

Vejen til de personlige medier

Konvergens mellem de forskellige medieplatforme er allerede en realitet, og dagens mange nye dimser er udtryk for en divergens, der skal sikre, at vi som forbrugere tilbydes udstyr, der kan opfylde vore personlige kommunikationsønsker – når som helst og hvor som helst. Men selv de mest avancerede apparater vil ikke kunne stå distancen, medmindre forbrugerne ikke kan se et praktisk formål med dem – og lader dem indgå som naturlige elementer i den række af personlige medier, der ender med at blive en vital del af vores kommende dagligdag.

Mobiltelefoner med FM-radio. Håndholdte computere med indbygget digital radio. Mobiltelefoner med MP3 afspillere. Mobile navigationssystemer kombineret med videoafspilning for bagsædepassagerer. Mobiltelefoner med indbygget digitalkamera. Bærbare digital radioer kombineret med tv-modtagere. DVD-afspillere kombineret med digital radio til hjemmets surroundanlæg. Kombinationerne synes uendelige, og det er næsten daglig, at vi præsenteres for nye varianter.

De fleste tager dette som udtryk for den mediekonvergens, der har været på dagsordenen i årevis, men i realiteten er det udtryk for det stik modsatte. Konvergens mellem de forskellige medieplatforme er allerede en realitet, og de mange nye dimser er udtryk for en divergens, der skal sikre, at vi som forbrugere tilbydes udstyr, der kan opfylde vore personlige kommunikationsønsker – når som helst og hvor som helst.

Kombinationsenhederne opstår ikke længer udelukkende på baggrund af, hvad der er teknisk muligt, men er derimod udtryk for, at producenterne af de

mange dimser har flyttet fokus til at vurdere og udvikle produkterne ud fra brugerens behov. Det betyder, at fx håndholdte enheder udstyres med egenskaber som telefoni, musikaflytning og billedoptagelse/udveksling, mens stueanlæg skal kunne håndtere billed- og lydoplevelser, hvor der stilles helt anderledes høje krav til billed- og lyd kvalitet, end når folk er på farten.

At denne specialisering endnu ikke er på plads, fremgår af, at det fortsat ofte er umage komponenter, der mikses sammen i det samme apparat. Når en digital mobiltelefon fx udstyres med en analog FM-modtager, er det teknisk set en besynderlig hybrid, der et langt stykke hen ad vejen blot afspejler, at den teknologiske udvikling af radio- og mobilmarkederne er ude af trit med hinanden, at det ville være uforholdsmæssigt dyrt at kombinere telefonenheden med en digitalradio, og at udbredelsen af de digitale radionet halter bagefter de mobile telefonnet.

Men hvad er det reelt for en udvikling, der ligger til grund for den nuværende tekniske udvikling?

Segmentering

Vores nuværende samfundsparadigme er informations- eller kommunikationssamfundet. Telegraf og telefon har banet vejen for den elektroniske digitalisering

og samtidig defineret de vilkår, som medierne – både de fysiske medier i form af faste og trådløse netværker og de såkaldte elektroniske medier i form af radio, tv og multimedia m.fl. – eksisterer under.

Det sidste halve århundrede har handlet om en sammensmeltning af forskellige netværkstopografier og "digitalisering" til en grad, hvor vi nu stort set kan påstå, at alt indhold i form af lyd, tekst, billeder osv. kan vurderes som en stor struktureret database af viden. Det er på denne baggrund, at vi er begyndt at tale om vidensamfundet, og det er i denne kontekst, vi ser muligheden for at kunne finde og få svar på et hvilket som helst spørgsmål – og oven i købet på et hvilket som helst tidspunkt og sted. Alle disse muligheder er samlet under begrebet anywhere-anytime, og alle vore teknologiske bestræbelser er derfor gået i retning af at kunne levere den samme vare.

På et tidspunkt troede vi, at sammensmeltningen af teknologier ville betyde, at alt bogstaveligt talt skulle kunne leveres alle steder og på alle tidspunkter, hvor brugerne måtte ønske det – og at den enkelte forbruger ville være villig til at betale hvad som helst for at få denne service. Denne situation kaldte vi for "on demand", men vi fandt hurtigt ud af, at investeringen var for stor, at konkurren-

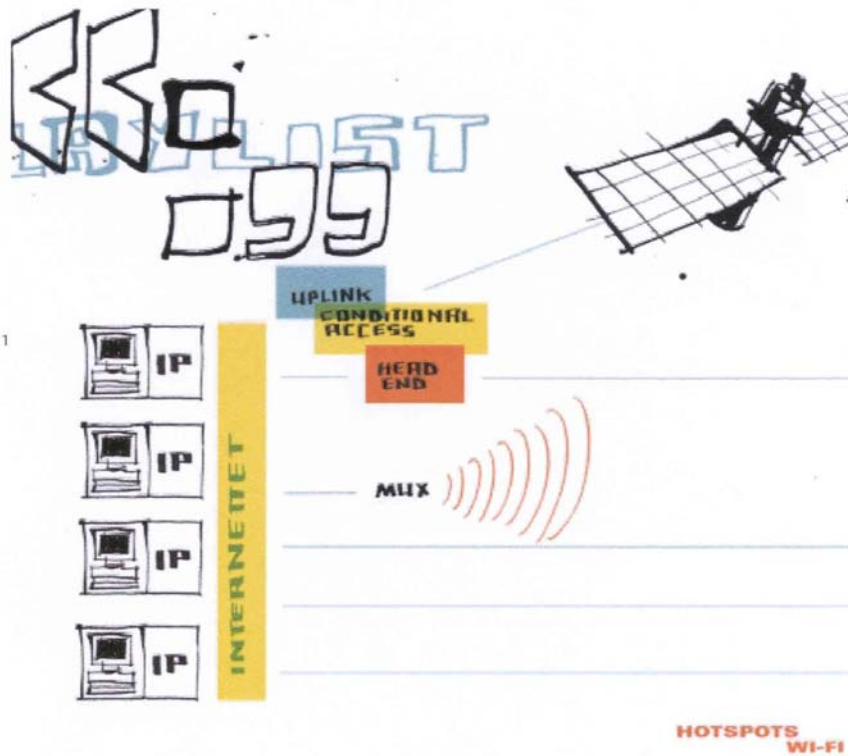


Fig. 1

cen som følge af, at alle ville eje kunden, endte med at blive en forretningsmæssig umulighed, og at kunderne slet ikke var indstillet på at betale noget som helst for denne service.

Teknikernes planer om at integrere alt i et stort multifunktionelt netværk med adgang baseret på universal-dimser blev i stedet til specifikke funktioner i en nøje bestemt kontekst. I praksis viste det sig nemlig, at brugerne gerne ville have mulighed for at vælge indhold på selvvalgte tidspunkter og måske oven i købet betale lidt for at få det. Ikke nødvendigvis i form af penge, men fx ved at tillade reklamer eller at afgive personlige oplysninger osv.

Godt hjulpet på vej af de professionelle markedsførere har informationssamfundet derfor også drejet sig om segmentering. En pseudo-psykologisk fremstilling

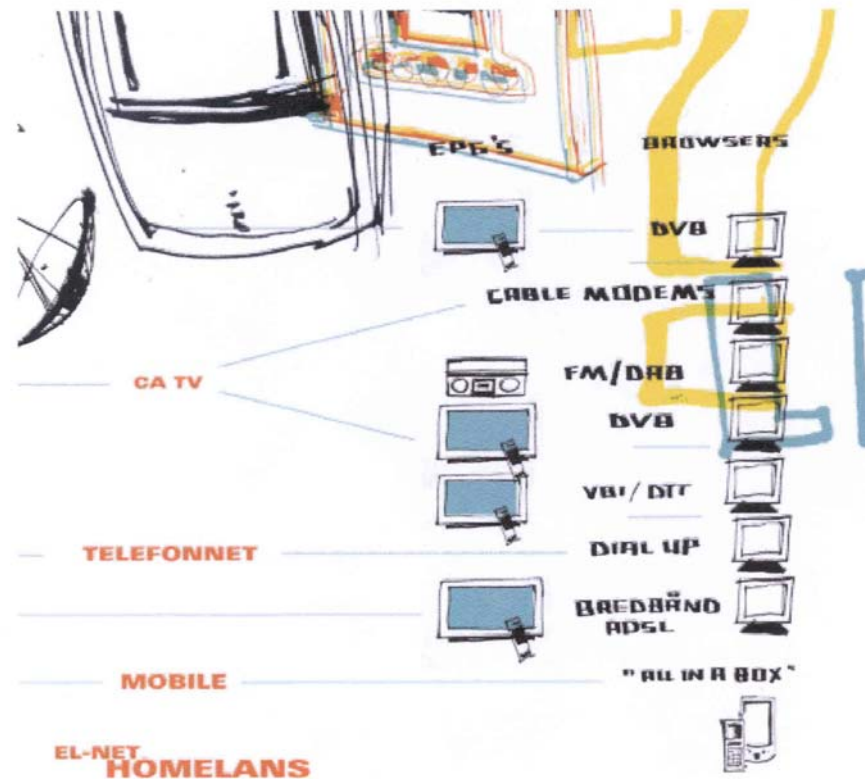
af, at alle mennesker er forskellige og af forskellige grunde ønsker noget forskelligt. Individualiseringen – og ikke det oprindeligt tænkte store fællesskab – blev derfor drivkraften for den teknologiske udvikling. Internettets fremkomst har allerede supporteret dette i en grad, der vil få konsekvenser for den kommende udvikling af de elektroniske medier – nemlig de personlige medier – hvor det ikke er de teknologiske forudsætninger eller begrænsninger, der sætter tempoet, men i langt højere grad det indholdsmæssige og de individuelle ønsker for dets anvendelse.

Den generiske skærm

Vi er allerede på vej mod et åbent viden-samfund, hvor disse problemstillinger uundgåeligt vil løse sig, fordi fremtidens forbruger tager kontrollen over sig selv og sine ønsker. Konvergensen mellem netværkerne er næsten en realitet, men

vi mangler at sætte dette i den rette forbruger-mæssige kontekst. Ved at se udviklingen i perspektiv af, hvornår vi i virkeligheden ønsker at få bestemte behov opfyldt – fx hvornår vi ønsker hvilken visuel information, hvornår den skal være lyd-baseret, hvornår den skal være skriftlig eller mundtlig. Det er det ultimative kontekst-baserede behov, som opfyldes af udbuddet og ikke af fx hvilken øjeblikkelig teknologi der måske og måske ikke kan levere det ønskede indhold.

Det visuelle handler om skærmen, der allerede er til stede i vores hverdag på alle steder og alle niveauer til visning af enhver form for visuel information. Skærmene findes i mange størrelser, formater og med forskellige tekniske egenskaber og begrænsninger, men fælles for dem alle er, at de benyttes til visuel kommunikation, og i stedet for at gå i tekniske detaljer vil vi derfor fremover skulle



EL-NET HOMELANS

vænne os til at anvende begrebet den generiske skærm, der på "mirakuløs" vis fungerer netop til det ønskede formål i den ønskede situation.

Netværkskonvergens

Digitaliseringen – dvs. det forhold, at indhold (hvad enten der er tale om en telefonsamtale eller fx et videobillede) kan omdannes til og transporteres som nulle og 1-taller, er grundlaget for, at vi i dag befinder os på et udviklingsmæssigt stadi, hvor alle former for indhold kan distribueres via alle netværksplatforme. Med andre ord kan fx fjernsyn eller levende billeder sendes via mobiltelefonnetværk, og telefoni omvendt lige så godt kan finde sted via Internettet – ligesom lyd kan sendes via æteren, streames på Internettet, og høres i telefonen såvel som i diverse andre afspillere som MP3, PDA'er, lommepc'er eller stationære pc'er. Der er altså tale om en sammensmeltning af vidt

forskellige transmissionsnetværk, som pr. definition kan "bære" det samme indhold. Det er dette, der illustreres i fig. 1.

Figur 1

Sådan er det i det mindste i teorien, for i praksis er nogle netværk bedre egnede til bestemte formål. Fx består levende billeder i form af fjernsyn eller video af meget store datamængder, som det kræver en stor båndbredde at kunne transportere, og derfor er tv-netværk (kabel-, satellit- og sendemastbaseret tv) allerede i udgangspunktet dimensioneret til at kunne transportere de gammeldags analoge tv-transmissioner, der er langt mere pladskrævende end de digitale signaler. Den "ekstra" båndbredde, der er til rådighed, når disse net benyttes til transport af digitale signaler, udnyttes til at sende flere "kanaler". Tømmelfingerreglen er, at et sendemastbaseret analogt tv-netværk kan overføre

4-5 digitale "kanaler" (som i dette tilfælde kaldes for bitstrømme) for hver af de gammeldags analoge kanaler. Forskellige komprimeringsteknologier (som fremgår af figuren med forbrugerelektronik – fx MPEG-2, MPEG-4 osv.) udvikles kontinuerligt, og der bliver således stadig flere "kanaler" på samme frekvensområde.

Komprimeringen betyder også, at et digitalt tv-signal fylder stadig mindre, og muligheden for at streame billeder og video via Internettet har længe været kendt – ligesom det nu også er muligt at transmittere video via mobiltelefonnetværkerne – selv om det fortsat er et åbent spørgsmål, om det ikke bare anses for ønskeligt, fordi det er blevet teknisk muligt.

