

Digital Mediekultur Synopsis, Eksamen F2010
Identitet blandt Mac-brugere



Andreas Ubbe Dall (080690-1679), Simon Lüdeking (110487-3347)
Troels Bak Zinglensen (221188-1383) & Marc Eiberg Petersen (241287-2153)

Vejleder: Listbeth Klastруп

<http://www.eiberg.me/itu/wp-content/uploads/2010/05/BDMK-Mac.pdf>

Indholdsfortegnelse:

Indledning:	3
Fokus:	3
Afgrænsning:	3
Problemformulering:	4
<u>Teori:</u>	<u>4</u>
Identitetsforvirring:	5
Forstyrret liv:	5
Stigmatiseret identiteter:	6
<u>Empirisk analyse:</u>	<u>7</u>
Mindset Media's survey:	7
Mac-brugerne på IT-Universitetet:	8
<u>Konklusion:</u>	<u>9</u>
<u>Individuelt fokus til mundtlig eksamen:</u>	<u>11</u>
Litteratur	12
Bilag:	13

Indledning:

Inden for PC verdenen er der lige for tiden to store spillere, Apple og Microsoft.

De mest populære styresystemer idag er Windows Vista/Windows 7 som Microsoft står bag og Mac OSX som Apple står bag. Forskellen er dog at mens Microsoft designer operativ systemer til brug på mange forskellige computere, så producerer Apple MacBook'en, hvilket er den computer man er nødt til at eje, hvis man vil bruge Mac OSX.

Dette har været med til at dele PC-verdenen op i to grupper. En Mac-gruppe og en Windows-gruppe. Microsoft sidder stadigvæk på langt størstedelen af markedet, men Apple kommer mere og mere ind på markedet, efter at der er opstået en fankultur omkring Apple, der også bl.a. har vundet store markedsandele inden for MP3-afspillere med deres iPod og på mobiltelefon markedet med deres iPhone.

Fokus:

Vi vælger at kigge ned på den fankultur, der eksisterer om MacBook'en, for at se hvilket indtryk folk generelt har af Mac-brugeres identitet og om der er sammenhold mellem det, og måden hvorpå Mac-brugere opfatter sig selv.

Afgrænsning:

Mindset Media er et firma, hvis filosofi baserer sig på, at de mener internettet er et fantastisk medie til at få direkte svar igennem (<http://www.mindset-media.com/about/>).

I 2008 lavede Mindset Media en online undersøgelse blandt 7.500 personer, for at se om der var en generel sammenhæng mellem de personer der ejer en Mac og deres personlighed.

Vi vil tage udgangspunkt i resultaterne af deres undersøgelse, og sammenligne dem med Mac-brugerne på IT-Universitetet.

Problemformulering:

Er der en forskel i måden, på hvordan Mac-brugere generelt bliver fremstillet og i måden hvorpå Mac-brugere på IT-Universitetet opfatter sig selv og deres identitet ?

- Hvordan bliver Mac brugerne fremstillet og opfattet i undersøgelsen af Mac-brugere lavet af Mindset Media?
- Kan Mac-brugerne på IT-Universitetet sammenlignes med det billede der tegnes af Mac-brugere, i Mindset Media's undersøgelse?

Teori:

"Når jeg om morgenen leder i min garderobe, stilles jeg ikke bare over for af, hvad jeg skal tage på. Jeg står også over for valget af, hvordan jeg vil ses" (Ehn, B. & Löfgren, 2001 ; s. 1).

Mac'en er et stil ikon i modsætning til normale PC'er og man bliver set på anderledes hvis man har en Mac. Mac'en er smart, til den kreative, pengepungen er i orden, man går ikke på kompromis med kvaliteten.

"Forskellen mellem en elegant dragt og en overall, en læderjakke eller en bomuldsjakke, handler ikke bare om stof og stil, men også om identitet" (Ehn, B. & Löfgren, 2001 ; s. 1).

Det samme gør Mac'en. Lidt det samme som ovenstående omkring det at Mac'en er et stilikon.

"Polariseringen os/dem viser sig ofte at være central, en todeling af 'vores' fællesskab defineret af 'deres', de andre, som er udenfor. De kulturelle forskelle befæstes desuden med stereotypierne hjælp. 'Vi' spejler os i de andres anderledeshed – de bliver alt det, vi ikke er." (Ehn, B. & Löfgren, 2001 ; s. 2).

Her kan man tage fat i de to grupper - Mac vs. PC'ere. Det er godt nok ikke vores problemstilling, men siger alligevel noget om hvordan man opfatter den 'anden gruppe', som jo er meget relevant for vores nuværende problemstilling.

Mac'en i forhold til en PC, er noget anderledes og specielt. Hvis man antager at en PC bruger opfatter Mac'en som den smarte person, en der er kreativ og gerne vil skille sig ud fra mængden med sit valg af computer og vise at man ikke bare er endnu en standard PC bruger, så må man gå ud fra at det er disse elementer PC-brugeren spejler sig i.

Med den antagelse, så vil PC brugeren stå tilbage med at være det modsatte af hvad Mac-brugeren er (såfremt antagelserne er korrekte), og må derfor nøjes med at blive opfattet som konservativ og kedelig, går efter det sikre og kendte, lader ikke sin kreativitet folde sig ud og er bare endnu en fisk i havet.

"Det er altså vigtigt, at kulturel konfrontation analyseres med begge parterers perspektiv" (Ehn, B. & Löfgren, 2001 ; s. 11).

Da både Mac og PC er to forskellige grupper indenfor computer kulturen, hvor der tit opstår konfrontationer, kan vi bruge dette som argument for at vi går ind og ser på emnet fra både en Mac-vinkel og en PC-vinkel.

"... her kan man se, hvordan en gruppe personer mennesker søger efter centrale temaer og nøglesymboler som basis for fællesskab" (Ehn, B. & Löfgren, 2001 ; s. 22).

Mac'en er et centralt tema og et nøglesymbol for dem der ejer en Mac. Ser man en anden Mac ejer, ved man med det samme at der her er basis for en eller anden form for fællesskab, fordi man netop har Mac'en til fælles som det centrale ved første møde.

Identitetsforvirring:

Stort udvalg over sociale og kulturelle identiteter, inklusiv dem baseret på køn, nationalitet, religion, familie relationer, mm. Disse identitets muligheder giver og muligheden for os at definere hvem vi vil være. Dette kan medføre til identitetsforvirring (Cheung, 2004).

For eksempel: en mand der er lidenskabelig over homoseksuelle bøger, men nyder at se heteroseksuelle pornografisk film, men så samtidig er feministisk men også kan lide Sylvester Stallone. Hvem er han? Er han homoseksuel, heteroseksuel, eller biseksuel? Kan en der er vild med Stallone være feminist?

Forstyrret liv:

Samfundet ændrer sig hurtigt og meget, og ligeledes på grund af disse nye oplevelser kan vores selv-fremstilling og identitet udfordres.

For eksempel: en studerende som bliver ved med at skifte linje og aldrig bliver med færdig vil måske begynde at undrer sig over om de overhovedet har noget at tilbyde arbejdsverden.

Stigmatiseret identiteter:

Er identiteten accepteret af samfundet?

Lesbisk pige på katolsk skole.

Hvordan vil vi sammenligne vores observationer med brugerne på ITU (fokusgruppe)

”Not every member must contribute, but all must believe they are free to contribute when ready and that what they contribute will be appropriately valued” (Jenkins¹)

Dette kan overføres til de klistermærker Apple har givet væk med deres produkter, disse blev meget populære da de gav køberne mulighed for at ”spredde budskabet” og gøre det tydeligt at de var Mac-brugere.

Metode:

Da vi ikke forventede at få nok svar, ved selv at lave en kvantitativ undersøgelse valgte vi som nævnt i afgrænsningen, at bruge de data vi havde til rådighed fra Mindset Media, da vi mente at den med 7500 besvarelser, var vores bedste mulighed for at et generelt resultat af hvem den typiske Mac-bruger er.

Vi vil gerne se om det var muligt at sammenholde resultaterne fra Mindset Media, med Mac-brugere på IT-Universitetet.

Vi valgte at gøre dette, ved at udvælge 3 tilfældige Mac-brugere på IT-Universitetet og lave et kvalitativt interview med.

Empirisk analyse:

Vi har valgt at tage resultaterne af Mindset Media's survey der fortæller om opfattelsen af Mac-brugeres identitet. Resultatet af surveyet sammenholder vi med de svar vi fik i vores kvalitative interviews.

Mindset Media's survey:

Are you this arrogant?

Mindset Media found that Mac users are:

SUPERIOR

This is where actor Justin Long's character shines. He effuses superiority over that poor PC guy—not unlike Mac users themselves, apparently. This group has a sense of self-importance and tends to consider themselves "extraordinary," said Sarah Welch, chief operating officer and co-founder of Mindset Media, adding that since this group is assured of its superiority, "I can see how [the guy in the commercial] isn't offensive to them."

OPEN

Consumers who tested high in the open-personality category—known as "openness fives"—are 60% more likely to own a Mac vs. a PC. This group is also more likely to buy organic food on a regular basis, drink Starbucks or coffeehouse coffee every day and drive a hybrid car. They're also more intellectually curious and comfortable with emotions than the general population.

PERFECTIONISTS

These control freaks like everything in its place. They notice the imperfections in things, which stresses out them more than others. "Steve Jobs, from a design perspective, certainly is a perfectionist, and the Mac users tend to share that trait," Ms. Welch said. This group is more likely to have purchased five or more pairs of sneakers in the past year and use teeth-whitening products.

MUSIC MAVENS

Apple users download and pay for far more music than PC owners, NPD Group said in December. Half of Mac users paid to download music in the third quarter of 2007, while just 16% of PC owners did. Mac owners also were more likely to buy music CDs (32% vs. 25%) and more likely to listen to music on their computers (56% vs. 31%) than PC owners.

NOT DOGMATIC

In a word: liberal, both socially and politically. They shy away from looking to religious or moral leaders for guidance and believe kids should be exposed to moral circumstances and encouraged to draw their own conclusions. These folks also are more likely to use laptops or notebooks as their main computers and drive station wagons as their main cars.

NOT MODEST

This is another spot-on characterization in the "Get a Mac" campaign and goes hand in hand with the sense of superiority noted above. This not-so-modest group may be seen as self-centered, arrogant or conceited by others. They also have a strong desire for recognition.

ECO-MINDED GREENIES

In a December study about green-technology consumers, Forrester Research found that Mac owners top the list of "bright green" consumers, defined as those who not only have environmental concerns but also would pay more for greener electronics. Some 17% of Apple customers fell into that category, compared with just 12% of the general population.

SATISFIED WITH THEIR PURCHASE

Make that "very satisfied." Data collected in early January by ChangeWave Research found that 79% of people who had purchased an Apple computer in the past 90 days were "very satisfied." That compared with 59% and 58%, respectively, of those who bought PCs from competitors Dell and Hewlett-Packard.

For more information contact Mindset Media at MindsetMedia.com or 914-614-0265.



Liberale; både socialt og politisk. De kigger ikke mod religiøse eller moralske ledere, og tror på at deres børn skal udsættes for omstændigheder der gør de kan drage deres egne konklusioner.

Personer som disse er mere typen der bruger deres bærbare computer som deres primære computer, og kører stationcar.

Overlegne; Mac-brugere har tendens til at opfatte dem selv som lidt ekstraordinære og specielle. De er ikke som de andre.

Ikke beskedne; Som gruppe er Mac-brugere ikke så beskedne. De opfattes som selv-centrerede, arrogante eller opblæste af andre. Mac-brugere har også et stærkt behov for anerkendelse.

Åbne; De personer i testen, der kunne kategoriseres som open-minded, var i 60% af tilfældene Mac-brugere.

Samme gruppe havde større tendens end resten, til ofte at

købe økologiske fødevarer og drikke kaffe fra en kaffebar som f.eks. Starbucks hver dag.

Derudover er Mac-brugerne mere intellektuelt nysgerrige og håndterer følelser bedre, end gennemsnittet.

Miljøbevidste; En undersøgelse fra 'Forrester's Research' viste at Mac-brugere, i høj grad var 'lysegrønne' forbrugere, hvilket defineres som personer som ikke blot er bekymret for miljøet men som rent faktisk gerne betaler mere for miljørigtig elektronik. 17% af Mac-brugere faldt ind under den lysegrønne kategori, mens kun 12% af den generelle befolkning, faldt ind under den.

Perfektionister: De bemærker hurtigt fejl, og det fejl irriterer dem mere end andre ting.

Denne gruppe af perfektionister, har ifølge undersøgelsen købt mindst 5 par sko eller mere det seneste år.

Tilfredse: Mindset Media indsamlede data fra en analyse udført af ChangeWave Research. Analysen viste at 79% af de personer der havde købt en MacBook inden for 3 måneder, var 'meget tilfredse' med deres køb. Sammenlignet var kun 59% af de der havde købt PC'er fra konkurrenter som Dell og HP, 'meget tilfredse' med deres køb.

Musik: Mac-brugere downloader og betaler for mere musik end PC-brugere. Halvdelen af Mac-brugerne havde betalt for at downloade musik i 3. kvartal af 2007, i modsætning til kun 16% af PC-brugerne.

Mac-brugerne havde også større tendens til at købe CD'er (32% vs. 28%) og lyttede i højere grad til musik på deres computer (56% vs. 31%), i forhold til PC-brugere.

Mac-brugerne på IT-Universitetet:

Ud af de 3 Mac-brugere vi interviewede havde alle en stationær PC, og har således fint kendskab til Microsoft Windows, men der var ingen af dem de brugte deres stationære PC noget særligt. Alle brugte de deres Mac som deres primære computer.

Ingen af de 3 troede på gud, men drager deres egne konklusioner.

Det næste vi derefter spurgte dem om, var om de var glade for deres valg af Mac og så dem selv som værende bedre end PC-brugere. 2 af de interviewede følte sig overlegne i forhold til PC brugere og var overbevidst om at de havde truffet det rigtige valg, ved at købe Mac. Den sidste af interview personerne følte sig ikke direkte overlegen, men synes det var sjovt at drille PC-brugerne med at de ikke var lige så gode som Mac-brugere. Selvom der var en tendens til at føle sig overlegen eller synes det er sjovt at fremstå som det, var der ingen af de 3 personer der ville stemples som værende en blærerøv, selvom de godt vidste at de kunne være det.

Hvad angår deres personlige tilknytning til café kulturen, var det lidt blandet. Den ene er glad for café kulturen, men dyrker det ikke så meget som personen tidligere gjorde. Den anden synes idéen om at gå café er god, men heller ikke han gør sig så meget i at gå på café. Den tredje person besøgte ret tit steder som f.eks. Baresso eller 7-11, da ifølge personen var muligt at få en god kop kaffe, fremfor den kaffe man ellers kan blive udsat for i kantiner og lignende.

Alle de 3 interviewede Mac-brugere, havde det godt med at tilegne sig ny viden og synes selv at de generelt er ret nysgerrige overfor nye ting.

Hvad angår deres forhold til miljøet, var 2 af de interviewede opmærksomme på at spare på strømmen og var i nogle tilfælde villige til at betale lidt ekstra for at være gode mod miljøet.

Alle 3 interview personer, ville gerne tillægges ordet 'perfektionistisk', dog alt med måde – det var ikke i alle henseender.

De er alle sammen meget tilfredse med deres køb af en Mac computer, og man kunne høre at de virkelig havde en computer, som de var rigtig glade for.

Det sidste vi valgte at spørge dem om, var deres forhold til musik og hvilket medie de foretrak.

2 af personerne downloadede musik (primært ulovligt, det lå implicit i deres svar). 2 af dem købte dog gerne musik hvis det var den eneste udvej eller det var en speciel CD og den sidste svarede indirekte at han stort set aldrig havde betalt for sin musik.

Konklusion:

Ved at sammenholde resultaterne fra Mindset Media's survey og vores interviews med IT-Universitet studerende, så er Mindset Media's undersøgelse meget rammende.

Mindset Media konkluderede at Mac-brugere generelt følte sig mere overlegne i forhold til PC brugere, hvilket fremstår som egoistisk eller arrogant for andre. Vi fandt også hos vores interviewede at de havde en følelse af overlegenhed i forhold til PC brugere. Det interessante ved dette resultat er at sammenholde det med Löfgren, der diskuterer det essentielle ved polarisering i forhold til ens gruppe identitet.

Vi kan ud fra disse undersøgelser, hvis vi antager at Mindset Media's survey tegner et billede af den generelle Mac-bruger, konkludere at den generelle opfattelse af Mac-brugere, også er gældende for hvordan Mac-brugere på IT-Universitetet opfatter sig selv og deres identitet.

Sammenholder man dette med Löfgren, så er valget af en Mac, også er et valg af den måde man fremstiller sig selv på. Mac har i mange år – på både godt og ondt – været knyttet til en form for intellektuel elitisme eller snobberi, og det kunne forklare hvorfor andre kan opfatte Mac-brugere som værende "blærerøve". Mac-brugerne opfatter PC-brugerne som værende mindre kloge, knapt så kultiverede og konservative i deres valg af PC.

Mindset Media's survey og vores kvalitative interviews, viser at Mac-brugerne søger

polariseringen og tillæger sig selv at være alt det en PC bruger ikke er.

Mac-brugerne kan godt lide at vise overfor PC brugerne, at de ikke kan sammenlignes med PC-brugere og ligefrem tager afstand fra PC-brugernes valg af computer.

Individuelt fokus til mundtlig eksamen:

Marc Eiberg Petersen:

Kan man se de samme identitetstræk hos Mac-brugere, som der fremgår i Mindset Media undersøgelsen, ud fra hvordan Mac-brugere skriver om dem selv og eventuelt om deres Mac, på personlige blogs?

Troels Bak Zinglersen:

Ifølge Mac-brugernes selv, hvilke værdier gør Mac'en til et brand og ikke bare en computer?

Andreas Ubbe Dall:

Fremstiller Mac-brugere sig i kontrast til PC kulturen, ville Mac Kulturen kunne eksistere uden PC kulturen?

Simon Lüdeking:

Hvordan fremstiller Mac-bruger sig selv og hvordan bliver Mac-brugere fremstillet af ikke Mac-bruger. Hvorfor bliver Mac-bruger fremstillet på denne måde af ikke Mac-brugere.

Litteratur

Ehn, B., & Löfgren, O. (2001).
"Identiteter - i leg og alvor" i Kultur Analyser

Jenkins, H. (2009)
Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century.
Hentet fra http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF

AdAge.com / Mindset Media.
Mac Owners Are Just Like, Well, the Mac Guy
Study: Apple Computer Users Less Modest but More Open Than General (Read: PC)
Population
http://adage.com/article?article_id=123350

Bilag:

Kvalitative interviews med 3 Mac-brugere på IT-Universitetet.

1. Hvad anvender du primært, stationær eller bærbar computer?

Interview person 1:

Jeg har en stationær, men bruger hovedsageligt min bærbar computer.

Interview person 2:

Har stationær PC, men bruger reelt kun Mac Bærbar.

Interview person 3:

Jeg har en stationær, samt 3 bærebare (2 Mac og 1 PC). Jeg bruger oftest min Mac Book Pro til alt og en gang i mellem hvis jeg trænger til det kunne jeg godt finde på at bruge min stationær.

2. Er du religiøs eller følger du din egen overbevisning?

Interview person 1:

Jeg drager mine egne konklusioner, jeg tror ikke rigtigt på gud eller noget i den stil.

Interview person 2:

Jeg vurderer selv, hvad jeg vil og ikke vil, og hvad jeg tror på, og ikke tror på.

Interview person 3:

Jeg følger min egen sunde fornuft...

3. Føler du, at du har truffet det rigtige valg ved at købe en Mac computer og du er overlegen i forhold til PC brugere?

Interview person 1:

Jeg har truffet det rigtige valg angående valg af computer. Jeg føler at Mac er bedre end PC, og jeg har ret!

Interview person 2:

Jeg føler mig temmelig overlegen i forhold til PC brugere, når man sidder offentlige steder især – det er bare lidt sejere at smække sin MacBook Pro frem end ens fesen PC. Derudover ved vi jo alle at Mac'en er et bevidst valg, eller for nogle snarrere et fravalg af Microsoft, hvorved man distancerer sig fra plebejerne!

Interview person 3:

Jeg føler ikke nødvendigvis at jeg er superior. Jeg kan godt lide at drille pc brugere med at jeg er superior men som sagt føler jeg ikke at jeg er det... måske lidt.

4. Er du beskeden eller er du en blærerøv?

Interview person 1:

Jeg er nok en mellemting mellem at være beskeden og så at være en blærerøv.

Interview person 2:

På en skala der rangerer fra beskeden til blærerøv, er jeg nok tættere på blærerøv.

Interview person 3:

Både ja og nej. Nogle gange er jeg mere end andre, og andre gange er jeg slet ikke.

5. Er du typen der går på café eller kaffebar?

Interview person 1:

Jeg er glad for café-kulturen, og nød det meget da jeg arbejdede i byen.

Interview person 2:

Jeg kan godt lide ideen om café-kulturen, men udforsker den ikke særlig tit.

Interview person 3:

Jeg drikker rimelig ofte kaffe fra (711, baresso, osv). Jeg nyder at få en god kop kaffe og ikke sådan noget tyndt lort man får i kantiner osv.

6. Er du nysgerrig og kan du lide at tilegne dig ny viden?

Interview person 1:

Jeg meget nysgerrig overfor ny viden, jeg ser blandt andet "How to" videoer på internettet.

Interview person 2:

Informationsmæssigt vil jeg beskrive mig selv som værende temmelig nysgerrig.

Interview person 3:

Jeg er ret nysgerrig omkring nye ting og synes det er rart at have en bred viden.

7. Er du miljøvenlig og vil du betale ekstra for at være det?

Interview person 1:

Jeg vil ikke betale store summer for at få noget der er mere miljøvenligt, men engang i mellem der er tale om småpenge kan jeg godt finde på det. Men jeg slukker tv'et og lyset når jeg ikke er i rummet.

Interview person 2:

Er på mange måder fascineret af naturen – men det fylder for lidt i min hverdag til at jeg på nogen måde kan beskrive min dagligdag som værende miljøbevidst, så det vil jeg ikke sige at jeg gør.

Interview person 3:

Afhængigt af hvad det er vil jeg godt være villig til at betale lidt mere for noget der er mere økologisk. Køber rimeligt meget økologisk madvarer/drikkevarer. Er rimelig dårlig til at slukke tv'et og andre elektroniske apparater i lejligheden, men jeg gør det når jeg endelig husker det.

8. Er du perfektionistisk?

Interview person 1:

Jeg er vel perfektionist, dog med forbehold. Jeg kan godt lide at tingene er pæne og struktureret, men jeg kan godt gå på kompromis.

Interview person 2:

Jeg går i høj grad op i at have styr på mine ting – især med hensyn til min computer (desktop, mappestruktur osv).

Interview person 3:

Jeg er lidt af en perfektionist. Det kommer også an på hvad det er. På arbejde gør jeg meget ud af tingene står rigtige når der skal udføres ydelser på diverse enheder. Derhjemme går jeg også meget op i at kabler osv. ligger pænt.

9. Er du tilfreds med din Mac?

Interview person 1:

MEGET ! Jeg har en 4 år gammel iMac og en ny Mac Pro. Mac Pro'en er det bedste jeg nogensinde har købt.

Interview person 2:

Meget tilfreds... når min stationære PC dør, bliver det forhåbentlig det sidste jeg har at gøre med Windows.

Interview person 3:

Jeg er meget tilfreds med min Mac. Den kører meget bedre en nogle af min andre PC'er med Windows på...Jeg vil nok sige at jeg nok ikke køber en PC igen, jeg regner med at købe iMac 27" quad til efter sommerferien.

10. Hvordan er dit forhold til musik, både med hensyn til download og CD'er?

Interview person 1:

Primært downloader jeg, men jeg køber også sange over itunes, hvis jeg er meget vild med kunstneren eller hvis jeg ikke kan finde sangen andre steder.

Interview person 2:

Har købt 1 cd i hele mit liv – men mit musik bibliotek indeholder en smule mere.

Interview person 3:

Lytter ikke til så meget musik osv på iPod, mest derhjemme på B&O anlægget. Men der er det som regelt altid Ministry of Sound og der vil jeg faktisk heller have CD-box settet frem for en brændt CD.

Bilag:

Obligatorisk midtvejsaflevering, af synopsis udkast:

Digital Mediekultur

Mac vs. PC

Gruppe 19: Troels Zinglersen, Andreas Ubbe Dall, Simon Lüdeking & Marc Eiberg

Synopsis:

PC verdenen har to populære styresystemer for almindelige private brugere - den ene gruppe er PC ejerne der kører med et Microsoft Windows styresystem og den anden gruppe er de der ejer en computer fra Apple, en Mac.

På internettet er der rigtig mange sider omhandlende Mac vs. PC, ligesom der på debatfora og blogs er rigtig mange diskussioner blandt PC-brugere og Mac-brugere, omhandlende hvilken platform der er den bedste og hvorfor.

Argumenterne for det ene versus det andet, er mange og nogle af dem er fornuftige og velunderbyggede, mens andre på ingen måde læner sig op og facts, og mest af alt minder om en "min far, kan banke din far"-battle.

Vi vil gerne se på hvad der får de to kulturer til at holde liv i en konstant diskussion, der ser ud til aldrig at få en ende.

Er der forskelle på de to grupper, hvordan de understøtter deres argumenter og hvordan de sammenligner de forskellige produkter?

Er der forskelle på hvordan og i hvor høj grad, de to grupper understøtter deres argumenter med facts?

Metode:

Fokusgruppe