiple-choice vragen. Traditionele richtlijnen met betrekking tot deze antwoordmethode gaan uit van zeven antwoordmogelijkheden met een marge van twee (dus minimaal vijf en maximaal negen categorieën). Om de antwoordmogelijkheden niet te gedetailleerd en complex te maken is deze marge daar waar mogelijk aangehouden. Bijlage I toont een papieren versie van de vragenlijst zoals die in het onderzoek gebruikt is.

Na de bestudering van de relevante literatuur heb ik in paragraaf 6.8 een aantal verwachtingen opgesteld. Deze verwachtingen vormen de basis voor de input van de vragenlijst. In tabel 1 is een overzicht opgenomen met de onderwerpen uit de vragenlijst en de daarbij behorende vragen. De figuur geeft inzicht in de operationalisatie.

Onderwerp	In vragenlijst
Inleiding	Start, introductie
Persoonlijke kenmerken	Vraag 1 t/m 4
Technische eigenschappen van het fotomobieltje	Vraag 5 t/m 8
Fotograferen: frequentie en beoefening	Vraag 9 t/m 11
Beschrijving van een foto	Vraag 12 t/m 15
Bewaren en versturen	Vraag 16 t/m 17
De toekomst van het fotomobieltje	Vraag 18 t/m 20

Tabel 3 *Overzicht van onderwerpen in vragenlijst en bijbehorende vragen.*

Zoals blijkt uit bovenstaande figuur wordt er na de inleiding en de vragen over persoonlijke kenmerken ingegaan op de technische specificaties van de cameratelefoon. Deze informatie schetst een beeld van de eigenschappen en gebruiksmogelijkheden van de fotomobieltjes. Hierbij valt te denken aan vragen over het telefoonmerk, de telefoonaansluiting en de resolutie van de camera. Deze vragen zijn niet theoretisch onderbouwd en behoeven daarom geen verdere inhoudelijke uitleg.

Het tweede gedeelte van de enquête richt zich op het gedrag van de gebruiker. Vraag 9 en 10 gaan over de frequentie van het gebruik. De respondenten wordt gevraagd hoeveel foto's zij gemiddeld per week maken en of zij meer, minder of evenveel fotograferen nu zij in het bezit zijn van een fotomobieltje. Naar aanleiding van de literatuur in hoofdstuk 6 heb ik de verwachting uitgesproken (par. 6.8. IV) dat mensen door de komst van het fotomobieltje *meer* zijn gaan fotograferen. Uit de antwoorden op vraag 9 en 10 zal blijken of de Nederlandse gebruiker inderdaad meer is gaan fotograferen.

Vervolgens leg ik de respondenten zes stellingen over het dagelijks gebruik van het fotomobieltje voor (vraag 11). Deze stellingen zijn gebaseerd op de verwachtingen zoals beschreven in paragraaf.6.8. In tabel 2 zijn de stellingen en de verwachtingen die hiermee corresponderen schematisch weergegeven. De respondenten kunnen aan de hand van de

antwoordcategorieën 'ja' of 'nee' aangeven of de stellingen van toepassing zijn op het eigen gebruik.

Stellingen		Verwachtingen	
1	Omdat ik een fotomobieltje heb maak ik vaak foto's van onverwachte dingen die ik meemaak	II	Mensen maken meer foto's van onverwachte gebeurtenissen.
2	Fotograferen met mijn fotomobieltje gaat vanzelf, ik maak niet echt bewuste keuzes.	III	Mensen maken minder bewuste keuzes wanneer zij fotograferen met een fotomobieltje.
3	Ik maak met mijn fotomobieltje vaak foto's van alledaagse dingen die ik meemaak.	I	Mensen maken meer foto's van alledaagse momenten.
4	Tijdens speciale gelegenheden zoals huwelijken, geboortes, verjaardagen en feestjes maak ik altijd wel een foto met mijn fotomobieltje.	I	In tegenstelling tot het reguliere fototoestel, dat wordt gebruikt om traditionele gebeurtenissen vast te leggen nemen mensen het fotomobieltje ter hand om foto's te maken van spontane momenten in het dagelijks leven.
5	Ik zou het jammer vinden als de foto's die ik met mijn fotomobieltje heb gemaakt zoek raken.	VI	Het fotomobieltje wordt gebruikt als digitaal fotomapje met dierbare herinneringen.
6	Ik bewaar de foto's op mijn fotomobieltje zodat ik ze kan zien of laten zien, het is een soort foto-album	VI VIII	Het fotomobieltje wordt gebruikt als digitaal fotomapje met dierbare herinneringen. Foto's gemaakt met het fotomobieltje worden met anderen gedeeld door ze te bekijken op het scherm van de telefoon.

Tabel 4 Stellingen en corresponderende verwachtingen.

In het derde gedeelte van de enquête wordt de respondenten gevraagd een beschrijving te geven van een foto die zij kenmerkend vinden voor het fotograferen met een fotomobieltje. De foto wordt beschreven aan de hand van de drie onderstaande vragen:

- Wie of wat staat er op de foto?
- Waar was u toen u de foto maakte?
- Wanneer maakte u de foto?

Bij de opzet van deze vraag is gekozen voor een open antwoordmogelijkheid. Dit biedt de respondenten de ruimte om een uitgebreide beschrijving te geven van de foto's. Op deze manier wordt de meest volledige informatie verkregen. De antwoorden van de respondenten zullen uiteindelijk worden gecategoriseerd. De online-enquête biedt de respondenten de mogelijkheid om de foto die ze beschrijven te versturen via e-mail of te uploaden naar een website. Deze foto's zullen onderdeel uitmaken van de analyse.

De respondenten wordt ook gevraagd waarom zij de foto hebben gemaakt. Vraag 13 bestaat uit tien antwoordcategorieën waar de respondenten een keuze uit kunnen maken. Deze antwoordcategorieën zijn gebaseerd op de verwachtingen zoals beschreven in paragraaf 6.8. In tabel 6 staan de antwoordcategorieën en daarbij behorende verwachtingen.

Antwoordmogelijkheden		Verwachtingen	
1	Ik fotografeerde niet bewust, het ging eigenlijk vanzelf.	IV	Mensen maken minder bewuste keuzes wanneer zij fotograferen met een fotomobielletje.
2	Bij een situatie of gelegenheid als deze behoort je een foto te maken	I	In tegenstelling tot het reguliere fotoestel, dat wordt gebruikt om traditionele gebeurtenissen vast te leggen nemen mensen het fotomobielletje ter hand om foto's te maken van spontane momenten in het dagelijks leven.
3	Ik wilde zelf het moment vastleggen en niet meer vergeten	V	De meeste foto's worden gemaakt met het oog op persoonlijke reflectie en herinnering
4	Ik wilde het moment vastleggen om het met anderen te delen	V	Veel gebruikers maken foto's om persoonlijke of gezamenlijke herinneringen met anderen te delen.
5	Anderen vroegen mij een foto te maken	-	-
6	Ik wilde een mooie foto maken	V	De meeste foto's worden gemaakt met het oog op persoonlijke reflectie.
7	Ik wilde een grappige foto maken	V	De meeste foto's worden gemaakt met het oog op persoonlijke reflectie.
8	Ik maakte de foto om data of informatie op te slaan	V	Gebruikers maken veel foto's die bijdragen aan een bepaalde taak of oplossing van een praktisch probleem.

Tabel 5 *Antwoordmogelijkheden en corresponderende verwachtingen.*

In het derde gedeelte van de enquête staat het delen en versturen van foto's centraal. De respondenten wordt gevraagd hoe ze de foto's die ze met het fotomobielletje maken bewaren. Bij de opzet van de vraag is getracht alle gangbare opslagmogelijkheden weer te geven. Vervolgens wordt de respondenten gevraagd op welke manier ze de foto's met anderen delen. Laten ze de foto's zien op het beeldscherm van de telefoon, versturen ze de foto's via MMS, Bluetooth, Infrarood of e-mail, printen ze de foto's uit en versturen ze de foto's via de post? Of zetten ze de foto's op het Internet? De verschillende manieren om foto's te verzenden zijn afgeleid uit de bestudeerde literatuur.

De laatste vragen in de enquête richten zich op het gebruik van het reguliere fotoestel en

de toekomst van het fotomobieltje. Eerst wordt de respondenten gevraagd of zij naast het fotomobieltje gebruik maken van een reguliere camera. Vervolgens wordt gevraagd naar de frequentie van het gebruik. Zo kan later in de analyse een vergelijking worden gemaakt tussen de gebruiksfrequentie van het fotomobieltje en het reguliere fototoestel.

Daarnaast wordt de respondenten gevraagd waarom zij, naast het fotomobieltje, gebruik maken van een regulier fototoestel. Aan de hand van de antwoorden van de respondenten kan worden bekeken welke factoren een rol spelen bij de keuze voor het fotomobieltje of de reguliere camera.

8 Het gebruik van fotomobieltjes in Nederland.

Dit hoofdstuk besteedt in de eerste paragraaf aandacht aan de algemene kenmerken van fotomobielgebruikers in Nederland anno 2007. Ondanks de groeiende aandacht voor het nieuwe fenomeen is de informatie over deze groep gebruikers nog steeds beperkt. Voordat uitspraken kunnen worden gedaan over de motivaties en het gedrag van de gebruiker moet eerst in kaart worden gebracht wie het fotomobieltje gebruikt.

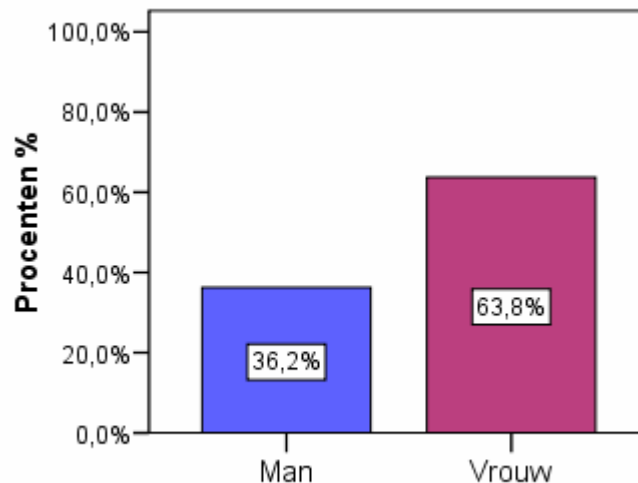
8.1 Algemene kenmerken

In het eerste gedeelte van de vragenlijst is naar het geslacht en de leeftijd van de respondenten gevraagd. In deze paragraaf worden de resultaten kort besproken.

8.1.1 Geslacht en leeftijd van de gebruikers

De eerste vraag in de enquête betreft het geslacht van de respondenten. Uit de resultaten komt naar voren dat meer dan tweederde van de deelnemers vrouw is (63,8%). Dit betekent dat 153 vrouwen de vragenlijst hebben ingevuld. Zevenentachtig mannen namen deel aan het onderzoek. Zij maken 36,2 procent uit van de totale groep respondenten (figuur 5). Dit onderzoek betreft dus veel meer vrouwelijke dan mannelijke gebruikers.

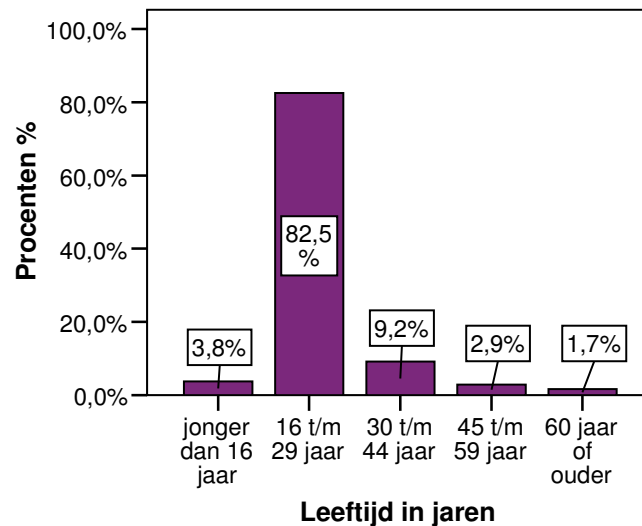
Figuur 5 Geslacht respondenten.



De respondenten is ook gevraagd tot welke leeftijdscategorie zij behoren. Figuur 6 visualiseert de antwoorden op deze vraag. Om het inzichtelijk te maken zijn de leeftijden ingedeeld in categorieën. De meeste respondenten (82,5 %) zijn tussen de 16 en 29 jaar. De andere leeftijdscategorieën zijn ondervertegenwoordigd. Slechts 22 deelnemers zijn tussen de 30 en 44 jaar. Een nog kleinere groep (4,6%) behoort tot de twee hogere leeftijdscategorieën. Wat opvalt, is dat er weinig jonge respondenten zijn (3,8%) terwijl

het mobieltje vaak een belangrijke rol speelt in het dagelijks leven van deze jonge groep gebruikers. Een mogelijke verklaring kan zijn dat deze leeftijdsgroep moeilijker te bereiken is via de websites waarop de vragenlijst is gepubliceerd. Ook de gebruikte benaderingsmethode, de sneeuwbalsteekproef, kan van invloed zijn geweest op de selectie van de respondenten. De resultaten uit dit onderzoek zijn, zo blijkt uit onderstaande figuur, voornamelijk van toepassing op gebruikers in de leeftijd van 16 tot en met 29 jaar.

Figuur 6 Leeftijd respondenten naar leeftijdscategorie.



8.1.2 Deelconclusie

Paragraaf 8.1 laat zien dat aan dit onderzoek bijna twee keer zoveel vrouwen als mannen deelnamen. Uit de leeftijdsverdeling blijkt dat de overgrote meerderheid van de deelnemers aan het onderzoek in de leeftijdscategorie valt van 16 tot en met 29 jaar.

8.2 Technische eigenschappen van fotomobieltjes.

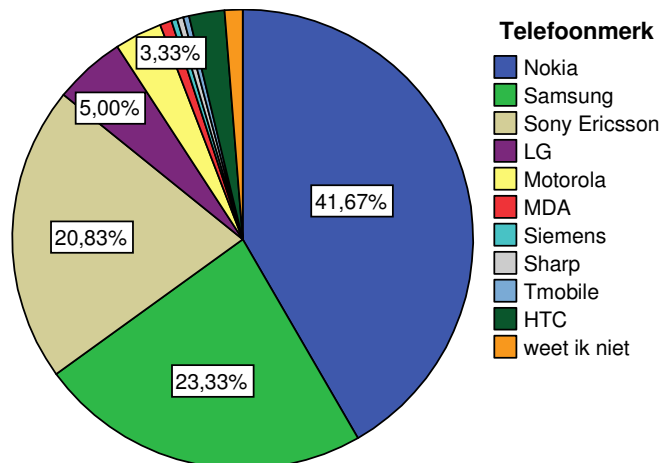
In het tweede gedeelte van de enquête staan de technische eigenschappen van het fotomobieltje centraal. Onderstaande resultaten schetsen een beeld van de technische mogelijkheden die de respondenten in dit onderzoek ter beschikking staan. Welke merk telefoon gebruiken zij bijvoorbeeld? En welke beeldresolutie hebben de camera's op de telefoons? Deze en andere onderwerpen komen in onderstaande deelparagrafen aan bod.

8.2.1 Telefoonmerk

Figuur 7 wijst uit dat de meeste respondenten gebruik maken van een mobiele telefoon van het merk Nokia (41,67 %). Dit komt overeen met de huidige markt cijfers. Sinds de komst van het fotomobieltje in 2002 is de Finse fabrikant Nokia de onbetwiste marktleider met een marktaandeel van 40,2 %. Uit de antwoorden van de respondenten

blijkt dat ook Samsung (23,33 %) en Sony Ericsson (20,83%) populaire merken zijn. LG (5%), Motorola (3,33%), Sharp, Tmobile en HTC werden slechts enkele keren genoemd (3,84%). Een kleine groep respondenten weet niet welk merk telefoon zij gebruiken (2%).

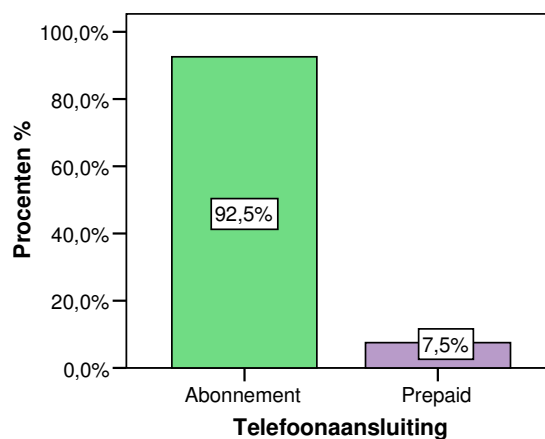
Figuur 7 Verdeling van telefoonmerken in procenten.



8.2.2 Telefoonaansluiting

Naast het telefoonmerk kregen de respondenten ook een vraag over de telefoonaansluiting. Eigenaars van een mobiele telefoon met een vaste aansluiting maken vaker gebruik van MMS en GPRS - netwerken om foto's te verzenden. Prepaid telefoons voldoen niet altijd aan de technische eisen om deze diensten te benutten. Deze vraag dient om te controleren of de juiste respondenten in dit onderzoek zijn benaderd. Figuur 8 toont dat de meeste respondenten (92,5%) gebruik maken van een mobiele telefoon met een vaste aansluiting. Slechts 18 respondenten (7,5%) beschikken over een prepaid telefoon.

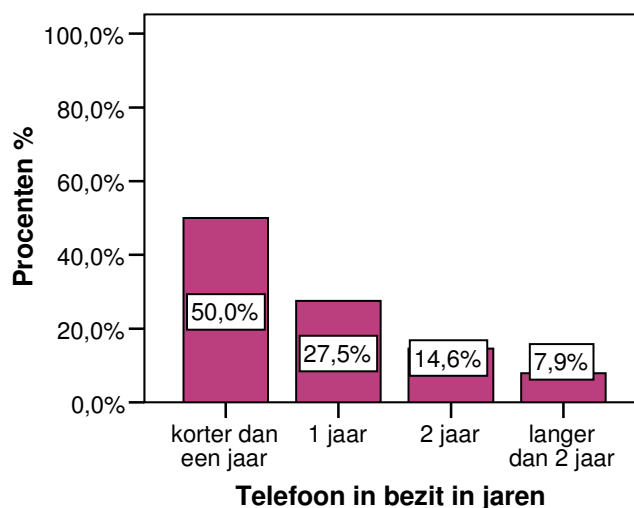
Figuur 8 Percentage respondenten met een abonnement of prepaid telefoonaansluiting.



8.2.3 Telefoonbezit

Uit figuur 8 blijkt dat de meerderheid van de mobiele telefoon gebruikers in dit onderzoek een vaste telefoonaansluiting heeft. Deze abonnementen hebben een contractduur van één of twee jaar. Vaak krijgen gebruikers bij het afsluiten van een nieuw contract ook een ander toestel. Daarom is gekozen voor een indeling zoals in onderstaande figuur (figuur 9) is weergegeven. Figuur 9 laat zien hoelang de respondenten de mobiele telefoon in bezit hebben. Uit de resultaten blijkt dat het bezit in jaren gestaag afneemt. De helft van de respondenten heeft de mobiele telefoon nog geen jaar in gebruik. Circa 27,5 % van de deelnemers heeft de telefoon een jaar of iets langer. Een kleinere groep respondenten (14,6%) gebruikt de telefoon een jaar of twee. Slechts een beperkt aantal deelnemers (7,9%) heeft de telefoon al twee jaar of langer in het bezit. Deze resultaten geven aan dat de gebruikers die deel namen aan dit onderzoek beschikken over mobieltjes die meestal niet ouder zijn dan twee jaar (92,1%).

Figuur 9 Telefoonbezit in jaren

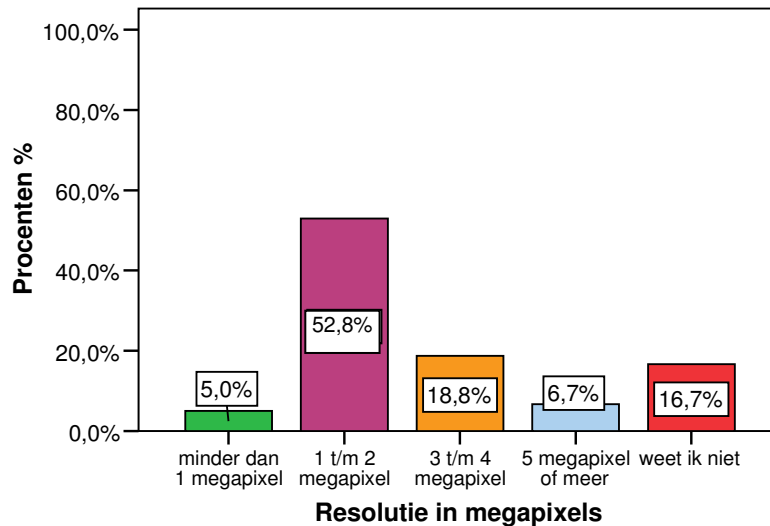


8.2.4 De resolutie van de camera

Bijna alle mobiele telefoons die in de afgelopen twee jaar zijn verkocht hebben een ingebouwde digitale camera. De beeldkwaliteit van deze camera's verschilt sterk. De resolutie kan variëren van 300.000 pixels tot tien megapixel. Uit onderzoek blijkt dat camera's met een resolutie tussen de één en vijf megapixel het meest gangbaar zijn. Daarom is gekozen voor een indeling zoals in figuur 10. Iets meer dan de helft van de camera's in dit onderzoek (52,8 %) heeft een beeldresolutie van één tot en met twee megapixel. Cameratelefoons met een resolutie van drie tot en met vier megapixel komen iets minder vaak voor. Ongeveer een vijfde van de mobiele telefoons valt in deze categorie. Een iets kleinere groep gebruikers (16,7%) weet niet welke resolutie de camera op de telefoon heeft, ondanks dat ze de fotofunctie gebruiken.

Figuur 10 laat zien dat de meeste fotomobieltjes in dit onderzoek (71,6 %) zijn voorzien van een camera met een resolutie tussen de één en vier megapixel. Fotomobieltjes met een lagere of hogere beeldresolutie komen maar in 28 gevallen voor. Opvallend is dat ongeveer 17% van de respondenten niet weet welke resolutie de camera op de telefoon heeft.

Figuur 10 Resolutie van de camera op de telefoon.



8.2.5 Deelconclusie

De meeste deelnemers aan dit onderzoek maken gebruik van een mobiele telefoon van het merk Nokia. Ook Samsung en Sony Ericsson zijn populaire merken.

Bijna alle respondenten beschikken over een mobiele telefoon met een vaste aansluiting. Deze respondenten maken vaker gebruik van GPRS- en MMS-diensten om foto's te versturen dan gebruikers die beschikken over een prepaid telefoon. Uit deze gegevens blijkt dat de juiste respondenten voor het onderzoek zijn benaderd.

De overgrote meerderheid van de respondenten beschikt over een mobiele telefoon die niet ouder is dan twee jaar. Het is waarschijnlijk dat deze mobiele telefoons zijn voorzien van een ingebouwde digitale camera en verschillende opties bieden om foto's te bewaren, te bewerken en te verzenden.

Ongeveer de helft van de gebruikers heeft een fotomobieltje met een beeldresolutie tussen de één en twee megapixel. Bijna een kwart van de mobieltjes is voorzien van een camera met een resolutie van meer dan drie megapixel. Opvallend is dat 16,7 % van de respondenten niet weet welke resolutie de ingebouwde camera heeft. Dit kan verschillende oorzaken hebben. Waarschijnlijk hadden de meeste respondenten tijdens het invullen van de vragenlijst deze informatie niet bij de hand. Meestal wordt dit soort productinformatie alleen in een bijgeleverde instructiegids vermeld. Het is ook mogelijk dat een deel van de respondenten niet zo veel belang hecht aan de beeldkwaliteit van de camera op de telefoon.

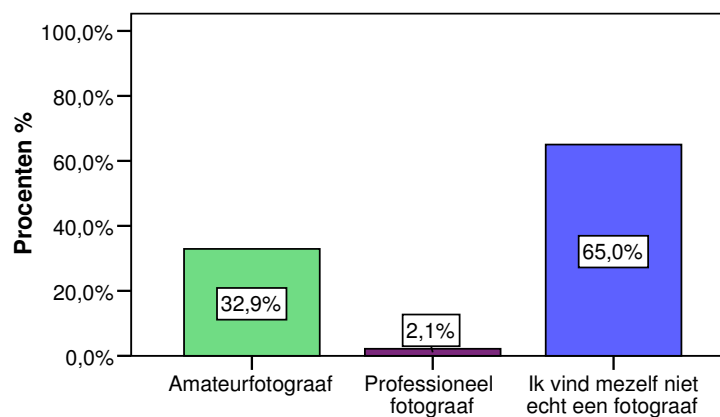
8.3. Gebruikersgedrag

In het derde gedeelte van de enquête staat het gedrag van de gebruiker centraal. Eerst komt naar voren hoe de respondenten zelf tegen hun dagelijkse fotografische activiteiten aankijken. Vervolgens gaat de aandacht uit naar de frequentie waarmee gebruikers fotograferen. Ten slotte komt een aantal stellingen aan bod over het gebruik van het fotomobieltje in het dagelijks leven.

8.3.1 Fotografiebeoefening

In de enquête kunnen de respondenten aangeven hoe zij tegen hun dagelijkse fotografische activiteiten aankijken. Figuur 11 geeft de resultaten weer. De meeste gebruikers (65 %) vinden niet dat zij zichzelf fotograaf mogen noemen. Zij maken wel foto's in het dagelijks leven maar nemen de fotografie niet al te serieus. Voor deze respondenten is fotograferen voornamelijk een leuke activiteit. Ongeveer een derde van de gebruikers (32,9%) noemt zichzelf amateurfotograaf. Deze groep gebruikers fotografeert waarschijnlijk iets vaker en besteedt meer aandacht aan fotografische esthetiek, regels, conventies en gebruiken. Binnen deze categorie vallen respondenten met een wisselende interesse voor de fotografie, van enthousiaste hobbyisten tot gedreven amateurs. Slechts een klein percentage van de gebruikers (2,1%) valt in de categorie professionele fotografen. Deze vijf respondenten houden zich dagelijks bezig met de fotografie op beroepsmatige basis.

Figuur 11 Fotografiebeoefening

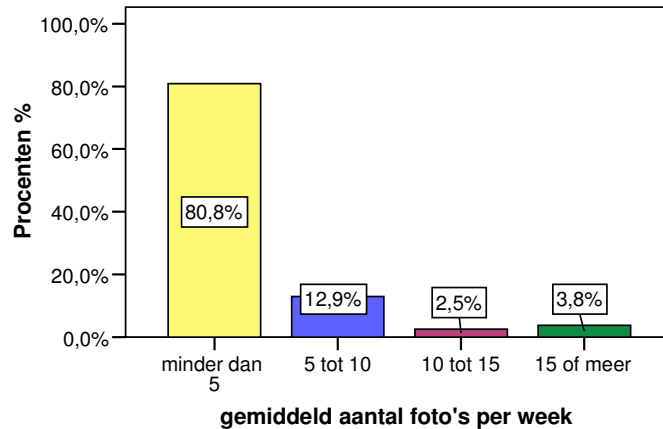


8.3.2 Gebruiksfrequentie van het fotomobieltje

De meeste respondenten in dit onderzoek vinden niet dat zij fotografen zijn, zo blijkt uit bovenstaande figuur. Betekent dit ook dat zij niet zoveel foto's maken? Figuur 11 laat zien hoe vaak respondenten gebruik maken van de camera op de mobiele telefoon. Hierbij is uitgegaan van het gemiddelde aantal foto's per week. Een opvallend grote groep respondenten (80,8%) maakt gemiddeld minder dan vijf foto's per week. Een veel kleiner percentage (12,9%) maakt tussen de vijf en tien foto's per week. De laatste

twee categorieën in deze grafiek zijn bijna verwaarloosbaar. Slechts een kleine groep gebruikers (2,5%) maakt tussen de tien en vijftien foto's. Negen respondenten (3,8%) geven aan dat ze vijftien of meer foto's per week maken.

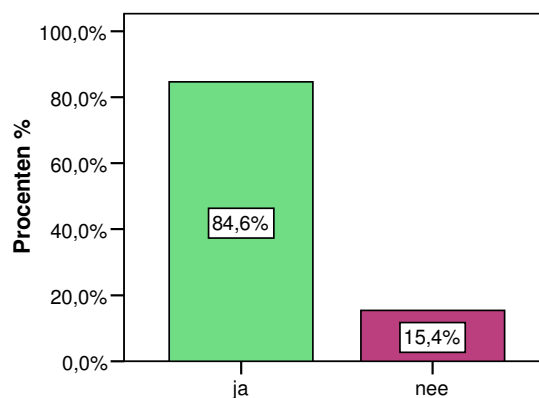
Figuur 12 Gebruiksfrequentie fotomobieltje.



8.3.3 Gebruik reguliere fototoestel

De respondenten is gevraagd of zij naast het fotomobieltje in het bezit zijn van een analoge en/of digitale camera. Deze vraag is gesteld om een indruk te krijgen van het fotografergedrag van respondenten die over verschillende fotografische mogelijkheden beschikken. In figuur 12 zijn de antwoorden op deze vraag schematisch weergegeven. Het percentage respondenten dat naast het fotomobieltje gebruik maakt van een gewone camera is erg hoog (84,6%). Slechts 37 van de 240 respondenten fotograferen alleen met een fotomobieltje. Deze resultaten leiden tot de voorzichtige conclusie dat het fotomobieltje de gewone camera niet vervangt. Naast het fotomobieltje wordt regelmatig gebruik gemaakt van een gewone analoge en/of digitale camera.

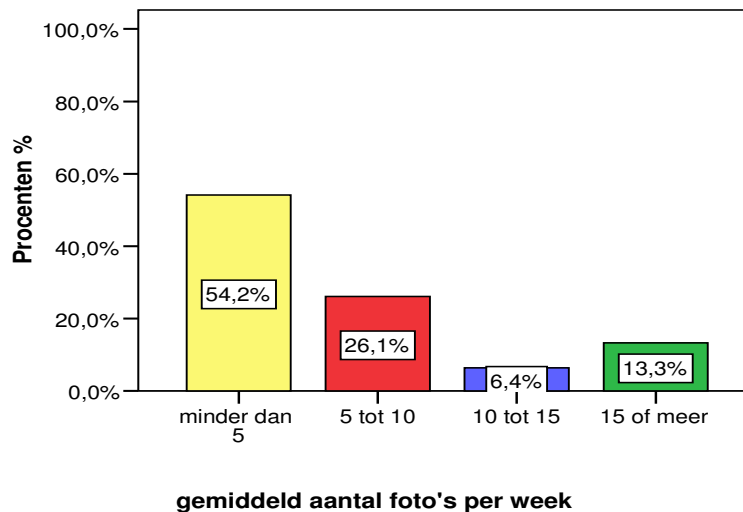
Figuur 13 Gebruik analoge en/of digitale camera.



8.3.4 Gebruiksfrequentie van het reguliere fototoestel

Bovenstaande gegevens tonen aan dat de meeste respondenten naast het fotomobieltje een gewone analoge en/of digitale camera gebruiken. Figuur 13 laat zien hoeveel foto's de respondenten gemiddeld per week met een gewone analoge en/of digitale camera maken. Ongeveer de helft van de respondenten (54,2%) maakt minder dan vijf foto's per week maakt. Drieënzestig respondenten (26,1 %) geven aan dat zij tussen de vijf en tien foto's per week maken. De groep gebruikers die wekelijks tussen de tien en vijftien foto's maakt is vrij klein (6,4%). Het percentage respondenten dat vijftien of meer foto's maakt per week ligt weer wat hoger. Van alle gebruikers geeft 13,3 % aan dat zij wekelijks meer dan vijftien foto's maken.

Figuur 14 Gebruiksfrequentie van het reguliere fototoestel.



8.3.5 Vergelijking van de gebruiksfrequenties

Wanneer figuur 12 en figuur 14 met elkaar worden vergeleken valt op dat respondenten meer foto's maken met de gewone analoge en/of digitale camera dan met het fotomobieltje. De verdeling van de staven in de figuren 12 en 14 duidt op een aanzienlijk verschil. In figuur 12 ligt het accent op de eerste kolom. Uit deze kolom blijkt dat ongeveer 80% van de respondenten minder dan vijf per week maakt met het fotomobieltje. Wanneer dit wordt afgezet tegen de overige kolommen in de figuur blijkt dat maar een klein gedeelte van de respondenten (20%) wekelijks vijf of meer foto's per week maakt. Figuur 12 schetst een duidelijk beeld: bijna alle respondenten in dit onderzoek maken gemiddeld minder dan vijf foto's per week met het fotomobieltje.

De gewone analoge of digitale camera wordt vaker gebruikt. De verdeling van de staven in figuur 14 is anders. Uit de eerste kolom in deze figuur blijkt dat ongeveer de helft van de respondenten niet meer dan vier foto's per week maakt met een gewone analoge en/of digitale camera. De andere helft van de respondenten in dit onderzoek gebruikt de gewone

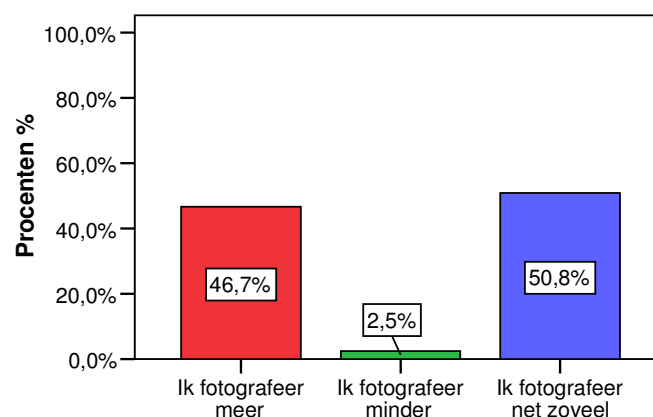
analoge en/of digitale camera veel vaker. Zij maken gemiddeld vijf of meer foto's per week. Deze groep respondenten is verdeeld over de laatste drie kolommen. Wat hier opvalt, is het verschil tussen de laatste kolom (vijftien of meer foto's per week) in figuur 12 en figuur 14. Uit een vergelijking van deze kolommen blijkt dat een veel grotere groep respondenten (13,3% tegen over 3,8%) veel foto's (vijftien of meer) maakt met een gewone analoge en of digitale camera.

Uit de verdeling van de staven in figuur 12 en 14 en de bovenstaande vergelijking valt op te maken dat de meeste respondenten in dit onderzoek wekelijks meer foto's maken met de gewone analoge of digitale camera dan met het fotomobieltje.

8.3.6 Gebruiksfrequentie totaal

In navolging van het theoretische kader wordt de verwachting gewekt dat mensen door de komst van het fotomobieltje meer en vaker fotograferen. Ondersteunen de antwoorden van de respondenten in dit onderzoek deze verwachting? Figuur 15 geeft aan of respondenten meer, minder of net zoveel fotograferen nu ze in het bezit zijn van een fotomobieltje. Uit onderstaande gegevens blijkt dat circa 47% van alle respondenten meer fotografeert nu ze een fotomobieltje gebruiken. Het percentage respondenten dat net zoveel fotografeert nu zij in het bezit zijn van een fotomobieltje ligt hier heel dicht tegen aan (50,8%). Slechts zes respondenten (2,5%) fotograferen minder. Onderstaande gegevens tonen aan dat het al dan niet in bezit hebben van een fotomobieltje invloed heeft op de frequentie waarmee mensen fotograferen. Bijna de helft van de gebruikers is meer gaan fotograferen nu zij in het bezit zijn van een fotomobieltje.

Figuur 15 Frequentie fotograferen in het algemeen.



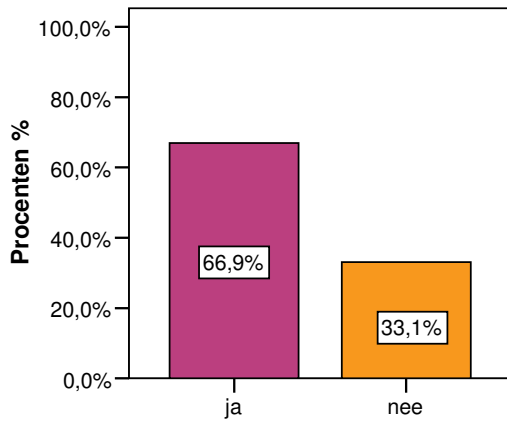
8.3.7 Stellingen I

Aan de hand van het theoretische kader zijn vier stellingen opgesteld over het gebruik van het fotomobieltje in het dagelijks leven. De respondenten is gevraagd of deze stellingen

overeenkomen met het hun gebruik van het fotomobieltje. De resultaten zijn weergegeven in figuur 16.

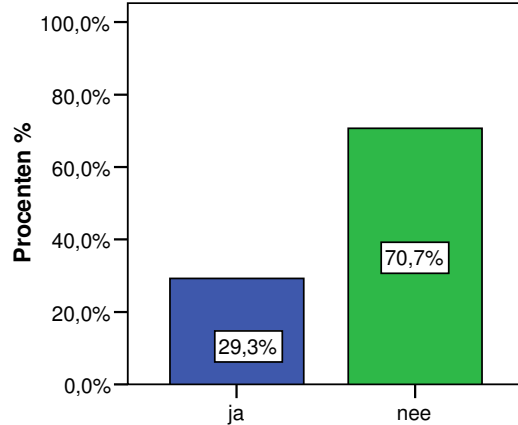
Figuur 16 Stellingen over het dagelijks gebruik van het fotomobieltje.

Stelling 1.



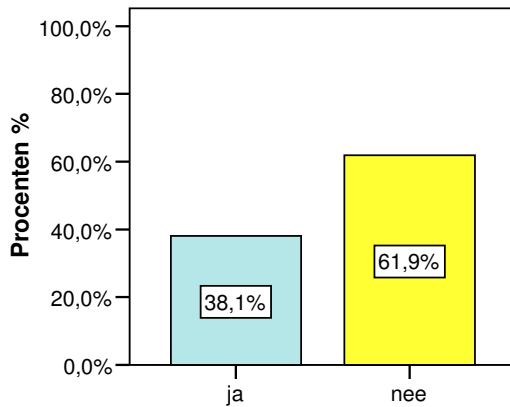
Doordat ik een fotomobieltje heb maak ik vaak foto's van onverwachte dingen die ik meemaak.

Stelling 2.



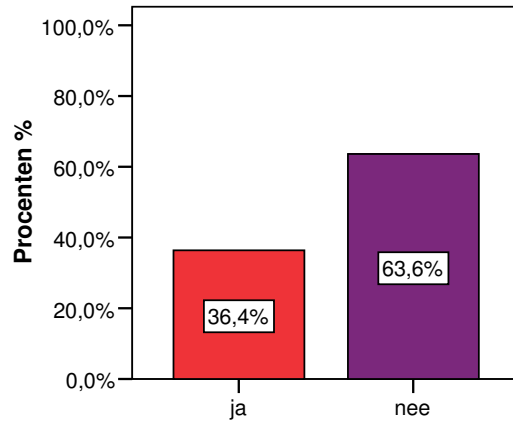
Fotograferen met mijn fotomobieltje gaat vanzelf, ik maak niet echt bewuste keuzes.

Stelling 3.



Ik maak met mijn fotomobieltje vaak foto's van alledaagse dingen die ik meemaak.

Stelling 4.



Bij speciale gelegenheden zoals huwelijken, geboortes, verjaardagen en feestjes maak ik altijd wel een foto met mijn fotomobieltje.

De eerste stelling klinkt als volgt: doordat ik een fotomobieltje heb maak ik vaak foto's van onverwachte dingen die ik meemaak. Een overgrote meerderheid geeft een positief antwoord op deze stelling. Circa 70% van de respondenten maakt vaak foto's van onverwachte situaties of gebeurtenissen doordat zij in het bezit zijn van een fotomobieltje. Een derde van de respondenten (33,1%) geeft aan dat zij op dit soort momenten geen gebruik maken van een fotomobieltje.

De tweede figuur toont de antwoorden van de respondenten op de volgende stelling: fotograferen met mijn fotomobieltje gaat vanzelf, ik maak niet echt bewuste keuzes. Het grootste gedeelte van de respondenten (70,7%) herkent zich niet in deze stelling. Zij maken bewuste keuzes wanneer zij een foto met het fotomobieltje maken. Ongeveer 30 % van de respondenten kan zich wel in de stelling vinden.

De derde figuur visualiseert de antwoorden van de respondenten op stelling drie. De verwachting is dat gebruikers van het fotomobieltje vaak foto's maken van alledaagse momenten. Figuur 16 toont aan dat ongeveer 62 % van de respondenten de stelling tegensprekt. Alledaagse onderwerpen blijken minder populair dan aanvankelijk wordt gedacht. Volgens 38% van de respondenten komt het eigen gebruik wel overeen met de stelling.

De laatste stelling die aan de respondenten is voorgelegd luidt als volgt: bij speciale gelegenheden zoals huwelijken geboortes, verjaardagen en feestjes maak ik altijd wel een foto met mijn fotomobieltje. De antwoorden van de respondenten zijn weergegeven in figuur 16. Een meerderheid van de respondenten (63,6%) blijkt tijdens dit soort gelegenheden geen gebruik te maken van het fotomobieltje. Van alle respondenten voelt ongeveer 36% zich aangetrokken tot de stelling. Ook tijdens speciale gelegenheden maken zij foto's met het fotomobieltje.

8.3.8 Deelconclusie

In de afgelopen paragraaf stond het gebruikersgedrag centraal. De belangrijkste resultaten worden hier kort samengevat.

Paragraaf 6.3.1 laat zien dat de meerderheid van de deelnemers (65%) aan dit onderzoek zichzelf geen fotograaf noemt. Voor deze gebruikers is fotograferen voornamelijk een leuke bezigheid. Een derde van de respondenten noemt zichzelf amateur-fotograaf. Deze groep fotografeert waarschijnlijk vaker en besteedt meer aandacht aan fotografische regels, conventies, esthetiek en gebruiken. Slechts vijf respondenten houden zich op professionele basis bezig met de fotografie.

Uit paragraaf 6.3.2 blijkt dat de overgrote meerderheid van de respondenten (80,8%) gemiddeld minder dan vijf foto's per week maakt met het fotomobieltje. Ongeveer een vijfde van de gebruikers maakt vijf of meer foto's per week. Het komt bijna niet voor dat gebruikers gemiddeld meer dan tien foto's per week maken.

Naast het fotomobieltje maakt 84% van de respondenten gebruik van een analoge en/of digitale camera (par.6.3.3). De helft van deze gebruikers maakt minder dan vijf foto's per week met het reguliere fototoestel. Een kwart van de gebruikers maakt gemiddeld vijf tot tien foto's per week. Opvallend is dat ongeveer 14 % wekelijks gemiddeld meer dan vijftien foto's maakt (par.6.3.4).

Een vergelijking tussen de gebruiksfrequenties (par.6.3.5) toont aan dat de gewone analoge en of/digitale camera vaker wordt gebruikt dan het fotomobieltje. De overgrote meerderheid van de respondenten (80,8%) maakt met het fotomobieltje wekelijks niet meer dan vier foto's. In tegenstelling tot het fotomobieltje maakt de helft van de respondenten met het gewone en/of digitale camera gemiddeld meer dan vier foto's per week.

Zoals reeds vermeldt, is de verwachting dat mensen door de komst van het fotomobieltje meer en vaker fotograferen. Uit de resultaten in paragraaf 6.3.6 blijkt dat het al dan niet in het bezit hebben van een fotomobieltje invloed heeft op de frequentie waarmee mensen fotograferen. Circa de helft van de respondenten fotografeert net zoveel. Een verwaarloosbaar percentage (2,5 %) fotografeert minder. Wat opvalt is dat bijna de helft van de respondenten meer fotografeert nu ze in het bezit zijn van een fotomobieltje.

In paragraaf 6.3.7 kwam een aantal stellingen over het gebruik van het fotomobieltje aan bod. Uit de antwoorden van de respondenten blijkt dat de overgrote meerderheid (70%) foto's maakt van onverwachte gebeurtenissen of situaties in het dagelijks leven. De meeste respondenten (70%) maken bewuste keuzes wanneer zij een foto maken met de mobiele telefoon. Stelling drie toont het meest verrassende resultaat. In tegenstelling tot de verwachting blijkt dat slechts 38% van de respondenten vaak foto's maakt van alledaagse momenten. Ruim een derde van de respondenten maakt wel eens foto's met het fotomobieltje tijdens speciale gelegenheden. Het grootste deel (63%) van de respondenten zegt dit eigenlijk nooit te doen.

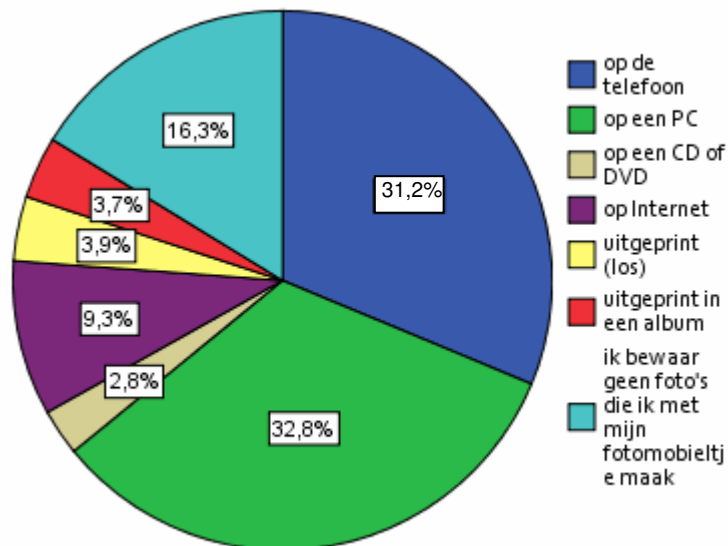
8.4 Bewaren en versturen

In deze paragraaf komt het bewaren en versturen van foto's aan de orde.

8.4.1 Het bewaren van de foto's.

Foto's gemaakt met het fotomobieltje kunnen op verschillende manieren worden opgeslagen. In figuur 17 zijn deze opslagmethoden schematisch weergegeven. De foto kan bijvoorbeeld worden bewaard op de geheugenkaart van de telefoon of aan de hand van een USB kabel worden overgezet op de PC. Een groot gedeelte van de respondenten kiest voor één van deze twee mogelijkheden. Ongeveer 31 % van de respondenten laat de foto's op de telefoon staan. Nagenoeg hetzelfde percentage van de respondenten (32,8%) zet de foto's over op de PC. Andere methoden om foto's op te slaan zijn beduidend minder populair. Circa 10 % van de respondenten gebruikt het Internet als opslagmedium voor de foto's. Een kleiner percentage (3,87%) print de foto's uit en bewaart ze los, bijvoorbeeld in een lade of doos. Vier procent van de respondenten print de foto's uit en plakt ze in een album. Een beperkt aantal respondenten bewaart de foto's op een CD of DVD. Dit komt in 2,79% van de gevallen voor. Opvallend is dat ongeveer een zesde van de respondenten (16,25%) helemaal geen foto's bewaart die met het fotomobieltje zijn gemaakt.

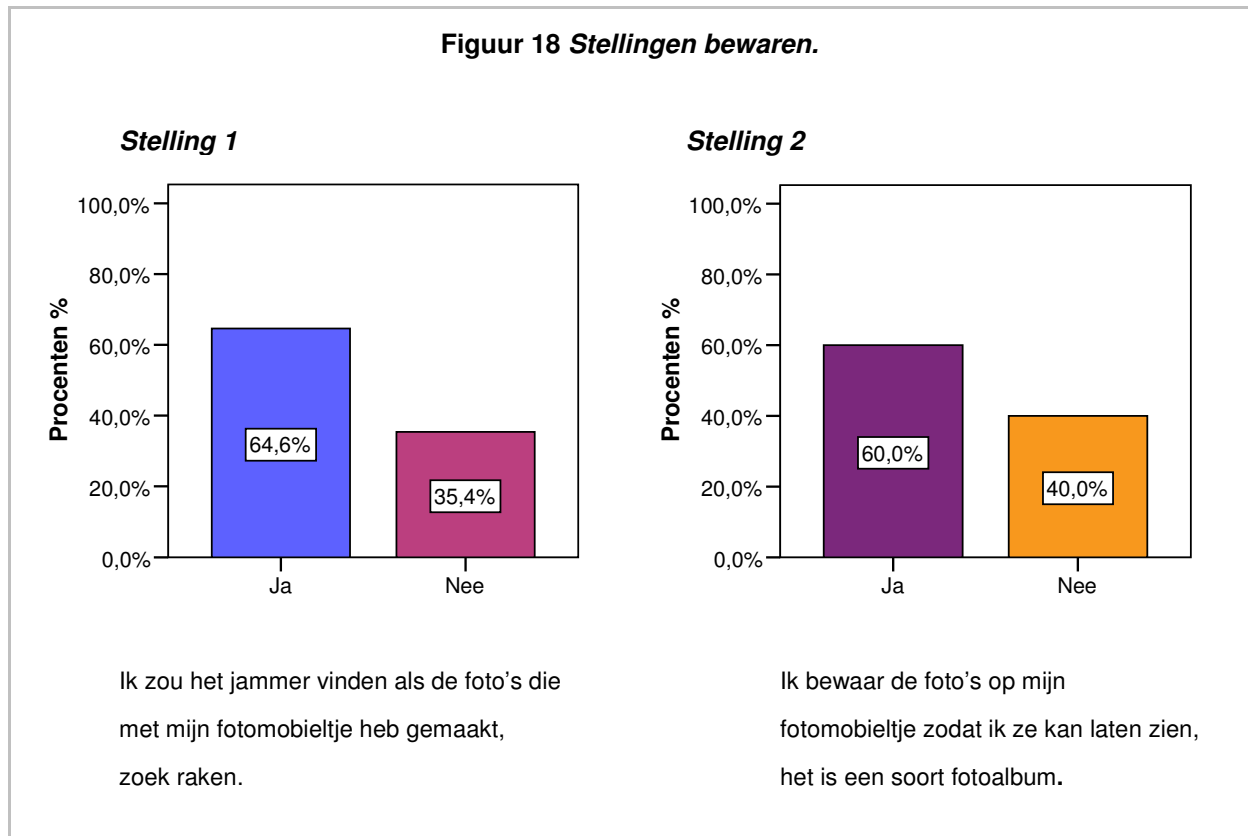
Figuur 17 Gebruik van opslagmethoden in procenten.



8.4.2 Stellingen II

In navolging van het theoretisch kader zijn twee stellingen opgesteld over het bewaren van foto's. Figuur 18 toont de antwoorden van de respondenten op beide stellingen.

Figuur 18 Stellingen bewaren.



Stelling 1 klinkt als volgt: ik zou het jammer vinden als de foto's die ik met mijn fotomobieltje heb gemaakt, zoek raken.

Circa 65 % van de respondenten herkent zich in deze stelling. Deze groep respondenten raakt de foto's die ze met een mobiele telefoon maken liever niet kwijt. Een kleinere groep (35,4%) zou het niet zo erg vinden om de foto's te verliezen. Waarschijnlijk zijn deze respondenten minder gehecht aan de foto's die ze met het fotomobieltje maken. Het is ook mogelijk dat deze respondenten het niet zo belangrijk vinden om foto's te bewaren.

De tweede stelling luidt: ik bewaar de foto's op mijn fotomobieltje zodat ik ze kan laten zien, het is een soort fotoalbum.

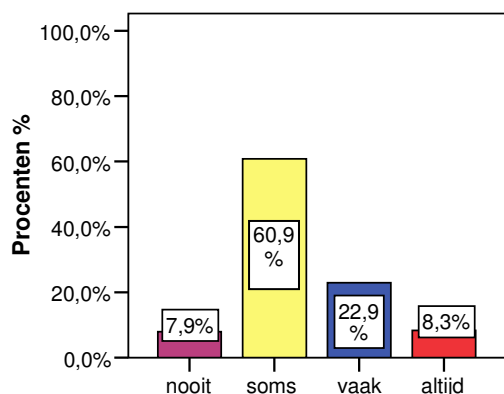
Volgens een meerderheid van de respondenten (60%) komt deze stelling overeen met het eigen gebruik. Deze respondenten bewaren de foto's op de telefoon zodat ze deze met anderen kunnen delen. Veertig procent van de respondent gebruikt het fotomobieltje niet als digitaal fotoalbum maar als tijdelijk opslagmedium.

8.4.3 Het delen en verzenden van de foto's.

Deze laatste deelparagraaf gaat over het verzenden en delen van foto's.

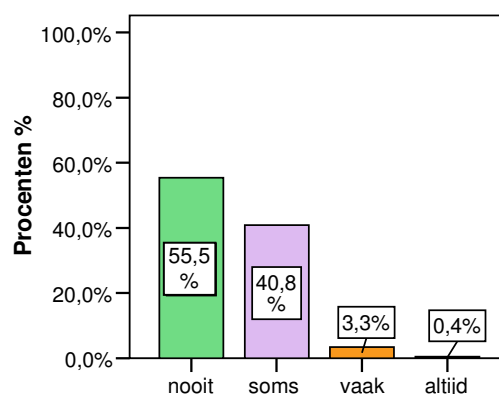
Figuur 19 Stellingen delen en versturen.

Stelling 1.



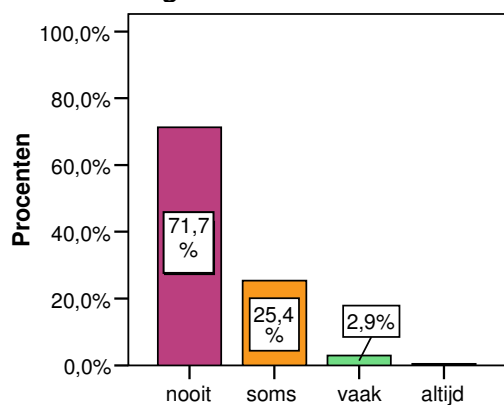
Ik laat ze zien op mijn telefoon.

Stelling 2.



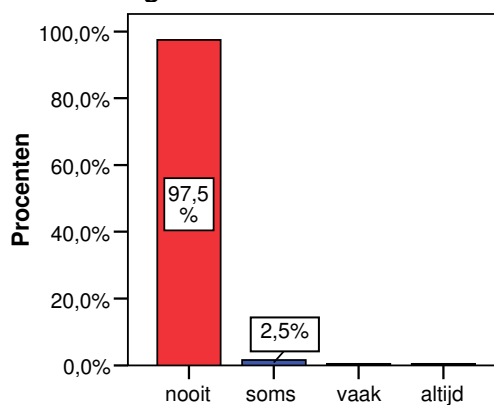
Ik verstuur ze aan anderen via mijn telefoon.

Stelling 3.



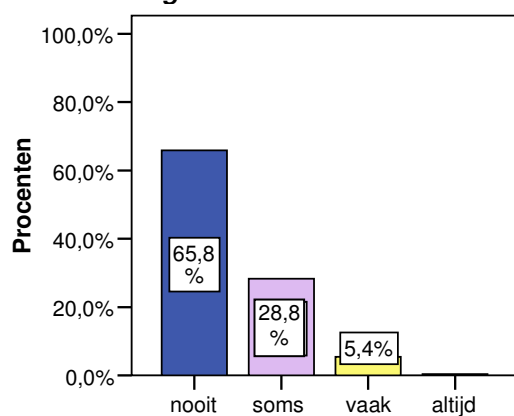
Ik verstuur ze aan anderen via e-mail.

Stelling 4.



Ik verstuur ze uitgeprint via de post.

Stelling 5.



Ik zet ze op het Internet.

De grafiek van stelling 1 toont aan dat circa acht procent van de respondenten de foto's nooit

laat zien op de eigen telefoon. De overige 92% deelt de foto's wel met anderen. Opvallend is dat acht procent van de respondenten de foto's altijd aan anderen laat zien op het scherm van de telefoon.

De tweede figuur geeft aan dat meer dan de helft van de respondenten nooit foto's aan anderen verstuurt via de telefoon. Een iets kleiner percentage (40,8%) doet dit af en toe. De andere categorieën zijn verwaarloosbaar. Deze gegevens tonen aan dat het verzenden van foto's via de telefoon zeer beperkt wordt gedaan.

Stelling 3 betreft het verzenden van foto's via email. Ook hier geldt dat tweederde van de respondenten dit nooit doet. De overige respondenten versturen soms een foto per email. Hierbij wordt opgemerkt dat het verzenden van foto's via email een extra handeling met zich meebrengt. Voordat de foto's kunnen worden verstuurd dienen ze te worden overgezet op de PC. Het is goed mogelijk dat deze extra handeling het versturen van foto's per email bemoeilijkt.

Uit de vierde figuur valt op te maken dat circa 100 procent van de respondenten nooit een foto uitgeprint via de post verstuurt. Ook hierbij dient te worden opgemerkt dat de foto's eerst moeten worden overgezet op de PC voordat deze kunnen worden uitgeprint. Hetgeen een dubbele handeling inhoudt waardoor respondenten worden afgeschrikt.

De grafiek van stelling vijf toont aan dat circa tweederde van de respondenten de foto's nooit op internet zet. Ongeveer 35 % doet dit soms tot vaak. De categorie 'altijd' is verwaarloosbaar.

Uit bovenstaande gegevens valt op te maken dat het verzenden van foto's via de telefoon, email of de post zeer beperkt plaats vindt. Alleen het tonen van de foto's op de eigen telefoon of het delen van de foto's via Internet komt iets vaker voor.

8.4.4 Deelconclusie

In de afgelopen paragraaf stond het bewaren, verzenden en delen van foto's centraal. De resultaten worden hier kort samengevat.

Foto's gemaakt met het fotomobieltje kunnen op verschillende manieren worden bewaard. Uit paragraaf 6.4.1 blijkt dat de meeste respondenten (60%) de foto's opslaan op de PC of de mobiele telefoon. Slechts een kleine groep respondenten print de foto's uit om ze in te plakken in een album of los te bewaren. Ook het branden van de foto's op een CD of DVD is niet zo populair. Opvallend is dat 16 % van de respondenten de foto's die ze met het fotomobieltje maken niet bewaart.

Een meerderheid van de respondenten (65%) geeft aan dat ze het jammer zouden vinden om de foto's kwijt te raken. Deze respondenten zijn gehecht aan de foto's die ze met het fotomobieltje hebben gemaakt. Een kleinere groep gebruikers vindt het niet zo erg om de foto's te verliezen.

Meer dan de helft van de respondenten (60%) bewaart de foto's op de telefoon zodat ze

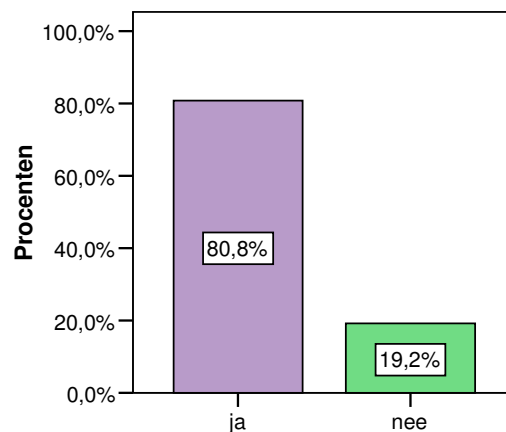
deze aan anderen kunnen laten zien. Zij gebruiken het fotomobieltje als een soort digitaal fotomapje. Een iets kleinere groep respondenten gebruikt de mobiele telefoon niet als digitaal fotoalbum.

In de laatste paragraaf stond het delen en verzenden van foto's centraal. Uit de reacties van de respondenten blijkt dat zij bijna nooit foto's versturen via de mobiele telefoon of via e-mail. Het uitprinten en verzenden van foto's via de post komt helemaal niet voor. Bijna alle respondenten geven aan de foto's wel eens aan anderen te laten zien op het scherm van de mobiele telefoon. Een kleine groep respondenten zet de foto's die zij met het fotomobieltje maken wel eens op het Internet.

8.5 Toekomstperspectief

Ten laatste is de respondenten gevraagd of zij in de toekomst, naast het fotomobieltje, gebruik blijven maken van een regulier fototoestel. De overgrote meerderheid van de respondenten gaf aan dat zij dit in de toekomst blijven doen. Circa 20 % van de respondenten gebruikt in de toekomst alleen een fotomobieltje.

Figuur 20 Gebruik regulier fototoestel in de toekomst.

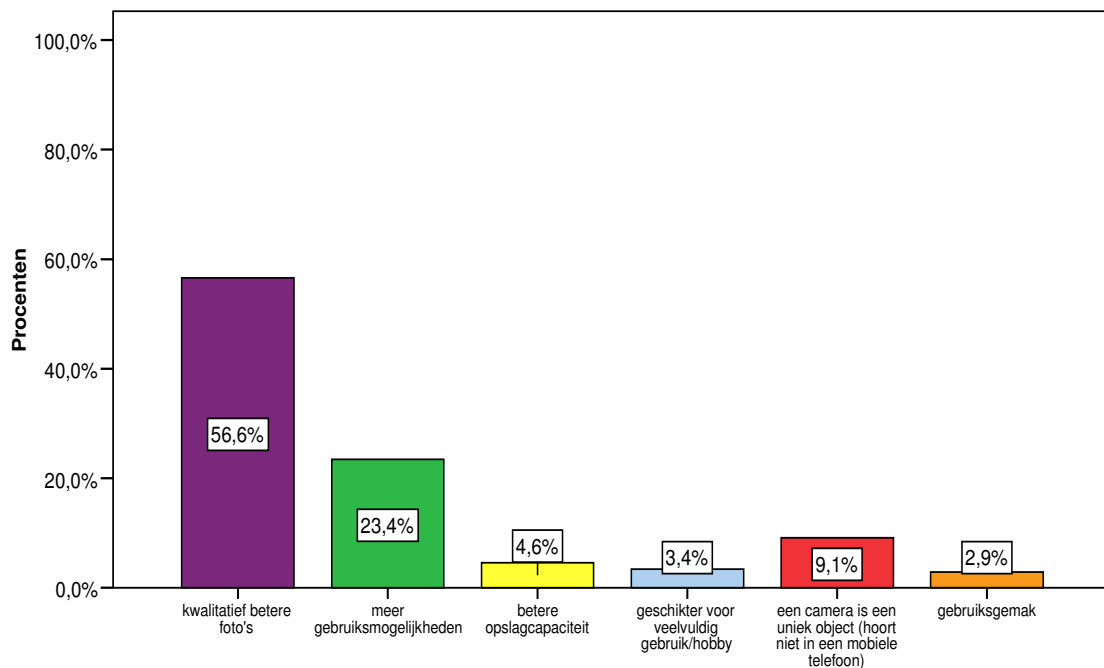


In een open vraag is de respondenten gevraagd waarom zij in de toekomst gebruik blijven maken van een regulier fototoestel. De antwoorden van de respondenten zijn gecategoriseerd. Figuur 21 geeft het resultaat weer. Iets meer dan de helft van de respondenten (56,6%) geeft aan dat zij een regulier fototoestel blijven gebruiken omdat zij met deze camera kwalitatief betere foto's kunnen maken. Ongeveer een kwart van de respondenten maakt naast het fotomobieltje gebruik van een regulier fototoestel omdat deze toestellen over meer gebruiksmogelijkheden beschikken zoals een flitsfunctie, zoomopties en handmatige instelling van de belichting. Tien procent van de respondenten vindt het reguliere fototoestel een uniek gebruiksobject. Deze respondenten vinden dat een camera eigenlijk niet in een mobiele telefoon hoort. Zij gebruiken liever een gewone camera als zij foto's maken. Deze groep respondenten koppelt de fotografische activiteit aan het object dat hier

traditioneel voor gebruikt wordt. Het reguliere fototoestel is voor hen geen gebruiksobject dat zomaar vervangen kan worden. Zij kennen een bepaalde gevoelswaarde toe aan het gebruik van het traditionele fototoestel.

Ongeveer 5% van de respondenten gebruikt naast het fotomobielkje een regulier fototoestel vanwege de grotere opslagcapaciteit. Sommige respondenten vinden een regulier fototoestel geschikter voor de hobby of veelvuldig gebruik. Circa 3% van de respondenten gebruikt naast het fotomobielkje een reguliere fototoestel vanwege het gebruiksgemak.

Figuur 21 Redenen gebruik reguliere camera in de toekomst.



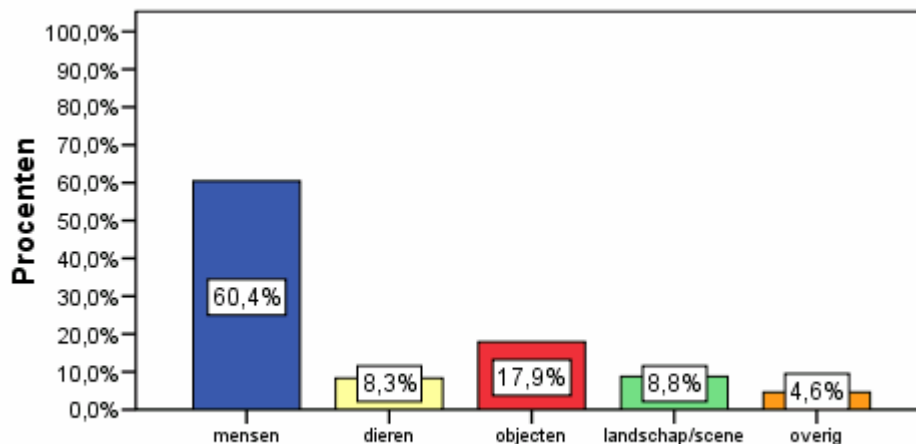
9 De beschrijving van de foto's.

De respondenten is gevraagd een foto uit te kiezen op de eigen mobiele telefoon die zij kenmerkend vinden voor het gebruik van het fotomobieltje. Aan de hand van drie vragen hebben zij deze foto's beschreven. De onderstaande paragrafen laten de antwoorden van de respondenten op deze drie vragen zien.

9.1 Gefotografeerde onderwerpen

De eerste vraag die aan de respondenten is voorgelegd luidt als volgt: wat staat er op de foto die u heeft uitgekozen? Om het inzichtelijk te maken zijn de antwoorden van de respondenten op deze vraag gecategoriseerd. Figuur 22 laat het resultaat zien.

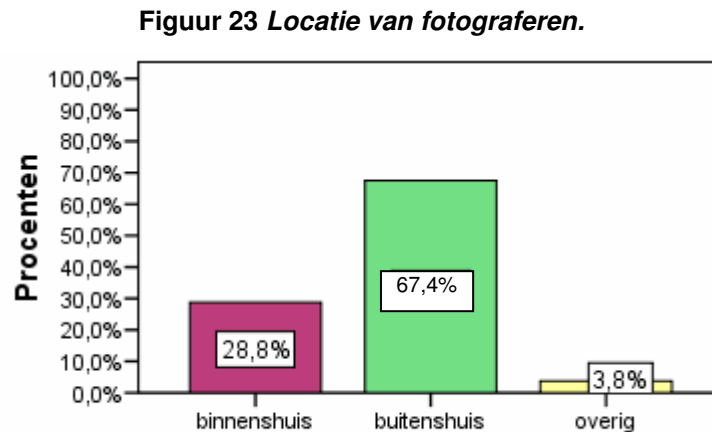
Figuur 22 Gefotografeerde onderwerpen.



De foto's van de respondenten zijn ingedeeld in globale categorieën. Het doel is niet om een sluitende indeling te maken van de gefotografeerde onderwerpen maar om een beeld te schetsen van de onderwerpen die de respondenten vastleggen. Uit figuur 22 blijkt dat op de meerderheid van de foto's mensen te zien zijn. Dit zijn meestal vrienden, familieleden of kennissen. Ongeveer een vijfde van de respondenten beschrijft een foto van een object. Deze categorie is vrij breed. Bij objecten valt bijvoorbeeld te denken aan auto's, fietsen, boten, verkeersborden, schilderijen, posters, briefjes, screensavers of een foto van een maaltijd. Een kleinere groep respondenten (8,8%) beschrijft een foto van een mooie zonsopgang, een bijzonder uitzicht of indrukwekkend landschap. Deze foto's vallen onder de categorie landschap/scène. De categorie overig duidt op foto's die buiten de gekozen indeling vallen.

9.2 Locatie van fotograferen

Ten tweede is de respondenten gevraagd waar ze zich bevonden toen ze de foto maakten. De verwachting is dat mensen door de komst van het fotomobieltje meer buitenshuis zijn gaan fotograferen. Daarom zijn de antwoorden van de respondenten ingedeeld in twee categorieën: binnenshuis en buitenshuis. Figuur 23 geeft de resultaten weer.

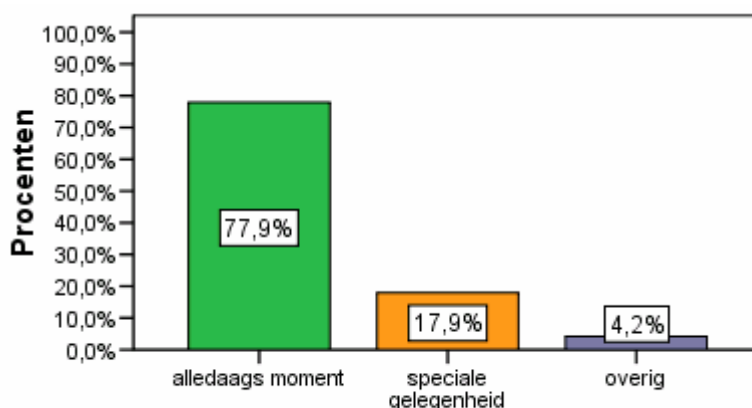


Figuur 23 laat zien dat de meerderheid van de foto's is gemaakt op een locatie buitenshuis. De respondenten geven uiteenlopende antwoorden. Bijvoorbeeld: op straat, in de trein, op de fiets, in de kroeg, tijdens een wandeling, bij de kapper, op het werk, tijdens een concert of op het strand. Ongeveer een derde van de foto's is binnenshuis gemaakt. De foto's die niet waren voorzien van een duidelijke beschrijving vallen in de categorie overig.

9.3 Moment van fotograferen.

Ten laatste is de respondenten gevraagd wanneer ze de foto maakten. Wat waren ze op dat moment aan het doen? Was het een speciaal moment of een alledaagse activiteit? De verwachting is dat mensen met het fotomobieltje meer foto's maken van alledaagse momenten. Daarom is bij de indeling van de antwoorden gekozen voor twee categorieën: 'alledaagse momenten' en 'speciale gelegenheden'. De eerste categorie betreft momenten die onderdeel uit maken van het dagelijks leven. Zij zijn, zoals sommige respondenten aangeven, heel gewoon. Met speciale gelegenheden duid ik op de traditionele gebeurtenissen die Bourdieu beschrijft zoals geboortes, huwelijken, verjaardagen en andere familiebijeenkomsten. Ook vakanties zijn opgenomen in deze categorie. Figuur 24 laat het resultaat zien.

Figuur 24 Moment van fotograferen.

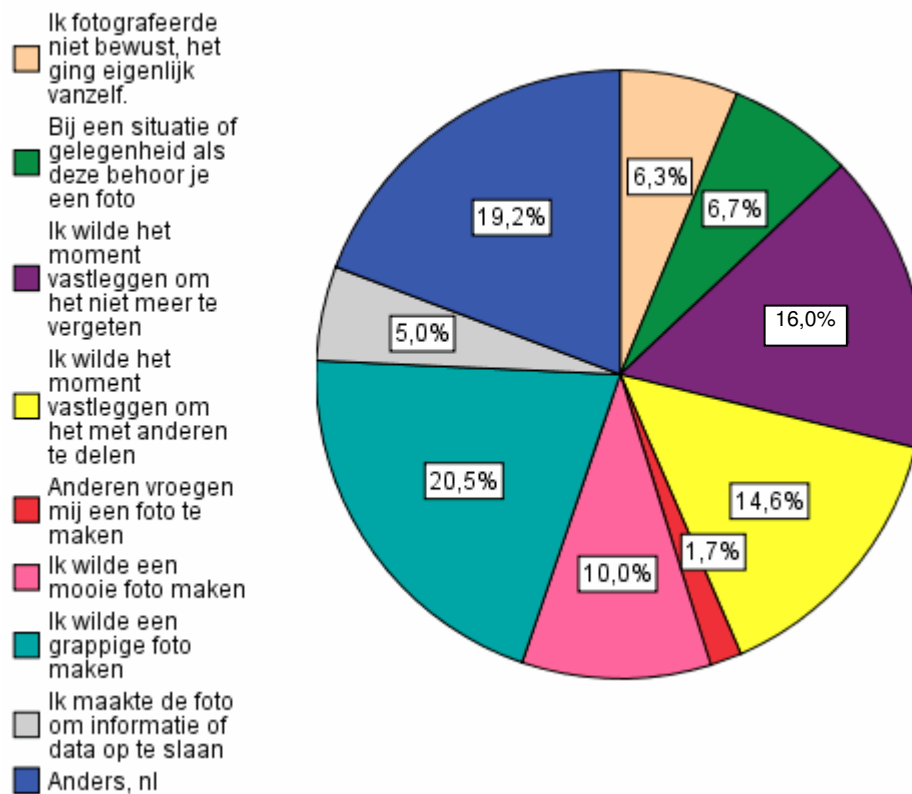


Uit figuur 24 blijkt dat ongeveer tachtig procent van de foto's is gemaakt op alledaagse momenten. Dit zijn waarschijnlijk veel spontane kiekjes. Zoals al eerder bleek (par. 6.3.7) wordt tijdens speciale gelegenheden minder gefotografeerd. Deze speciale gelegenheden zijn vaak vooraf gepland. Het is goed mogelijk dat de meeste respondenten dan een regulier fototoestel gebruiken. De foto's die niet waren voorzien van een duidelijke beschrijving vallen in de categorie 'overig'.

9.4 Intenties van de maker

De respondenten is ook gevraagd waarom ze de foto hebben gemaakt. Zij konden hierbij kiezen uit verschillende antwoordmogelijkheden. Figuur 25 geeft de antwoorden van de respondenten weer. Er zijn vier categorieën die in het oog springen. De grootste groep respondenten, ongeveer 20 %, legde het moment vast omdat ze een grappige foto wilden maken. Opvallend is dat circa 19 % van de respondenten kiest voor de antwoordcategorie anders. Een analyse van deze antwoordcategorie laat zien dat een kwart van deze foto's wordt gemaakt met een praktische reden, bijvoorbeeld als bewijsstuk of als informatie voor een werkstuk of rapport. Ook het maken van een foto als screensaver of caller-ID wordt veel genoemd. Een vijfde van de foto's in deze categorie werd gemaakt omdat de respondenten geen andere camera ter beschikking hadden. De derde categorie die in het oog springt, betreft foto's die herinneren aan een bijzonder moment. Zestien procent van de respondenten wilde een moment vastleggen om het niet meer te vergeten. Een groep respondenten van gelijke grootte legde het moment vast om het met anderen te delen. Andere redenen om een foto te maken worden minder vaak genoemd. Tien procent van de respondenten wilde een mooie foto maken. Zes procent maakte de foto niet bewust, het ging eigenlijk vanzelf. Sommige respondenten maakten een foto omdat de gelegenheid of situatie hier om vroeg (7%). Anderen maakten een foto om informatie of data op te slaan. Slechts twee procent van de respondenten maakten een foto omdat een ander hierom vroeg.

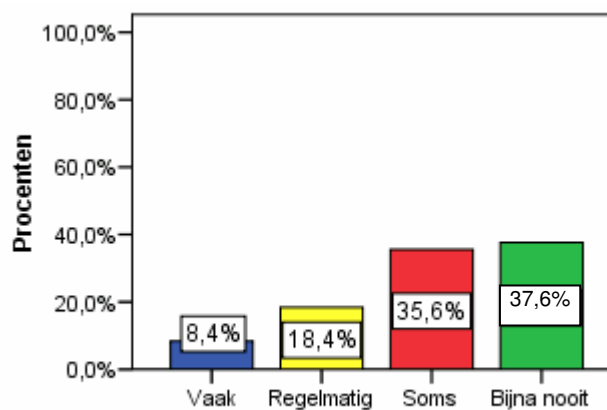
Figuur 25 Redenen om een foto te maken.



9.5 Frequentie

Hoe vaak maken respondenten dit soort foto's? Figuur 26 laat het antwoord op deze vraag zien. Uit de figuur blijkt dat de meerderheid van de respondenten bijna nooit of soms een soortgelijke foto maakt. Ondanks dat ze de foto kenmerkend vinden voor het gebruik van het fotomobieltje maakt circa 70 procent van de respondenten niet zo veel van dit soort foto's. Ongeveer een kwart van de respondenten maakt regelmatig of vaak een soortgelijke foto.

Figuur 26 Frequentie van fotograferen



10 Conclusie

In de afgelopen eeuw is de rol en functie van de fotografie, door de verbetering van de fotografische techniek, geleidelijk veranderd. Onderzoek toont aan dat technologische innovaties het fotografische procédé in de loop van de tijd steeds goedkoper, eenvoudiger en toegankelijker hebben gemaakt. Onder invloed van technische vernieuwingen is de fotografie uitgegroeid van een elitaire bezigheid tot een alledaagse praktijk. Deze observaties wekken de verwachting dat de opkomst van het fotomobieltje, net als eerdere technologische innovaties, zal leiden tot veranderingen in het dagelijks gebruik van de fotografie. Door de integratie van de digitale camera en de mobiele telefoon hebben mensen tegenwoordig altijd een camera op zak, onder de meest variërende omstandigheden. In tegenstelling tot het reguliere fototoestel maakt het fotomobieltje het mogelijk de vluchtige momenten in het dagelijks leven vast te leggen, te bewaren en niet alleen verbaal, maar ook visueel met anderen te delen. Om te onderzoeken of het fotomobieltje het dagelijks gebruik van de fotografie heeft veranderd staat in deze thesis de volgende vraag centraal:

Hoe gebruiken mensen het fotomobieltje als camera anders dan een regulier fototoestel?

In de voorgaande hoofdstukken is stukje bij beetje antwoord gegeven op de bovenstaande vraag. In dit laatste hoofdstuk zal de hoofdvraag in zijn geheel worden beantwoord. De resultaten van het onderzoek zullen worden teruggekoppeld naar de theorie. Daarna volgt een korte discussie over de toekomst van het fotomobieltje. Tot slot wordt gereflecteerd op het afgelopen onderzoek en worden suggesties voor vervolgonderzoek aangedragen.

10.1 Beantwoording van de hoofdvraag.

In de loop van de negentiende en twintigste eeuw groeide de snapshotfotografie uit tot een sociale praktijk. Het reguliere fototoestel werd voornamelijk gebruikt om de hoogtepunten in het gezinsleven zoals geboortes, huwelijken en andere familieaangelegenheden vast te leggen en te vereeuwigen. Ondanks de democratisering en informalisering van de fotografie in de afgelopen decennia is de behoefte om de ceremoniële momenten in het leven vast te leggen niet afgenomen. Met het reguliere fototoestel worden nog steeds voornamelijk foto's gemaakt van de rituele momenten in het gezinsleven zoals geboortes, huwelijken en begrafenissen, het eerste huis, het ouderlijk huis, symbolen van sociale status, vakantie en groepsactiviteiten met vrienden of familie.

In tegenstelling tot het reguliere fototoestel, wordt het fotomobieltje voornamelijk gebruikt om foto's te maken van onverwachte situaties of gebeurtenissen in het dagelijks

leven. Zoals een kiekje van de poes die in de wasbak is gekropen of een foto van je kleine neefje met een gezicht vol spaghetti. Opvallend is dat deze fotomomenten niet alledaags zijn. De gebruikers in het onderzoek geven aan dat zij zelden alledaagse kiekjes maken. In strijd met de verwachting, worden doorgaans weinig momenten vastgelegd die niet afwijken van de dagelijks routine. Het zijn juist de onverwachte momenten in het dagelijks leven die centraal staan in de mobiele fotografie. Ondanks het gemak waarmee een foto kan worden genomen is niet alles in het dagelijks leven fotowaardig.

Dit blijkt ook uit de onderwerpskeuze van de gebruikers in dit onderzoek. Het fotomobieltje wordt niet 'zomaar' ter hand genomen. De meeste gebruikers maken bewuste keuzes wanneer zij een foto maken met de cameratelefoon. Wat opvalt, is dat de onderwerpen die zij fotograferen grotendeels overeen komen met het gebruik van de reguliere camera. Het fotomobieltje wordt, net als het reguliere fototoestel, voornamelijk gebruikt om foto's te maken van dierbaren in de persoonlijke leefomgeving zoals vrienden, familieleden en huisdieren. Enerzijds ligt het gebruik van het fotomobieltje dus in het verlengde van de traditionele fotografie. Anderzijds is een nieuwe vorm van fotografie ontstaan. Een gedeelte van de gebruikers in dit onderzoek maakt foto's van een verscheidenheid aan objecten, gebruiksvoorwerpen en andere informatie of data. Deze vluchtige vorm van fotografie is kenmerkend voor het gebruik van het fotomobieltje. Het mobiele medium is het middel bij uitstek om visuele aantekeningen mee te maken.

De studies van Bourdieu, Aasman en Rivière tonen aan dat het reguliere fototoestel voornamelijk wordt gebruikt tijdens geplande aangelegenheden zoals huwelijken, verjaardagen, feestjes, familiebijeenkomsten en vakanties. Traditionele kiekjes worden meestal binnenshuis of op vaste locaties gemaakt. Het fotomobieltje heeft hier verandering in gebracht. De gebruikers in dit onderzoek geven aan dat het fotomobieltje uitkomst biedt op de momenten dat ze geen regulier fototoestel bij de hand hebben. De onderzoeksresultaten laten zien dat het fotomobieltje op de meest uiteenlopende locaties wordt gebruikt. Van een gezellige avond in het café tot een bezoek aan de kapper of een wandeling op het strand. Overeenkomstig de verwachting, heeft het fotomobieltje ertoe geleid dat mensen meer buitenshuis zijn gaan fotograferen.

Chalfen en Gye beschrijven drie belangrijke functies van de traditionele fotografie. Ten eerste is de fotografie een belangrijk hulpmiddel bij de constructie van de herinnering. Ten tweede dragen foto's bij aan het behoud van vroegere banden en het ontstaan van nieuwe sociale relaties. Ten derde maakt de fotografie het mogelijk om onze visie op de werkelijkheid vorm te geven en onszelf aan de wereld te presenteren. Het afgelopen onderzoek toont aan dat de foto's, gemaakt met het fotomobieltje, afwijkende functies vervullen. Opvallend is dat het fotomobieltje, in tegenstelling tot het reguliere fototoestel, voornamelijk wordt gebruikt om persoonlijke ervaringen vast te leggen. Niet de belevingen

van het gezin of de sociale gemeenschap, maar de leefwereld van het individu staat centraal. Uit de onderzoeksresultaten kunnen vier functies van foto's worden afgeleid die overeenkomen met de studie van Kindberg et al., zoals beschreven in hoofdstuk zes. Ten eerste maken veel gebruikers foto's met het oog op persoonlijke reflectie. Deze 'grappige' of 'leuke' foto's laten zien hoe het individu naar de wereld kijkt. Daarnaast wordt het fotomobieltje gebruikt om foto's te maken die herinneren aan een bijzonder moment. Deze foto's behoren tot de categorie 'personal reminiscing'. Tevens worden regelmatig foto's gemaakt die bijdragen aan een bepaalde taak of oplossing van een praktisch probleem. Ten vierde worden foto's gemaakt om persoonlijke of gezamenlijke ervaringen met anderen te delen.

Uit de bestudeerde literatuur blijkt dat de meeste traditionele kiekjes een plaatsje krijgen in het fotoalbum. Het bekijken van foto's en uitwisselen van anekdotes vormen een ritueel gebruik binnen de traditionele fotografie. De resultaten van het afgelopen onderzoek tonen aan het fotomobieltje de functie van het fotoalbum heeft overgenomen. Een groot gedeelte van de foto's, dat met een fotomobieltje is gemaakt, wordt opgeslagen in het geheugen van de telefoon. Deze foto's worden bewaard zodat de maker er later nog eens naar kan kijken of ze aan anderen kan laten zien. Daarnaast heeft het fotomobieltje nog een tweede functie. Het wordt ook gebruikt als tijdelijk opslagmedium. Praktische of informatieve foto's worden korte tijd opgeslagen, bekeken en vervolgens gewist. In tegenstelling tot de foto's die voor langere tijd op de telefoon worden bewaard, zijn de gebruikers waarschijnlijk niet zo aan deze foto's gehecht. Wat opvalt, is dat andere opslagmethoden, zoals het bewaren van foto's op een DVD, CD of het Internet niet populair zijn. Ook het uitprinten van foto's komt bijna niet voor. Bijna alle gebruikers bewaren de foto's op de mobiele telefoon of PC.

Een onderwerp dat nog niet aan de orde is geweest is het verzenden van foto's. In tegenstelling tot het reguliere fototoestel biedt het fotomobieltje de mogelijkheid foto's via MMS, Bluetooth, of e-mail te versturen. Ondanks de nadruk die in de literatuur wordt gelegd op deze eigenschap van het fotomobieltje blijkt uit de onderzoeksresultaten dat het versturen van foto's bijna niet voorkomt. Toepassingen als MMS, Bluetooth en email worden maar zeer zelden gebruikt. Verondersteld wordt dat dit komt door de hoge verzendkosten van MMS en de complexiteit van de werkmenu's. Daarnaast wordt het verzenden van MMS- berichtjes als narcistisch ervaren. Het fotomobieltje wordt niet zozeer gebruikt als communicatiemiddel maar als een nieuwe technologie om foto's te maken.

10.2 Discussie: een toekomstperspectief.

Onderzoekers van het bureau *Infotrends* spreken de verwachting uit dat het fotomobieltje het reguliere fototoestel in loop van de tijd zal vervangen. Volgens dit onderzoeksbureau zal het

fotomobielletje in 2009 de dagelijkse camera zijn voor de meeste consumenten (Infotrends 2006). De resultaten van het afgelopen onderzoek laten een ander beeld zien. Uit het onderzoek blijkt dat de meerderheid van de gebruikers naast het fotomobielletje nog steeds gebruik maakt van een regulier fototoestel. Het reguliere fototoestel wordt zelfs vaker gebruikt dan het fotomobielletje. Volgens de gebruikers biedt het reguliere fototoestel de mogelijkheid om kwalitatief betere foto's te maken. Daarnaast hechten zij veel waarde aan de uitgebreide gebruiksmogelijkheden van het toestel zoals een flitsfunctie, zoomopties en de handmatige instelling van de belichting en scherptediepte. Tevens vindt een deel van de gebruikers dat een camera eigenlijk niet in een mobiele telefoon hoort. Zij beschouwen het reguliere fototoestel als een uniek gebruiksobject.

Maar hoe is het over vijf jaar? Zouden technologische verbeteringen op het gebied van de mobiele fotografie, zoals een betere beeldkwaliteit, een uitbreiding van de gebruiksopties en een grotere opslagcapaciteit tot gevolg hebben dat het fotomobielletje de reguliere camera vervangt? In mijn optiek niet. De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat het fotomobielletje een andere functie heeft dan het reguliere fototoestel. In tegenstelling tot het reguliere fototoestel is het fotomobielletje het medium bij uitstek om de persoonlijke leefwereld in beeld te brengen. Dit betekent niet dat het reguliere fototoestel zijn functie verliest. De behoefte om de traditionele momenten in het leven vast te leggen en te vereeuwigen zal blijven bestaan. Technologische verbeteringen op het gebied van de mobiele fotografie zullen hier geen verandering in brengen. Mijn verwachting is dat het fotomobielletje het reguliere fototoestel niet zal vervangen. Het nieuwe fenomeen vormt een aanvulling op oude en traditionele gebruiken en is een verrijking voor de fotografie. Hoe het verder gaat? Dat zal de toekomst uitwijzen.

10.3 Reflectie

Dit onderzoek laat zien hoe het fotomobielletje het dagelijks gebruik van de fotografie heeft veranderd. Aan de hand van literatuur en een enquête onder Nederlandse gebruikers is een helder beeld geschetst van deze veranderingen. Het afgelopen onderzoek vormt een aanvulling op de geringe informatie die reeds beschikbaar is, in het bijzonder over het gebruik van fotomobielletjes in Nederland.

Een onderzoek naar het gebruik van een nieuw fenomeen als het fotomobielletje brengt bepaalde beperkingen met zich mee. Ten eerste rijst de vraag of het onderzoek een juiste afspiegeling vormt van de onderzoekspopulatie. Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat de meerderheid van de respondenten tot de leeftijdscategorie behoort van 16 tot en met 29 jaar. De keuze voor een onderzoeksmethode als de online-enquête heeft er wellicht toe geleid dat niet alle leeftijdsgroepen in het onderzoek zijn vertegenwoordigd. Enerzijds is het mogelijk dat de hogere leeftijdscategorieën, door het gebruik van de online-enquête, niet zijn bereikt.

Anderzijds ligt de verklaring van deze ondervertegenwoordiging mogelijk in het feit dat, in tegenstelling tot de oudere generatie, meer jongeren gebruik maken van een fotomobieltje.

Bij de opzet van het onderzoek is ervoor gekozen het gebruik van het reguliere fototoestel te beschrijven aan de hand van bestaande literatuur. De beschikbare studies op dit gebied zijn helaas niet allemaal van recente datum. Een enquête over het hedendaagse gebruik van het reguliere fototoestel had hier uitkomst kunnen bieden. In verband met het tijdsbestek waarbinnen deze studie moest plaatsvinden was dit niet mogelijk

Ten derde moet een opmerking worden geplaatst bij de gebruikte theorie. Omdat er geen informatie over het dagelijks gebruik van fotomobieltjes in Nederland beschikbaar is, is gebruik gemaakt van bestaande literatuur over het gebruik van fotomobieltjes in Japan. Deze literatuur vormde een gedegen theoretisch raamwerk voor de opzet van de enquête. Het is echter mogelijk dat bij de toepassing van de literatuur bepaalde culturele verschillen over het hoofd zijn gezien.

Ten laatste vormen de categorische indelingen van de foto's en de beschrijvingen van de respondenten een beperking binnen dit onderzoek. Bij de labelling en categorisering van de foto's en beschrijvingen is getracht de interne validiteit van het onderzoek zoveel mogelijk te waarborgen. Het probleem is ondervangen door gebruik te maken van labels en categorie-indelingen uit bestaand onderzoek. Toch bleek bij de analyse van de data dat sommige foto's en beschrijvingen moeilijk waren te plaatsen.

10.4 Suggesties voor vervolgonderzoek

Het afgelopen onderzoek heeft wellicht meer vragen opgeroepen dan antwoorden opgeleverd. Nu de eerste aanzet is gegeven blijkt er nog zoveel meer te zijn dat kan worden onderzocht. Hieronder wordt een aantal suggesties voor vervolgonderzoek op een rij gezet.

- Zoals vermeld is er weinig bekend over de socio-economische situatie van de gebruikers van fotomobieltjes in Nederland. Wie zijn zij, tot welke leeftijdscategorie behoren zij, waar wonen ze en wat doen zij in het dagelijks leven? Zijn deze factoren van invloed op het dagelijks gebruik van het fotomobieltje? Zijn er verschillen in de gebruikspatronen van verschillende leeftijdsgroepen?
- Hoe verhoudt het gebruik van fotomobieltjes in Nederland zich tot het gebruik van dit apparaatje in andere landen? Zijn er bepaalde culturele verschillen die het dagelijks gebruik beïnvloeden?
- Waarom wordt het fotomobieltje maar beperkt gebruikt om foto's met anderen uit te wisselen?

- Hoe ontwikkelt de mobiele fotografie zich in de komende jaren? Welke technologische verbeteringen doen zich voor? Zijn deze technologische verbeteringen van invloed op het dagelijks gebruik?

Literatuur en bronnen

Literatuur

Aasman, S. (2004). Ritueel van huiselijk geluk. Een cultuurhistorische verkenning van de familiefilm. Geraadpleegd op 21 april 2007, via dissertations.ub.rug.nl/FILES/faculties/arts/2004/s.i.aasman/thesis.pdf

Bergeijk, J. v. (2006). Tentoonstelling over fotomobieltjes: de banaliteit van het alledaagse leven. Geraadpleegd op 30 april 2007 via <http://www.denieuwereporter.nl/?p=406>

Boerdam, J., & Oosterbaan, M. W. (1978). Het fotogenieke van samenleven. . *Amsterdams sociologisch tijdschrift.*, 5(1), 3 - 18.

Bourdieu, P., Boltanski, L., Castel, R., Chamboredon, J., Schnapper, D. (1990). *Photography: A Middle-brow Art*. Cambridge: Polity Press.

Chalfen, R. (1987). *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University Popular Press.

Chan, W., Kim, G. (2007) Understanding camera phone imaging: Motivations Behaviour and Meanings. In: Human Computer Interaction, Part II HCII 2007, pp.374-283

Coe, B., Gates, P. (1977). *The Snapshot Photograph - The rise of Popular Photography 1888-1939*: Ash and Grant Ltd.

Cohen, K. R. (2005). What does the photoblog want? *Media, Culture & Society*, 27(6), 883-901.

Dersjant, T. (2007). Bild: 100.000 burgerfoto's per jaar. Geraadpleegd op 6 mei 2007, via <http://www.denieuwereporter.nl/?p=806>

Fineman, M. (2000). Kodak and the Rise of Amateur Photography. *Timeline of Art History* Geraadpleegd op 24 mei 2007, via http://www.metmuseum.org/toah/hd/kodk/hd_kodk.htm

Goggin, G. (2006). *Cellphone culture: Mobile Technology in Everyday Life*. Londen:

Routledge.

Gorissen, P. (2006). Social Software in het onderwijs. Geraadpleegd op 25 juli 2008, via www.gorissen.info/Pierre/files/socialsoftwarev2p0.pdf

Gye, L. (2007). Picture This: the impact of mobile cameraphones on personal photographic practices. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 21(2), 279-288.

Heemstra, M. v. (2006, 20 Oktober). Huis-, tuin- en keukenfoto's, gemaakt omdat je je mobieltje bij de hand had. *Trouw*, p. 11.

Ito, M., & Okabe, D. (2003). Cameraphones changing the definition of pictureworthy. Geraadpleegd op 10 mei 2007, via <http://www.ojr.org/japan/wireless/1062208524.php>

Ito, M., Okabe, D. (2005). Technosocial Situations: Emergent Structuring of Mobile E-mail Use. In *Personal, Portable, Pedestrian. Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge MA: MIT Press.

Ito, M., Okabe, D. & Matsuda, M. (2005). *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge MA: MIT Press.

Kato, F., Okabe, D., Ito, M. & Uemoto, R. (2005). Uses and Possibilities of the Keitai Camera. In *Personal, Portable, Pedestrian. Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge MA: MIT Press.

Kindberg, T., Spasojevic, M. & Fleck, R. (2004). *How and why people use cameraphones* (No. HPL-2004-216). Bristol: Consumer Applications and Systems Laboratory, HP Laboratories

Koskinen, I., Kurvinen, E. & Lehtonen, T. . (2002). *Mobile Image*. Finland: Edita.

Krivel, P. Photo phones are still just a toy for most. *The Toronto Star*, 8 juni 2006, p.G04

Kuiper, A. (2006, 31-05). Klik, stuur en verkoop!; Iedereen kan in de krant komen met een foto gemaakt met een gsm. *NRC Handelsblad*, p. 21.

Lehtonen, T., Koskinen, I., Kurvinen E. (2003). *Mobile Digital Pictures – the Future of the*

Postcard. Paper presented at the 9th Interdisciplinary Conference on Research in Consumption, Wenen.

Ling, R., Julsrud, T. (2004). *The development of grounded genres in multimedia messaging systems (MMS) among mobile professionals*. Paper presented at the T-Mobile Conference., Hungary.

Ling, R., Pedersen, P. E. (2005). *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere*. Surrey, UK: Springer.

Mitchell, W. J. (1994). *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge MA, USA: MIT Press.

O'Keefe, M. (2006). InfoTrends Releases Mobile Imaging Study Results: Camera Phones Account for 87% of Mobile Phone Shipments in 2010. Geraadpleegd op 14 mei 2007, via <http://www.infotrends-rgi.com/home/Press/itPress/2006/1.18.2006.html>

Poirters, D. (2006) *Media en Citizen Journalism*. Hoe nieuwsorganisaties omgaan met amateurbeelden van burgers afkomstig van mobiele telefooncamera's en digitale camera's. Faculteit Kunst en Historische Wetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam.

Riviere, C. (2005). Mobile Camera Phones: A New Form of "Being. Together" in Daily Interpersonal Communication. In *Mobile communications: Re-negotiation of the social sphere*. Surrey, UK: Springer.

Sarvas, R. (2006). Designing user-centric metadata for digital snapshot photography. Geraadpleegd op 25 januari 2007, via <http://lib.hut.fi/Diss/>

Scifo, B. (2005). The domestication of Cameraphone and MMS Communication. The early experiences of young Italians. Geraadpleegd op 30 juni 2008, via 21st.century.phil-inst.hu/Passagen_engl4_Scifo.pdf

Sontag, S. (1978). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux,

Thijssen, M. (2005). Fotografie schreeuwt om wetenschap. In *Boekman* (Vol. 63, pp. 97-99.).

Tops, E. (2005). Uitgelicht: Amateurfotografie en het Nederlands Fotomuseum.

Geraadpleegd op 8 maart 2007, via

<http://www.fotobond.nl/pub/samenvatting UITGELICHT.doc>

Ulkuniemi, S. (1998). *Imagining Living: Studying the genre of homephotography in Finland*.
University of Lapland, Rovaniemi.

Van Dijck, A. (2007). Geschiedenis van de fotografie.

http://www.kurtvansteelant.be/content/10163/site/3840_26-08-2008 geraadpleegd op 25-08-2008

Van House, N. e. a. (2004, November 6-10). *From 'what' to 'why'. The social uses of personal photos*. Paper presented at the CSCW'04, Chicago, Illinois, USA.

Van House, N. e. a. (2005, April 2-7). *The uses of personal networked digital imaging: An Empirical Study of cameraphone photos and sharing*. Paper presented at the CHI 2005, Portland, Oregon, USA.

Villi, M. (2007). Visual Mobile Communication. Cameraphone photographs as communication. University of Art and Design, Helsinki.

Internetbronnen

www.hyves.nl geraadpleegd op 15-07-2008

www.sellaband.com geraadpleegd op 15-07-2008

www.mmsinstellen.nl/kosten.htm geraadpleegd op 25-09-2008

<http://www.pocketinfo.nl/nieuws/internet-en-communicatie/10605/negentien-miljoenmobiele-aansluitingen-in-nederland.html> geraadpleegd op 29-07-2008

<http://www.scphoto.com/html/history.html> geraadpleegd op 18-07-2008

www.moblog.net geraadpleegd op 16-09-2008

www.bbc.co.uk geraadpleegd op 16-09-2008

www.flickr.com geraadpleegd op 5-10-2008

www.moblog.nl geraadpleegd op 5-10-2008

www.bright.nl/06-web-2-0-software-wordt-sociaal geraadpleegd op 16-11-2008

www.fotografiegeschiedenis.nl geraadpleegd op 15-02-2009

Bijlage I Enquete

