

Mediediffusion

Mediediffusion

En analyse af medier som genstandsfelt i det digitale landskab

Anja Bechmann Petersen

Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet

E-mail: anjabp@imv.au.dk

Skrifter fra Center for Internetforskning
Papers from The Centre for Internet Research
Aarhus, Denmark 2006

Published by The Centre for Internet Research, Aarhus, 2006.

Editorial board: Niels Brügger, Rune Dalgaard, Jakob Linde.

Anja Bechmann Petersen: Mediediffusion

© The author, 2006

Printed at NFs Reprocenter, University of Aarhus.

Cover design: Thomas Andreasen

ISBN: 87-91163-09-9

ISSN: 1601-5371

ISSN: 1601-538X (electronic version)

The Centre for Internet Research

Department of Information and Media Studies

Helsingforsgade 14

DK-8200 Aarhus N

cfi_editors@imv.au.dk

tel.: + 45 8942 9200

fax: + 45 8942 1952

www.cfi.au.dk

Mediediffusion

Anja Bechmann Petersen

Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet

E-mail: anjabp@imv.au.dk

Abstract: Do digital media change our understanding of media in general and specific media types in particular? If so, how do we conceptualize this change? These questions are the focal points of this paper. Analyzing web media as examples of digital media, the paper illustrates changes in the concepts of TV, radio and newspaper. The three specific media are chosen because the field of interest lies in the old mass media organizations. Drawing lines to the broader media landscape, the paper suggests 'media diffusion' as a term to conceptualize the changes instead of media convergence and media divergence. By viewing media as discourses the paper proposes six additional media discourses which are all termed media but follow different discursive formations in the diffusion of media.

Keywords: media diffusion, media convergence, the concept of medium, online media

INDLEDNING

“Diffusion is the movement of particles from higher chemical potential to lower chemical potential (chemical potential can in most cases of diffusion be represented by a change in concentration). It is readily observed for example when dried foodstuff like spaghetti is cooked; water molecules diffuse into the spaghetti strings, making them thicker and more flexible...In cell biology, diffusion is often described as a form of passive transport, by which substances cross membranes.” (Diffusion på wikipedia.org, april 2006, egen fremhævning)

“1. en proces hvorved partiklerne i en luftart el. en væske spredes og fordeles som følge af molekylernes egne bevægelser 2. det at noget får større udbredelse” (Diffusion i Politikens store fremmedordbog, egen fremhævning)

Dette skrift vil sætte fokus på mediet som genstandsfelt i en tid, hvor digitalisering, konvergens og divergens er fremherskende tendenser i medielandskabet. Spørgsmålet om, hvorvidt nye digitale produktioner flytter ved forståelsen af mediet som genstandsfelt og mere specifikt også ved begreberne avis, radio og tv, er omdrejningspunkt for nærværende analyser. Gennem eksemplificering af denne problematik gives der et bud på, hvordan denne forskydning af medieforståelse gør sig gældende. Medierne avis, radio og tv er valgt som eksempler, fordi forskningsinteressen er at belyse forandringer hos traditionelle massemedieorganisationer.¹ Det er også grunden til, at analyserne primært kredser om disse mediefænomener og ikke internettet som overordnet fænomen.

Digitaliseringen af produktions- og distributionsplatforme har indtil videre indebåret mindst to sideløbende udviklinger. For det første anvendes tidligere medier som tv, radio og avis som direkte eller indirekte referencer i digitale produktioner. Markante eksempler herpå er nettv, netradio og netaviser. Dette er ikke en ny fremgangsmåde i forhold til andre medieudviklinger såsom indførelsen af radio og tv (eksempler herpå er radioavisen, tv-avisen, samt

¹ Tilsvarende analyser af bogmediet versus netbøger kan imidlertid findes i Petersen 2003, s. 90-

visninger af film i fjernsynet), men digitale medier har qua deres binære notationssystem en evne til at simulere alle tidligere mediers indhold såvel som udtryk på samme digitale formel (jf. Finnemann 1994). Endvidere giver den digitale form ubegrænset plads til medieprodukter, hvorfor digitale tv- og radiokanaler stiger voldsomt.

For det andet sker der en stadig stigende udvikling af forskellige digitale platforme, der tilbyder brugerne forskellige muligheder for at bruge medieproduktioner i varierende tidslige, rumlige og sociale behovssituationer (eksempler herpå er PMP'er, mobiltelefoner, PDA'er, DAB-radioer, mediecentre og spilkonsoller).



Personal Media Players (PMP) kan både afspille lyd, video samt vise billeder (Illustration fra www.dr.dk/podcast). Podcast blev kåret som "årets ord 2005" af New Oxford American Dictionary (BBC News online).

Samtidig bibeholdes ældre platforme som trykte aviser og analoge medier (de analoge medier muligvis kun et stykke tid endnu). Størstedelen af danske mediehuse er endda begyndt massivt at lave trykte magasiner.

På baggrund af denne udvikling i medielandskabet er medier en mangfoldig og varierende størrelse. De tidligere trykte og analoge medier betegnes medier, de nye digitale referencer til avis, radio og tv betegnes medier, og de mange nye platforme er også medier. For at give plads til dybere analyser af problemstillingen i dette skrift vælges der her et eksemplificerende udgangspunkt i den første udvikling - brugen af mediereferencer i digitale produkter (forfatteren vil i kommende udgivelser fokusere på udviklingen i form af flere medieplatforme).

Netaviser, netradio og nettv, der hos nogle teoretikere kaldes netmedier (Rasmussen 2002), kan være interessante eksempler i denne sammenhæng i mindst to henseender. For det første kan en analyse af konkrete netproduktioners reference til terminologier som avis, radio og tv pege på ændringer og udvikling i forståelsen af fænomenerne ud fra en medieøkologisk tankegang (Bolter & Grusin 2000). Det er i sig selv ikke bemærkelsesværdigt, at vores begreber ændrer sig, herunder også forståelsen af medietyper, men det kan give anledning til en diskussion af, hvordan specifikke medietyper forstås i en digital tidsalder.

Før digitaliseringens tidsalder gav det mening at tale om forskellige medier i kraft af en klar fysisk adskillelse af eksempelvis avisen og tv. Med digitaliseringen kan alle medier (tv, avis, radio m.fl.) potentielt indlejres på samme formel - ikke-strøm eller strøm (0 og 1) - og derved ikke på samme måde klart adskilles som tidligere. For det andet kan en analyse af konkrete netmedier derfor være med til at kaste et nyt lys på selve vores forståelse af ikke kun medietypers karakter, men også den mangfoldige brug af mediebegrebet generelt.

Denne udgivelse vil gennem eksempler på nettv, netradio og netaviser diskutere avis-, radio- og tv-begrebernes status i digital sammenhæng. Metodisk angribes dette ved at se på en 'folkelig' anvendelse af begreberne. Dels hvordan udvalgte produktioner anvender referencer til tv, radio og avis, dels analytisk operationaliseret i forhold til hvordan begrebsdefinitionerne for tv, radio og avis findes i ikke-fagspecifikke opslagsværker. Begrundelsen for valget af denne metodiske fremgangsmåde er en forventning om, at det er i den populistiske brug af mediebegreberne, at der sker en forskydning først. Eksemplerne på mangfoldigheden i brugen af begreberne tv, radio og avis vil derefter føre til en syntetisering og aktiv fortolkning af mediebegrebets logikker og systematikker. Udgivelsen er således todelt: 1. Eksemplerne er en subjektiv udvælgelse, der har til formål at belyse mangfoldigheden i mediebegreberne samt delvist operationalisere betegnelserne tv, radio og avis. 2. Den efterfølgende teoretiske diskussion systematiserer eksemplernes logikker til betragtninger over, hvad mediebegrebets status er i det digitale landskab, samt giver et subjektiv blik på,

hvordan mediet kan operationaliseres ud fra en systematisering af eksemplernes logikker (Foucault 1971, 1972, 1975, 1990).²

MEDIER I NETMEDIER

Som eksempler til at analysere eventuelle forskydninger i medier i forhold til digitaliseringen vil dette afsnit præsentere seks produktioner, der anvender betegnelserne netavis, netradio eller nettv. Som case-udvælgelsesparametre (Hammersley & Atkinson 1983) prioriteres en brug af eksplicit reference, idet det kan være med til at tydeliggøre forskydninger. Endvidere vælges to produktioner inden for hver betegnelse: En, der produceres af en medievirksomhed med tilknytning til andre medier (trykte avis, radio eller tv), og én, der produceres af en virksomhed uden forhistorie i et andet medie. Dette parameter er valgt, da tilknytningen kan have betydning for brugen af mediereferencen. For at undersøge forskydninger i betegnelserne avis, radio og tv samt medier generelt vil caseeksemplerne være fokuseret på at undersøge mediebetegnelsernes metaforiske værdi i produktionerne. Eksemplerne vil derfor blive sammenstillet med og diskuteret op imod definitioner på henholdsvis avis, radio og tv. For at tydeliggøre diskursernes almene karakter og betydning er definitionerne hentet fra ordinære ordbogsopslag og har bevidst ikke trukket på mere fagspecifikke betegnelser. Metodemæssigt anvendes der en diskursiv tilgang til begreberne tv, radio og avis (Foucault 1972). Det drejer sig ikke kun om tekstuelle diskursive markører, men også auditive og æstetiske elementer samt henvisninger (eksempelvis metatekster) i produktionerne (Genette 1997).³

NETTV

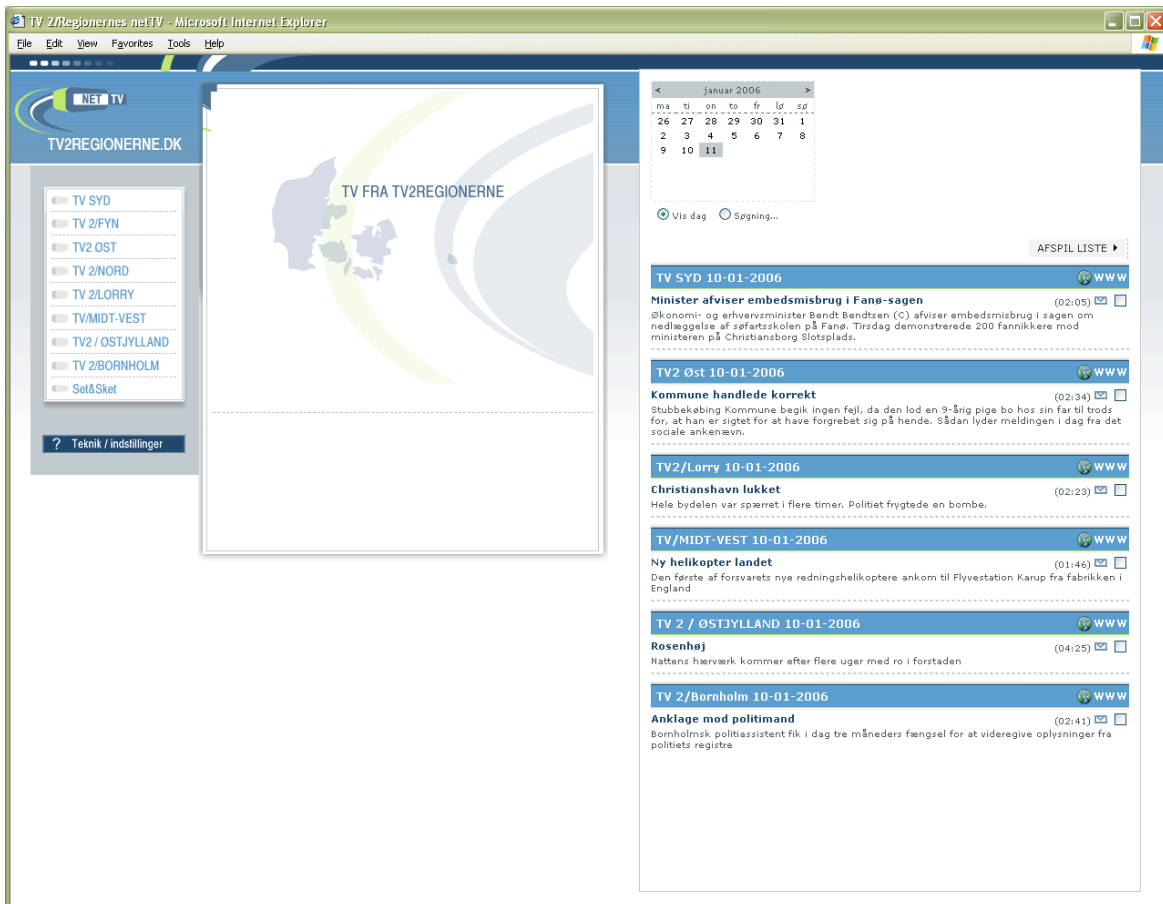
“In the 1950s, television was relatively new and special, and when people watched, they often turned out the lights, sat quietly, and watched shows as if

² Der vil trækkes på teorier, metoder og analyser udviklet i Petersen 2003.

³ For mere tilbundsående beskrivelse af metoden henvises til Petersen 2003, s. 9-44.

they were movies. By the 1990s, television had become electronic wallpaper [...] Now people don't watch shows so much as they watch tv. So the role of television has changed since the 1950s, even though we still refer to "television", as though television (1950) is the same as television (1996)." (Raymond Gozzi, 259, 260)

Tv2regionernes net-tv er et eksempel på brugen af betegnelsen nettv på et website, der udbydes af en tv-station:

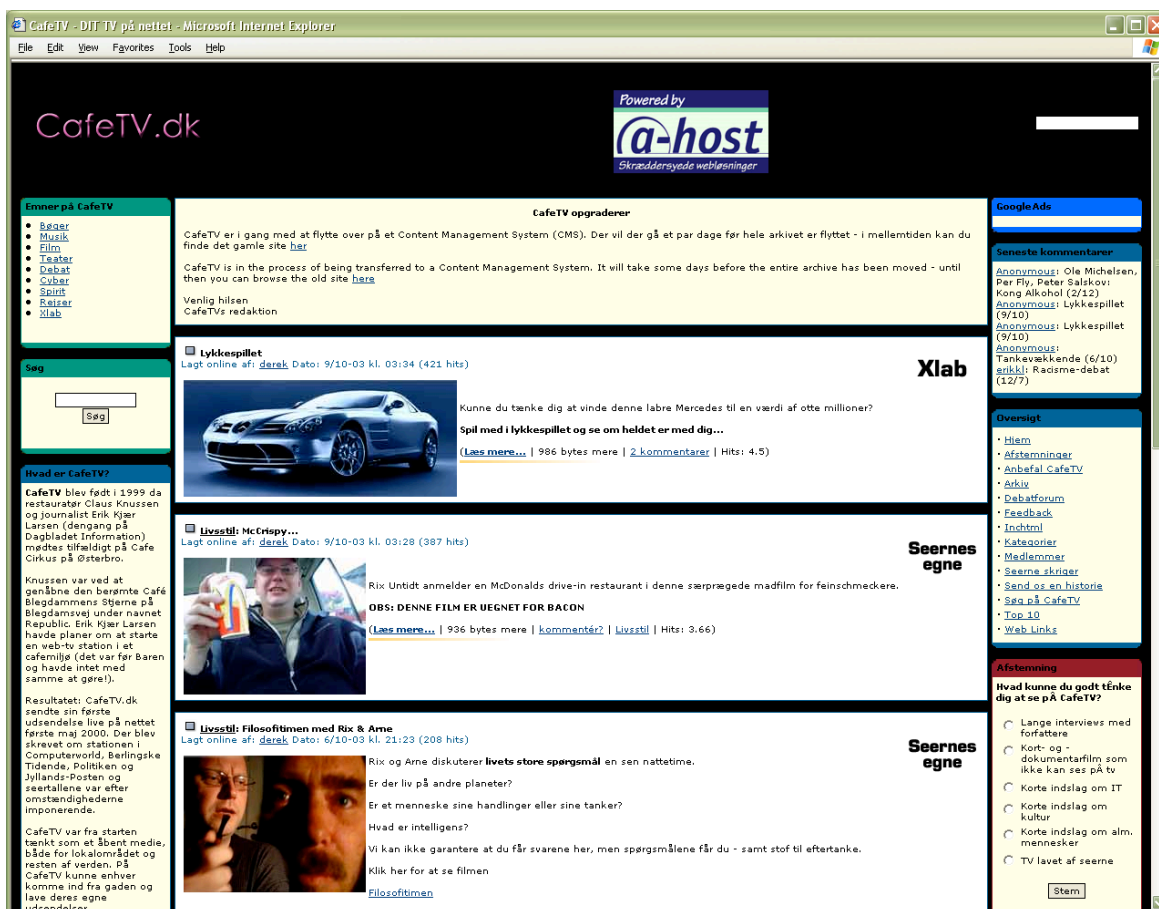


Tv2regionernes net-tv på www.tv2regionerne.dk (januar 2006).

Deres website bruger de regionalprogrammer, der sendes i fjernsynet.⁴ I modsætning til fjernsynet gør websitet det muligt at tilgå nyheder i samtlige lokalområder uafhængigt af brugerens tilknytning. Endvidere er det muligt at

⁴ For analytisk at adskille tv på internettet og tv uden for anvender jeg fjernsynet om sidstnævnte.

se nyhederne fra tv delt op i enkelte indslag med kort, forklarende tekst, tidsangivelse, indikation af hvor lang tid, der er tilbage, samt muligheden for at stoppe udsendelsen. Layoutmæssigt er udsendelsen placeret i en ramme med "play", "stop" og "pause" knapper. I modsætning til fjernsynet fordrer nettv, at brugeren sidder foran computerskærmen og klikker på de indslag, vedkommende ønsker at se. Man har imidlertid også mulighed for at afspille hele listen af indslag.



CafeTV – dit tv på nettet på www.cafetv.dk (januar 2006).

CafeTV er et eksempel på brugen af tv-referencen uden tilknytning til en tv-station uden for internettet. CafeTV har sendt fra cafeer i København, og deres formål er ifølge stifteren Klaus Knussen: "Vores tv skal have holdninger og være anderledes [...] Vi integrerer det bedste af værtshuskulturen [...], og fører det over på nettet. Vi laver interaktivt net-tv med et menneskeligt ansigt." (Hjort,

2). I modsætning til *Tv2regionernes net-tv* er *CafeTV* ikke delt ind i programmer og indslag, men primært i kulturtemaer. Deres udsendelse af levende billeder og lyd er præsenteret i et sort felt - udelukkende med mulighed for at vælge forskellige temaer i udsendelsen, men med mere eksperimentelle og forskelligartede flash-opsætninger end tilfældet er med *TV2regionernes net-tv*. Endvidere præsenterer *CafeTV* også andre former for udsendelse blandt andet en mere collageinspireret præsentation af statiske billeder. Ligesom *Tv2regionernes net-tv* er *CafeTVs* levende billeder dog rammet ind i en firkant og delt op i forskellige indslag. Udover de navngivne indslag er der en tekstuel beskrivelse af programmet samt yderligere information i form af relevante links, grafik, billeder og forklarende tekst. Elementerne findes både side om side i samme vindue og i hver sit vindue. *CafeTV* havde tidligere live tv-udsendelser over websitet, men på grund af manglende indtjening måtte dette skæres væk. *LiveTV* sendte en gang om ugen i form af interviews med kulturpersonligheder eller tilfældige forbigående. Liveudsendelserne har været suppleret af en chat-funktion, hvor man blandt andet kunne stille spørgsmål til den interviewede, og udsendelserne er efter transmissionen blevet arkiveret, så de er tilgængelige for senere brug.

Tv som metaforisk værdi

For at komme et skridt nærmere en operationalisering af tv-diskursen vil dette afsnit drage paralleller mellem tv-definitioner og brugen af tv i de udvalgte eksempler. Den metaforiske henvisning til tv i produktionerne⁵ *CafeTV* og *Tv2regionernes net-tv* stemmer kun delvist overens med Nudansk Ordbogs definitionen af tv:

”...en teknik til transmission af billeder fra en sender til en modtager ved hjælp af radiobølger [...] en udsendelse af nyheds- og underholdningsprogrammer til et stort seertal ved hjælp af radiobølger, også om det sted, den organisation el.lign. som udsender tv-programmer [...] tv-apparatet.” (Politikens Nudansk Ordbog)

⁵ I besvarelsen af dette spørgsmål må man have in mente, at den metaforiske henvisning ikke kun består i terminologien omkring tv, men ligeledes struktureringen og brugen af formelementer.

I forhold til ordbogsdefinitionen bruger de begge en firkantet ramme, hvori levende billeder ses. Desuden er indslagene på *Tv2regionernes net-tv* identiske med de tilsvarende i fjernsynet, og på *CafeTV* bruger de primært interviewet som indholdsgenre, der også er kendt fra fjernsynet. Brugen af begrebet *Live* om udsendelse af programmer synkront med optagelse og brugen af begrebet *programmer* om indholdet på siden associerer umiddelbart til fjernsynet og radioen. Ligeledes kan programsætningen af *Tv2regionernes* liveudsendelser på *Tv2s* website og på *CafeTVs* tidligere livesendinger ses med reference til brugen af tv, som den kendes fra fjernsynet. Brugen af programoversigter i fjernsynet, men også i ugeblade og andre medier, der omgiver fjernsynet, synes at samles om en generel brug af tv på internettet. Den har dog umiddelbart ikke tilknytning til selve tv'et som medie, men mere til tv som brugsfænomen, der ligeledes spreder sig over andre medier. Hvor begrebet tv før internettet primært var knyttet til tv-apparatet, til tv-institutionen og udsendelsen af billeder, synes tv-begrebet nu at være knyttet til ideen om tv. Denne idé er et dynamisk fortolkningsmønster, der muligvis er en samlet forståelse af tv i henhold til udsendelse, programsætning og levende billeder afgrænset af en firkantet ramme.

Samtidig forsøger nettv-produktionerne at adskille sig fra fjernsynet og ideen om tv ved at skabe merværdi. Det sker ved i større eller mindre grad at markere brugernes aktive position samt muligheden for at integrere tekst og links i større grad, end det umiddelbart i øjeblikket synes hensigtsmæssigt på fjernsynet. Dette ses blandt andet i *CafeTVs* egen beskrivelse af websitet, da de stadig holdt live-optagelser: "CafeTV er LIVE, interaktivt TV hvor seerne er medproducenter. Deltag i vores live-programmer via chatrummet og modtag opdateringer om programmer mm. via Nyhedsbrevet." På *CafeTV* søgtes brugerne både integreret og aktiveret i produktionen og brugen af nettv gennem valg af program, chatrummet samt links i den supplerende tekst. I modsætning hertil aktiverer *Tv2regionernes net-tv* udelukkende brugeren i valget af indslag, muligheden for at skifte farve på layoutet, samt at stoppe, pause og afspille indslag. Hvor *CafeTV* forsøgte at lave et brugernes tv, synes *Tv2regionernes net-tv* primært at lukrere på internettets arkivmuligheder gennem

databaseopbygning.

Afviselser som flere valgmuligheder, referencer til videometaforen og brugerdeltagelse i chatfora er med til at adskille tv-referencen fra fjernsynet og dermed muligvis flytte tv-metaforen. Eksempelvis henviser *CafeTV* og *Tv2regionernes net-tv* til videometaforen inde på websitet; hos *Tv2regionernes net-tv* i form af "Stop", "Pause" og "Play"-knapperne i siden af den firkantede ramme og hos *CafeTV* i brugen af vendinger som "klik her for video". Tv som metaforisk værdi bliver derved utilstrækkelig som betegnelse for produktionerne på nettet, idet eksemplerne gør opmærksom på tv's partielle egenskaber som struktureringsprincip. For det første fordi det ikke tilstrækkeligt adskiller sig fra eksempelvis video og kameraet som metafor, for det andet fordi tv som begreb er foranderligt og for det tredje, fordi tv som metafor synes at forekomme på adskillige niveauer på nettet.

Hvad angår tv's foranderlighed, gør Raymond Gozzi i afsnittet *Nettv's* indledende citat fra bogen *The power of Metaphor In the Age of Electronic Media* opmærksom på, at brugen af tv har forrykket sig siden dets introduktion, selvom begrebet tv fastholder ideen om tv som en enhed. Begrebet *television* eller "det fjerne syn"⁶ refererer til ideen og ønsket om, at man kan se ud over sin egen rækkevidde (som også er tilfældet med webcams). Tv synes også at være overskygget af den kommercielle fortolkning i henhold til "broadcast", hvor det er mængden af seere, der er interessant. Dette fortolkningsherredømme forsøger produktioner som *CafeTV* nu igen at forskyde i sin "narrowcasting".⁷ Brugen af tv-betegnelsen indfanges derfor ikke tilstrækkeligt i eksempelvis ordbogsdefinitionen, men har en historisk indlejret karakter, der kulturelt spænder bredere. At digitaliseringen, internettet eller WWW specifikt

⁶ Ideen om at se, hvad andre havde set uden at være til stede, kan spores helt tilbage til de gamle grækere. De brugte profeter til at analysere fugles indvolde for at finde ud af, hvad de havde set, fordi de netop havde fløjet hinsides horisonten. Ligeledes var de græske guder i stand til at se hele verden på én gang fra Olympen.

⁷ Med begrebet narrowcasting forstår jeg, at man sender til en lille udvalgt skare modsat broadcasting, som retter sig mod en stor målgruppe.

er grunden til, at man ikke længere kan tale om tv som et statisk begreb knyttet til teknologi i apparaturmæssig forstand, er derfor historisk set ensporet.

Diskussionen af nettv i relation til fjernsynet illustrerer tv-fænomenets manglende samlende struktur. Sammenblandingen af tv-terminologien med andre og nye struktureringsprincipper omdanner den kulturelle forståelse af tv-begrebet til et mangetydigt fænomen. Man kan dog på baggrund af eksemplerne konkludere, at der ikke er tale om tv som en teknologi i tilknytning til radiobølger, tv-apparat og transmission, som ordbogen fastslog, men snarere fortolkningsmønstre i relation til en redigeret strøm af billeder med eksempelvis genrer som interviews og "talking heads" som strukturer. Generelt må det dog siges, at tv-betegnelsen snarere synes at blive brugt til at styre perceptionen af og ideen om netproduktionerne i en bestemt retning.

NETRADIO

Referencen til radio i netproduktioner er ligeledes udbredt. Et eksempel på et website, der udspringer fra en eksisterende radiostation, er *DRs netradio*.



DR Netradio på <http://netradio.dr.dk> (januar 2006).

DRs website giver mulighed for at høre allerede eksisterende radiokanaler via internettet samt andre mere genrespecifikke kanaler, som kun kan høres via internettet. Kanalerne kan tilgås via DRs website, hvor der ligeledes er radioprogramoversigter samt særskilte websites til alle kanaler. Her findes information og sideløbende aktiviteter med tilknytning til netradioprogrammerne. DR har udviklet deres netradio som et særskilt mindre vindue, der kan bruges til at skifte mellem kanalerne, mens man arbejder på andre ting i andre vinduer. Dette vindue giver mulighed for "stop" og "play", at vælge mellem kanalerne, skrue op og ned for lyden, blive ført videre til køb af cd'er samt oplysninger om næste nummer.



CJ's radio olio (Live365) på <http://www.live365.com/stations/291043/> (2006).

CJ's radio olio er omvendt en netradiokanal, som laves af Clarence fra Meridian i USA. Han sammensætter musik fra 20'erne og frem til nu, som han udsender til fri afbenyttelse via *Studio365*. *Studio365* udbydes af *Live365*, som er et netværk for internetradio - både for dem der vil høre det og dem, der vil producere det. På *CJ's radio olio's* website er det muligt at se Clarences musikarkiv, broadcaster-profil samt via *Live365*-medlemsskabet at kommentere den musik, der spilles, så Clarence eventuelt kan lave om på sammensætningen heraf. Man kan via et link købe de afspillede numre.

Radio som metaforisk værdi

Ifølge Nudansk ordbog er radio defineret ved det samme som tv blot udelukkende med lyd som det symbolske format:

”en teknik til transmission af lyd fra en sender til en modtager ved hjælp af radiobølger [...] en udsendelse af nyheds- og underholdningsprogrammer til en modtager ved hjælp af radiobølger, også om den organisation, som udsender radioprogrammer [...] et apparat, der modtager radioprogrammer.” (Politikens nudansk ordbog)

De to netproduktioners fælles reference til radio forekommer mere umiddelbar end, hvad tilfældet var med nettv. De anvender begge det symbolske format lyd, som ”transmitteres” eller udsendes kontinuerligt. Brugen af en separat afspiller både på *CJ’s radio olio* og på *DRs netradio* synes ligeledes indeholdt i radiometaforen. Den kan ligge i baggrunden på skærmen som sekundær aktivitet, mens brugeren laver andre ting. Det har vi tidligere kunnet med radiomodtageren i køkkenet og bilen, og det kan vi fortsat gøre på skærmen.

CJ’s radio olio adskiller sig fra *DRs netradio* ved at være én person om én kanal, mens DR er en institution bag mange kanaler. Ligesom eksemplet med *CafeTV*, illustrerer *CJ’s radio olio*, at internettet på grund af ubegrænset plads muliggør en mangfoldighed, der ikke er plads til på det begrænsede FM-bånd. *DRs netradio* minder om *Live365*, idet de begge samler et antal kanaler under sig. En væsentlig forskel er dog, at *Live365s* kanaler ikke er produceret af *Live365*, men websitet fungerer i skrivende stund som verdens største internetbaserede radioportal for tusindvis af kanaler (Snedker, 11), som ellers ville være vanskelige at få øje på for brugerne. *CJ’s radio olio* giver brugere mulighed for at bidrage med et alternativ til den traditionelle radio. I traditionel radio har lytterne ikke mulighed for at tilpasse musikken efter interesse. *CJ’s radio olio* kommer derved til at ligne piratradioerne fra 1950’erne, som i protest mod radiomonopolernes modvilje mod at imødekomme en bredere musiksmag spillede populærmusik og sendte fra skibe i internationalt farvand (Minke, 609).

Selvom de to websites synes at ligne forskellige varianter af radiobegrebet uafhængigt af internettet, adskiller de sig imidlertid også herfra

og udvikler derved begrebet. Udover selve det substantielle grundlag (herunder radiobølger) og brugergrænsefladen adskiller netproduktionerne sig ved at tilbyde brugervotering, adgang til musikarkivet og ved at tilbyde egne websites til kanalerne med information om værter, happenings samt adskillige andre tillægsinformationer. Ligeledes som ved nettv anvendes knapperne "play", "pause" og "stop", som man normalt kender fra båndoptageren som kontrast til radioens "tune"-muligheder og kanalnumre.

Radiometaforen bliver altså igen, som tilfældet var med nettv-eksemplerne, udvidet på grund af større grad af brugerinvolvering. Den partielle metaforiske betegnelse radio er dog med til at styre perceptionen og brugen af netproduktionerne i første omgang, men udvikler på længere sigt brugen af begrebet radio som struktureringsprincip. Igen synes problemet med metaforen at være, at den ikke tilstrækkeligt adskiller sig fra båndoptageren, at den er foranderlig, og at den synes at forekomme på forskellige niveauer på WWW.

Jeg vil ikke yderligere problematisere syntesen mellem båndoptageren og radioen som metafor på WWW, idet argumentet følger samme tråd som nettv. Det samme er tilfældet med radiobegrebets historiske mangfoldighed. Radioen har netop udviklet sig fra at være knyttet til udsending af morsekode, over en broadcast-status gennem radiofonier lande verden over via monopoliserende licensaftaler på begrænsede frekvensbånd, til det nuværende "narrowcasting" og broadcasting via nettets ubegrænsede kanaludbud og sendemuligheder (Minke, 609).

Ordbogsdefinitionen af radio ovenfor indikerer som tv-definitionen, at radiobegrebet allerede er en samlebetegnelse for en række fænomener og derved ikke har en præcis betydning. Eksemplerne illustrerer herudover, at radio ikke længere kun er en teknik til transmission mellem sender og modtager, men et struktureringsprincip der gør brug af udsendt lyd i et "flow" mellem brugere. Desuden er det i nogle tilfælde en betegnelse for dem, som udsender det. Apparatet på nettet har intet med radiodefinitionen at gøre, men er en simuleret "afspiller", som det er redegjort for i *DRs netradio* og *Live365s* afspiller.

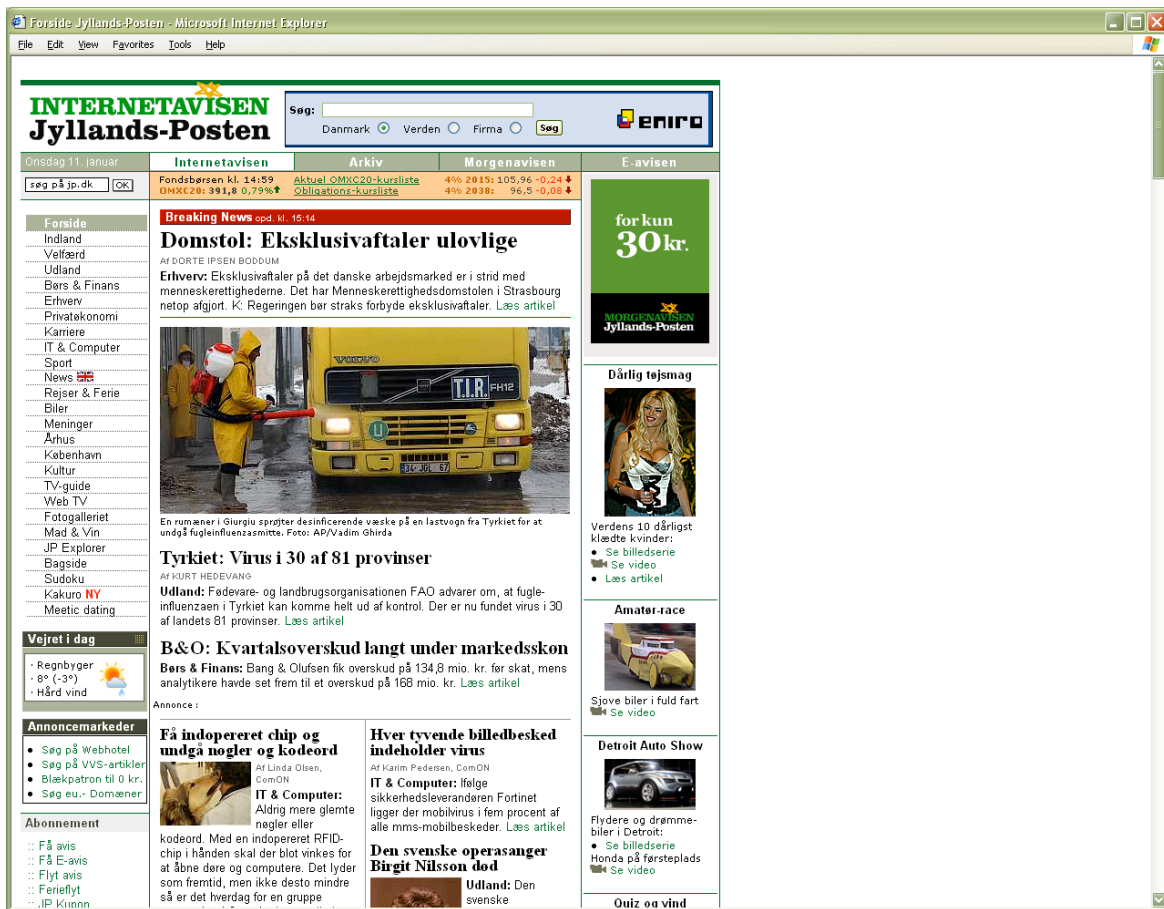
Hvad angår brugen af begrebet netradio, kan det forekomme mangelfuldt

at bestemme dette fænomen som en udsending af lyd i et "flow", som det er tilfældet ovenfor. Udsendingen er programsat på *DRs netradio*, men det er kun delvist tilfældet for *CJ's radio olio*, og derfor ikke generelt for brugen af radiotermen. Det er derved vanskeligt at se, hvorledes *CJ's radio olio* adskiller sig fra elementer som lydfiler på Folketingets website, som er tv uden billeder eller *CNNRadio*, som er et enkelt element på *CNNs* website.

Andre lydelementer, der grænser op til radioforståelsen kan være, når et website har underlægningsmusik som tilfældet er med en række virksomhedssites eksempelvis www.hm.com (2006) eller www.diesel.com (2006). Ligeledes udsendes vejrudsigten i lyd på *DMIs* website. Niveauerne for udsending af lyd spænder altså bredt fra underlægningslyde på et website over radioportaler, radiostationer, radiokanaler som særskilte websites til et enkeltstående element på websitet. Om produktionerne betegnes radio eller ej hænger igen ikke sammen med de formmæssige udtryk eller afsenderinstansen. Det knytter sig snarere til afsenderens interesser i og ønske om at styre brugen af produktionen i en bestemt retning via især begrebslige betegnelser understøttet af udtryksmæssige referencer.

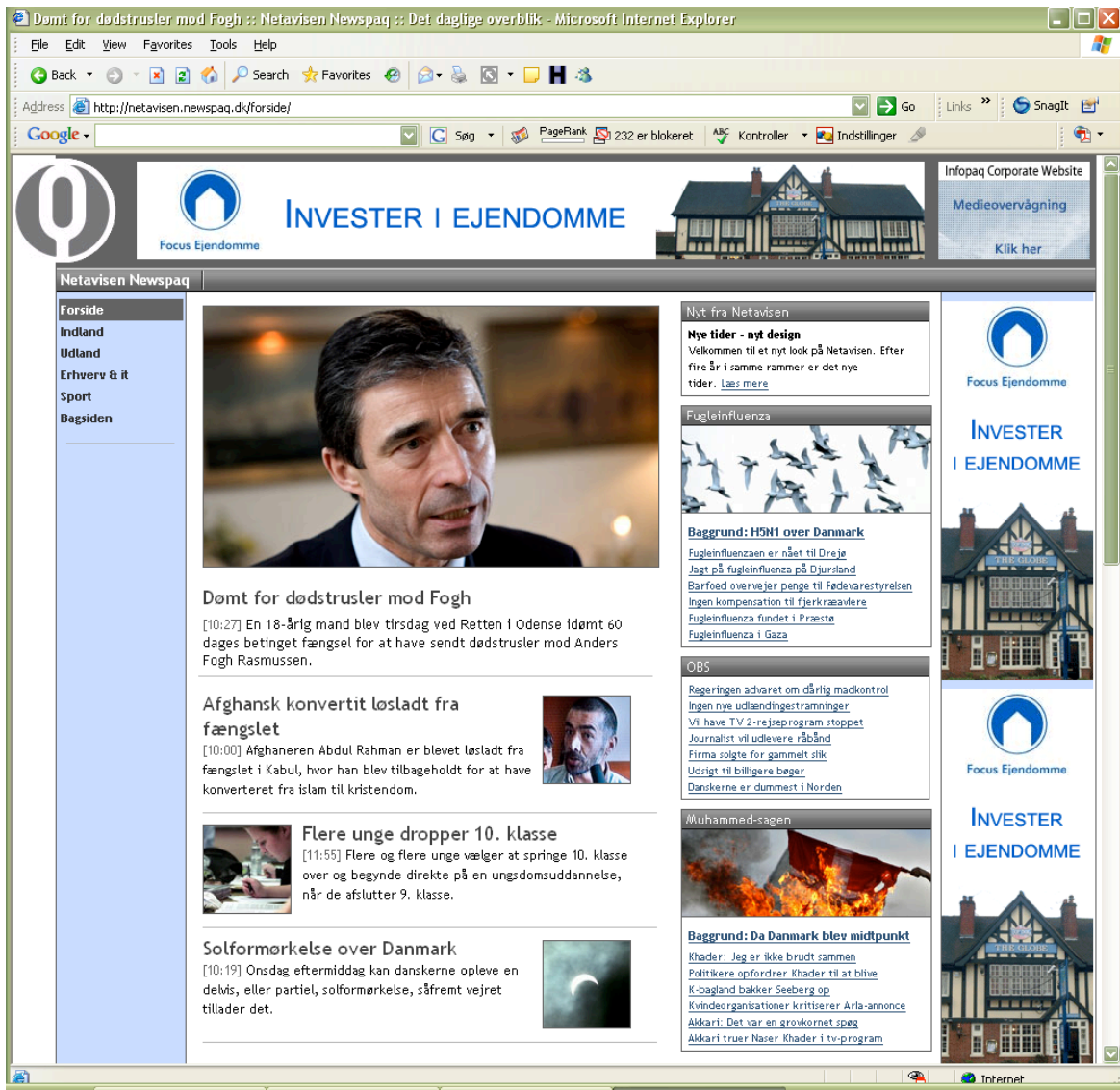
NETAVISER

Et af de struktureringsprincipper, der har slået sig fast på nettet, er netaviser (Falkenberg 2006). *Internetavisen Jyllands-Posten* er en af de største netaviser herhjemme og har tilknytning til *Morgenavisen Jyllands-Posten*.



Internetavisen Jyllands-Posten på www.jp.dk (januar 2006).

Websitet består af en "forside" med tekst og billeder i to spalter øverst og en række links til forskelligt sektionsstof i bunden og i siden. Klikker man på et artikel-link, kommer selve artiklen til syne. Ved enkelte artikler forekommer der lyd og tv samt særproduktioner med animerede produktioner i *Flash*. Et billedhjul præsenterer billeder fra verden, et efter et. Det er endvidere muligt at skrive til journalisterne bag artiklerne, ligesom det er muligt at søge i et arkiv over artikler fra morgenavisen og internetavisen samt udskrive og sende artikler til andre. En "nyhedsagent" gør det endvidere muligt at tilpasse nyhederne til ens egen profil.



Netavisen Newspaq på www.newspaq.dk (marts 2006).

Netavisen Newspaq har omvendt ikke tilknytning til en papiravis. Den er ligeledes opbygget med links; "forside", nogle undersektioner samt "bagside", i menuen. Billeder og tekst er sat sammen som på *Internetavisen Jyllands-Posten*, og tidspunktet for offentliggørelse er sat på alle nyhederne. Det er muligt at tilmelde sig et nyhedsbrev samt en artikeltjeneste for virksomheder i det sideløbende produkt *Infopaq*. *Internetavisen Jyllands-Posten* og *Netavisen Newspaq* adskiller sig derved ikke nævneværdigt i det formidlede indhold og det valgte layout. Forskellen er ses dog på et funktionelt niveau ved, at *Internetavisen Jyllands-Posten* synes at inddrage flere forskellige

struktureringsprincipper i deres produktion, mens *Netavisen Newspaq* primært har artikler som omdrejningspunkt.

Avis som metaforisk værdi

Ordbogens definition af avisbegrebet er som følger:

”en samling trykte sider i større format som indeholder artikler, annoncer m.m. og som udkommer hver dag som dagblad eller en gang om ugen som ugeavis [...] en virksomhed som udgiver en avis inklusiv avisens redaktør og medarbejdere, også om de lokaler avisen har til huse i m.m.” (Politikens nudansk ordbog)

Produktionernes brug af betegnelser som ”forside”, ”sektioner” og ”bagside” (hos *Netavisen Newspaq*) er en tydelig reference til det trykte format for avisen. Websitet har ikke nogen for- eller bagside i fysisk forstand, men indholdet svarer til det i det trykte format - henholdsvis en præsentation af indholdet og mere underholdningsprægede nyheder. Ligeledes bruges begrebet *artikel* om teksten på netproduktionerne. Selvom definitionen ovenfor ikke går i detaljer med sidernes opbygning, er aviser som hovedregel delt ind i spalter og sidestillet med billeder i teksten. Samme layoutform findes på netaviserne (dog mest markant i *Internetavisen Jyllands-Posten*), ligesom brugen af overskrifter, forsider og temasektioner forekommer begge steder. Netaviserne forsøger meget markant at lægge sig op ad trykte aviser. Især *Internetavisen Jyllands-Posten* forsøger at markere tilhørsforholdet hertil. *Internetavisen Jyllands-Posten* anvender desuden de samme nyheder som den trykte avis.

Begge netaviser er dog også med til at udvikle begrebet i deres videreførelse heraf. Eksempelvis bruger *Netavisen Newspaq* tidspunkt for offentliggørelse samt reference til nyhedsbreve og artikeltjenester i tjenesten *Infopaq*. *Internetavisen Jyllands-Posten* bruger ligeledes søgefunktion, billedhjul, temaer, artikelgrupper, udbyggede temaer i form af undersites såsom *JpExplorer*, søgbar kulturguide, nyhedsagent, animeret vejrudsigt, levende billeder, lyd, flash-produktioner til temaer, mail til journalister samt muligheden for at se én artikel uden, at den er omgivet af andre artikler på siden. Endvidere skal man på begge netaviser ”scrolle” for at se hele siden og ikke blot flytte blikket. Selvom alle disse funktioner anvendes, søges

genkendeligheden med avis-layoutet og indholdet bevaret. De nye funktioner og former for formidling, som er specifikke for internettet, sætter avisbegrebet på spil, og udvider det gennem den metaforiske brug. Avisbegrebet omfatter derved både den trykte avis og netavisen.

De nye funktioner er ikke rettet mod en specifik konkurrerende metafor, som tilfældet var med radio, båndoptager, tv og videoen, men breder sig over både tv, radio og fotoalbum. Det er tilfældet i elementer på *Internetavisen Jyllands-Posten* i form af *Flash*-produktioner, lydfiler med telefoninterviews, billedhjul samt *WEBTV*. Sidstnævnte er et samarbejde med *Infocast* og *Internetavisen Jyllands-Posten* er selv i tvivl om, hvad de skal kalde produktet, idet de henviser til video på forsiden, men i afspilningsvinduet bruges betegnelsen *WEBTV*. Betegnelsen avis bliver en integration af både tv og radio, som begrebernes betydning blev fremanalyseret i forrige afsnit. Eksempelvis minder *DRs* og *Internetavisen Jyllands-Postens* omtale af terroraktionen fra den 11. september 2001 om hinanden. De har begge artikler, billeder, grafik og dagen efter også dynamiske billeder og lyd.

The image shows two side-by-side screenshots of news websites from September 11, 2001. The left screenshot is from DR ONLINE, featuring a headline "Totalt kaos i USA: World Trade Center bombet væk" and a sub-headline "11. september 2001 17:00 Udfald". The right screenshot is from Jyllands-Posten, featuring a headline "Massive terrorangreb mod USA" and a sub-headline "Terrorister sætte ind mod massive angreb mod centrale mål i USA". Both websites display news articles, images, and navigation menus typical of early 2000s online news portals.

Artiklen om World Trade Center d. 11. september 2001 fra samme dag på www.dr.dk og www.jp.dk.

Ligesom ved de øvrige betegnelser har avisbegrebet også flyttet sig i forskellige

former; fra at rumme noget svarende til løbesedler over aviser i stort trykt format til de digitale udgaver på nettet. Brugen af betegnelsen avis er umiddelbart ikke på samme måde niveaumæssigt uklar som radio og tv, idet avisbetegnelsen, som ordbogsdefinitionen fremlagde, knytter sig til brugen af artikler. Dog anvender mange websites artikler eksempelvis gennem RSS-feeds (eksempelvis via www.overskrift.dk). Der opstår derfor mange lignende produktioner uden brugen af avisbetegnelsen.⁸

Avisbetegnelsen har således ikke noget at gøre med en materiel binding i ”trykte sider i større format”, som ordbogsdefinitionen foreskriver, og udkommer heller ikke hver dag eller én gang om ugen på internettet, men hele tiden. Avisen er ligesom de øvrige struktureringsprincipper et princip, der går på tværs af medier og benytter sig af artikler, men også dynamiske billeder og lyd. De to bærende eksempler adskiller sig ved, at *Netavisen Newspaper* primært koncentrerer sig om artikler i form af tekst og statiske billeder, mens *Internetavisen Jyllands-Posten* udbygger artiklerne med andre dynamiske tjenester. Både *Netavisen Newspaper* og *Internetavisen Jyllands-Posten* synes dog at fortolke avisen som en samling af artikler indeholdende især *seneste nyheder*.

MEDIER SOM DISKURSER

I henhold til denne diskussions omdrejningspunkt om medieforståelsers forskydning indikerer analyserne, at netproduktioner flytter ved vores forståelse af tv, radio og avis. Det skyldes, at begreberne indgår i nye mediemæssige sammenhænge på nettet, der bærer nogle karakteristika (herunder især tidsforskudt og samtidig kommunikation, ubegrænset plads og brugerinvolvering), som tidligere medier ikke havde i samme omfang. Analysen antyder samtidig, at tv, radio og avis ikke først med netproduktioner har indgået i forskellige sammenhænge, men at fænomener med denne betegnelse har ændret sig markant over tid. Anser man tv, radio og avis som medier, er

⁸ Et eksempel herpå er portaler og søgemaskiner som google (<http://news.google.com>).

medierne således variable størrelser. Snarere end at være knyttet til bestemte objekter bruges de som struktureringer eller fortolkningsmønstre i forskellige materialiteter og kontekster. Ligeledes bevæger de sig på forskellige niveauer, hvor tv både kan være et delement (eksempelvis hos *Internetavisen Jyllands-Posten*) og en omsluttende metafor (eksempelvis hos *CafeTV*). Det samme gør sig gældende for radio og især avis.

Analyserne af netmedierne nettv, netradio og netaviser har endvidere peget på, at metaforerne er overlappende i forhold til de konkrete symbolske formater og de struktureringsprincipper, der gøres brug af. Dette billede ville forstærkes, hvis man inddrog eksempler på interaktivt tv og podcast, hvilket dog er undladt her for overskuelighedens skyld.

Betegnelsen af produktionerne og den valgte terminologi inden for produktionerne er primært styrende for bestemmelsen af dem som værende tv fremfor eksempelvis avis. Udbyderen af produktionen synes ikke at være bestemmende for betegnelsen, som man umiddelbart kunne antage, da producenter, som ikke har nogen tilknytning til anden medieproduktion, har lignende produktioner og metaforanvendelse. Logikken bag begreberne tv, radio og avis i eksemplerne er derfor, at de udelukkende afspejler det fortolkningsmønster, man ønsker, at brugerne anvender på netproduktionerne. Mediet, som det fremstår for brugeren, er derved ud fra eksemplerne afgørende for mediemæssige begrebsdefinitioner og ændringer i sådanne. Gennem sproget (skriftlige, auditive og æstetiske) bygges en forståelsesmæssig bro mellem brugeren og medieteknologien.

I kraft af at netproduktionerne stræber efter eget eksistensgrundlag, udvikler de særtræk i forhold til tidligere medieprodukter (Bolter & Grusin 2000). Derved udvider netproduktionerne begreberne tv, radio og avis gennem hybridformer ligesom tilfældet er med indholds- og funktionsgenrer (eksempelvis Todorov 1978; Neale 1980,1990; Engholm 2004). Transformationen i netproduktionerne og diversiteten i betegnelserne heraf er interessante, men kan kun her antydes og lades tilbage for kommende medieforskning at efterprøve. Et interessant perspektiv i denne sammenhæng er hvorvidt netmedierne og det mediemetaforiske perspektiv på dem som værende tv, radio

eller aviser er midlertidige erkendelsesmæssige mønstre, der hjælper brugeren til at forstå, hvordan kommunikationen skal anvendes (Heidegger 1953 - "forhåndenværende"). Når denne fortolknings- og brugskundskab er opøvet, har metaforerne tjent deres pligt og overflødiggjort sig selv for at give plads til mere selvstændige betegnelser (Heidegger 1953 - "vedhåndenværende"). Man kan således diskutere, om nogle mediemetaforer bevæger sig efter samme mønstre, som redundans i sproget gør:

"Ord, der bruges i en gruppe, udsættes ofte for denne slags ændringer af udtale eller stavemåde, fordi behovet for distinkt markering aftager i takt med et givet meningsudtryk bliver selvfølgeligt. Et godt eksempel er en sprogbrug, der vist nok oprindeligt er udviklet blandt børn i børnehavealderen. Man møder her ikke blot børnehaven omtalt som /børneren/, men også fjernsynet som /fjernerer/.." (Niels Ole Finnemann 1994, s. 224)

Følger man den logik vil netradio, nettv og netavis efter et stykke tid ofte blot erstattes af henvisninger som "hør lydclip" eller blot forefindes med et højtalerikon, kameraikon (som på *Internetavisen Jyllands-Postens* forside) eller en stump tekst uden yderligere begrebslig fortolkningshenvisning, fordi vi allerede er bevidste om dette fortolkningsmønster og ikke behøver reference til tv, avis og radio.

Mediebetegnelsernes dynamiske karakter og mediemetaforernes magt i fortolkningsøjemed som eksemplificeret i analyserne giver *medier* lighedstræk med *diskurser* som fremstillet hos idéhistorikeren Michel Foucault (Foucault 1972). Foucault har i sine arkæologiske analyser beskæftiget sig med, hvordan man italesætter kulturelle fænomener - hvordan de spiller med og mod hinanden, samt hvordan de struktureres og sættes i relation til den kulturelle erfaring i et bemægtigelsesperspektiv. Han skelner mellem udsagn, diskursive formationer, diskurser og arkiv. En diskursiv formation er reglerne og betingelserne for, hvordan udsagn adskiller sig fra eller ligner andre udsagn, mens en diskurs er en samling af sådanne udsagn med en diskursiv formation som samlingspunkt (Foucault 1972, 22 ff). Udsagnet er mindsteenheden i Foucaults analyser og skal ikke forstås i tilknytning til grammatisk brug, men den måde hvorpå tegnene betegner relationer til fænomener uden for udsagnet

selv. Formålet med Foucaults arkæologiske analyser er at belyse udsagnets plads i diskursen, reglerne og betingelserne for dets eksistens og dets transformation. Denne transformation sker ud fra arkivet som ramme. Arkivet er en slags kulturel erfaring, der indgår i diskursive formationer og forandres med dem. Det kan aldrig fuldt ud afgrænses, men kun fragmentarisk tilnærmes (Foucault 1972, 126ff).

Foucault beskriver ikke, hvordan de kulturelle fænomener italesætter sig selv, men hvordan de italesætter kulturen. Alligevel peger hans diskursbegreb på, hvordan medierne italesætter sig selv som medier og derved indvirker på selve mediebegrebet og -forståelsen, som eksemplerne illustrerede. I denne sammenhæng fortolkes udsagn som symbolske (verbale, skriftlige eller visuelle symbolske) ytringer over mediebegrebet og diskurser som mediebetegnelserne. De diskursive formationer (regler og betingelser) knytter sig i eksemplerne i høj grad til afsenderens ønske om fortolkningsfællesskab med tidligere medieprodukter gennem brugen af metaforer og analogier.⁹ I Foucaults diskursteori er det ikke interessant at belyse ontologier, men at gå epistemologisk til værks ved at belyse dynamikker og diskursers forskellige forekomster. I denne sammenhæng indbefatter det ikke at belyse mediet som et samlende genstandsfelt, men snarere at belyse *mediediffusion* som forskellige forekomster af medier ud fra forskellige logikker. En sådan fremgangsmåde i forbindelse med en medieanalyse betegnes her den *diskursive* medieanalyse.

GENRER OG MEDIEDISKURSER

Når man anskuer medier som variable fortolkningsmønstre i forståelsen mediediskurser og ikke ud fra en materiel objektorienteret forankring (eksempelvis som hos Innis 1991; Meyrowitz 1993) får mediet umiddelbar lighed med genrebetegnelsen. Denne lighed har medieforsker Niels Ole Finnemann

⁹ Brügger 2000b diskutere i forlængelse heraf prototypiske træk ved varianter inden for samme medie.

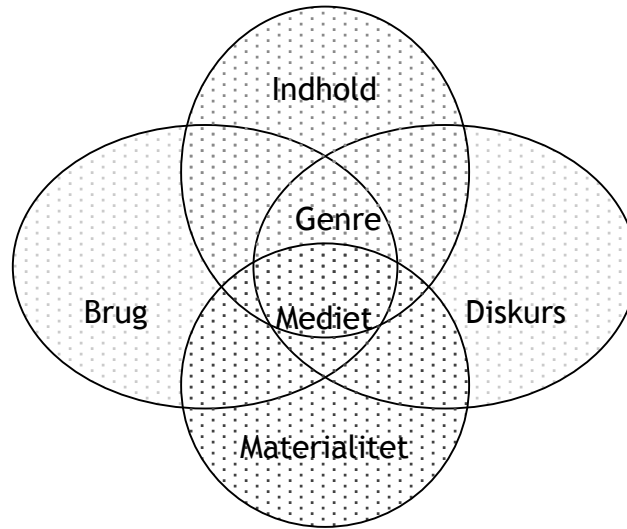
bemærket i relation til digitale medier:¹⁰

”Dermed er vi...på vej fra en tænkning i bundne invariante nødvendigheder til tænkning i valgbare variable muligheder, hvor systemets regler er på samme dagsorden, som det de regulerer. Gamle medier bliver genrer i det nye” (Niels Ole Finnemann 1996, s. 27)

Mediediskursanalysen må dog også forholde sig til det materielle grundlags indvirkning på mediet i modsætning til den traditionelle genreanalyse. Eksempelvis peger analyserne af netmedierne på, at ikke-digitale medier såsom avisen i trykt form adskiller sig fra medierne i digital form såsom internetavisen. Det digitale materielle grundlag giver mulighed for at effektuere andre brugskontekster og sammenblanding af mediediskurser end ikke-digitale medier gør. Eksempelvis er den trykte avis mobil, mens netavisen stadigvæk er knyttet til en større grad af hardware, som kræver strømtilførsel og netadgang. Selvom det er samme mediebetegnelser, er der stadigvæk diffusion inden for dem afhængig af materialet. Materialiteten er således den fysiske binding for et givent medie.

Omvendt inddrager genreanalyser som hovedregel ikke materialet som parameter, men forholder sig til indhold, brug og diskurs. Med indhold forstås her en kommunikations tematiske forankring og indebærer det, der kommunikeres om. Med brugen forstås kort den måde, vi vælger at anvende mediet på (i bred forstand) eller aktualisere materialet. Brugen spænder bredt fra måden, man vælger at aktualisere det digitale binære grundlag i meningsgivende notationskombinationer (brugergrænseflader) til brugsmønstre på netproduktioner. Diskursen er, som redegjort for, vores måde at sætte mediet i tale på. Man kan sige, at det er en del af vores brug, men det er en meget specifik sproglig (skriftlig, auditiv og æstetisk) brug. Diskursen retter sig ikke kun mod brugen i redskabsforstand (Heidegger 1953), men diskursen lægger sig både før, under og efter brugen.

¹⁰ En variabel medieforståelse er ligeledes at finde hos medieforskerne Jay David Bolter & Richard Grusin (2000) samt Lev Manovich (2000), hvor gamle medier bruges i nye mediers udtryk, men de forholder sig ikke til forholdet mellem genre og medie.



Mediet og genre i relation til indhold, brug, materialitet og diskurs.

Figuren ovenfor illustrerer, hvorledes genre har en hældning mod indholdet, brug og diskurs, og som hovedregel ikke forholder sig til materialiteten (Todorov 1978; Neale 1980, 1990; Engholm 2004). Mediet derimod har en hældning mod materialiteten, brug og diskurs, men forholder sig, som analysen af netmedier illustrerede, muligvis til indholdsdimensionen som en del af logikken bag mediebegreberne. Eksempelvis kunne man konkludere, at nyheder er omdrejningspunktet for aviser som medier i eksemplerne. Både indhold, brug, materialitet og diskurs er indvævet i et net af aktører (Heidegger 1953) i kulturel(le) arkiv(er) og magtrelationer (Foucault 1972), der giver begreberne genre og medie deres dynamiske karakter.¹¹

FORSKYDNINGER I MEDIER

Mediediskursanalysen peger på mediediffusion gennem brugen af mediebetegnelsen i mange sammenhænge og på mange niveauer. Eksemplerne med netmedier behandlede implicit eller eksplicit følgende medieforekomster:

¹¹ Se i øvrigt Petersen 2003 for en diskussion af aktør og kultur perspektiverne hos Heidegger og Foucault i relation til mediediskurser.

Lyd, billede, tekst	Betegnes ofte medier - heraf multimedie, når de bruges sammen
Trykte aviser, analoge radio og tv	Specifikke materielt bundne udgaver betegnes som medier
Nye medier/digitale medier	Samlebetegnelsen om medier med digital materialitet
Avis, radio, tv	Medier på tværs af materialiteter
Internet	Medie som materialitet, netværk, indhold og brug
WWW	Medie som netværksprotokol, indhold og brug
Websites	Medie som indhold og brug
Netmedier	Samlebetegnelse om medier på indhold og brugsniveau

Hertil kan tilføjes medier som mediecentre, spilkonsoller, PMP'er, PDA'er, mobiltelefoner og andre medier i brugernes dagligdag. Ser man på ordbogsdefinitionerne af tv, radio og avis fra tidligere, omfattede begreberne henvisninger til såvel transmissionsteknikker, indhold, sted/lokaler, organisation, format, materiale, tidslige forhold (eksempelvis periodisk) og brugerens modtageapparat. Medieforskeren Ulrik Saxer (1999) anskuer medier som konstitueret genstandsfelt ud fra fem overordnede betydninger, som værende:

1. kommunikationskanal (mediespecifikke tegnsystem, indhold, formater, brugsrammer, brugsapparater m.m.)
2. funktionalitet/disfunktionalitet (medier som brugsprodukter)
3. produktion/fremstilling (medier som produktioner)
4. organisation (formålsrettet socialt system)
5. institutionalisering (politisk, samfundsmæssigt regelsystem)

Herigennem peger han - i tråd med ordbogsdefinitionerne - på, at mediet ikke blot skal ses ud fra et objektorienteret perspektiv, som den tidligere analyse af netmedier var et eksempel på, men som forskellige områder fordelt på medieproduktionen, -distributionen og -brugen.

Den påpegede mangfoldighed i begreberne tv, radio og avis i relation til netmedier og tidligere medier er derfor interessant at perspektivere ud i et ikke-produktnært perspektiv. Mangfoldigheden inden for det digitale medie såvel som forskellige brugsapparater samt institutioner giver ud fra denne teksts problemstilling anledning til for det første at overveje, om logikker (diskursive

formationer) i mediebegrebet har ændret sig før og efter digitale medier. For det andet giver den anledning til i de efterfølgende afsnit at nuancere mediebegrebet i henhold til mulige forskydninger i logikker med henblik på at operationalisere brugen af mediebetegnelsen i digitalt øjemed.

Saxers fem betydninger af medier har i digitaliseringsprocessen af medier undergået forskellige forskydninger. Her kondenseres Saxers betydninger i to overordnede områder: Kommunikationskanalen (herunder også funktionalitet/disfunktionalitet) og organisationen (herunder også produktion/fremstilling og institutionalisering).

De engelske betegnelser *convergence* omfatter "a movement directed toward or terminating in the same point" (OED) og *divergence* som "moving off in different directions from the same point, so that the intervening distance continually increases" (OED). Medier kan således siges på én og samme tid at have konvergeret og divergeret (Jensen 2003), men dette skrifts analyser peger ikke på at de sammentrækkende, imploderende træk og de spredende eksploderende træk har et fælles punkt som henholdsvis slut- og udgangspunkt. Snarere finder tendenser sted på mange forskellige niveauer og med sameksistens af allerede eksisterende medier.

Kommunikationskanalerne er således genstand for en række forskydninger ud fra denne 'spredningspræmis'. I henhold til analysen af netmedier kan forskellige symbolske formater (eksempelvis lyd, billed, skrift) i større grad end tidligere kombineres på alle tænkelige måder i det binære notationssystem og derved simulere alle kendte kommunikationsformer. Således går indholdet og udtryk til dels på tværs af medier, men samtidig skabes der nye indhold- og udtryksformer, der adskiller sig i de forskellige kommunikationskanaler.

Endvidere anvendes kommunikationskanalerne aktivt i relation til hinanden (Boumans 2004; Petersen 2006), hvilket leder videre til at se på brugsapparaturene. Tidligere analoge brugsapparater er blevet digitale (DAB-radioer, mediecentre), men de eksisterer samtidig med de trykte og analoge brugsapparater (radio, tv). Ligeledes er brugsapparater konvergeret i henhold til funktionaliteter, så digitale platforme er multifunktionelle (mobiltelefonen, PMP'en, mediecentret), men samtidig bliver der også flere forskellige digitale

platforme (mobiltelefoner, PDA'er, mediecentre, PMP'er, laptops, DAB-radioer).

Distributionsmæssigt anvender man i skrivende stund i stadig større omfang internettet som distributionsnetværk. Samtidig anvendes ældre distributionsformer (analoge frekvenser, trykte formater) stadigvæk, og nye distributionsnetværk opstår og kobler sig på eksempelvis internettet (GPRS, G3).

I relation til betydningen af medie som organisation (herunder ligeledes produktion og institution) ses lignende forskydninger. Produktionsfaciliteter bliver i stigende grad digitaliseret, så alle medier i princippet produceres på samme grundlag (Pavlik 2004). Det resulterer i, at flere medieorganisationer kan producere til flere medier (Aaløkke, Bjerrum, Bødker & Bechmann Petersen 2005). Det digitale produktionsudstyr gør den før meget omkostningstunge produktionsproces tilgængelig for andre producenter end de institutionaliserede organisationer. Denne producentforøgelse forstærkes af, at de digitale medier berører andre brancher end de hidtidige medieorganisationer herunder især it- og telebranchen. Samtidig med denne pluralisering sker der en sammentrækkende tendens til, at flere større mediehuse opkøber mindre medieproducenter.

De forskydninger, der sker i medielandskabet i relation til digitalisering, er sammenfattet som *mediediffusion*. Det skyldes, at forskydningerne ikke kun er en spredning (divergens) eller sammentrækning (konvergens) af medier ud fra et bestemt udgangs- eller slutpunkt. Det er ikke kun på organisatorisk eller kommunikationskanalniveau. Det er i alle aspekter af medielandskabet. Medier som genstandsfelt i henhold til den diskursive medieanalyse, som her er foretaget, omfatter i stigende grad flere aspekter af det medierede samfund. Medier som eksempelvis tv, radio og avis krydser materialiteter, hvilket gør de selvsamme mediebegreber mere fleksible. Som de indledende citater fremhæver er begrebet diffusion valgt i sammenhængen mediediffusionen for at understrege den 'udbredelse', 'spredning' og 'fordeling', der sker af mediefænomener og mediebetegnelser.

Denne større udbredelse af mediet stiller krav til mediebegrebet som værende den konstituerende enhed. Når man viderefører begrebet om mediet fra tidligere mediematricer, kræver det en forståelsesmæssig genfortolkning.

Det følgende afsnit vil således opsummerere de forskydninger, der er redegjort for, med henblik på at kortlægge de logikker, der gør sig gældende i mediet som genstandsfelt i henhold til de her præsenterede analyser.

MEDIEDIFFUSION SOM GENSTANDSFELT

Forrige afsnit redegjorde for, at mediediskurser er variable og bruges på forskellige niveauer i kommunikationskanaler og organisationer. Mediebegrebet er styrende for forståelsen af, hvad der er medie eller ej. Normativt at bestemme, hvad der er et medie, vil derfor ikke give nogen mening, da aktører (videnskabelige såvel som ikke-videnskabelige) vil have forskellige interesser i at benytte betegnelsen i forskellige sammenhænge. Den videnskabelige diskurs forsøger i modsætning til ikke-videnskabelige diskurser at systematisere ved hjælp af logikker. For operationelt at kunne arbejde med mediediffusion som genstandsfelt peges der her afslutningsvis på, hvordan mediediskursen kan systematiseres.

De forskydninger, der i det foregående er redegjort for, er sket i selve kommunikationskanalerne og medieorganisationernes særlige karaktertræk. At opretholde denne nuancering af mediebegrebet vil derfor ikke markere de forskydninger, der er fremanalyseret. Disse forskydninger kan fremhæves ved en supplerende nuancering. Analysen viser mediediskurser med følgende betydninger:

Symbolske formater	Lyd, skrift, billeder og levende billeder
(Medie)strukturer	Radioavis, tv-avis, nettv, netradio og netavis
(Medie)produkter	Website, rss-feeds, newsgroups, spil, emails, instant messages, telefoni, mms, wap, sms, podcast, PDA/smartphone-hjemmesider, tekst-

	tv, tv-udsendelser, radioudsendelser, avis-artikler
(Medie)platforme	Trykte avis, trykt magasin, bog, fjernsynsapparat, radiomodtager, plakat, mobil, smartphone, PDA, PC, PMP, laptop, spilkonsol, mediecenter
Distributionsnetværk	LAN, WiFi, GPRS, 3G, radiofrekvenser, analog/digital sendenet
(Medie)huse	DR, Nordjyske Medier, TV2, JP/Politiken, Berlingske, Sjællandske Medier, Egmont Gruppen

Ved at anvende de mere nuancerede betegnelser symbolske formater, mediestrukturer, medieprodukter, medieplatforme, distributionsnetværk og mediehuse vises ud fra hvilket udgangspunkt, der tales om mediet.

Symbolske formater refererer til en mediebetegnelse, der dækker over lyd, billede, skrift og levende billeder som repræsentationsformer. De kaldes også modaliteter (Kress & leeuwen 2001), fordi de betegner meningsmæssige 'modes'. Digitalisering giver grundlag for at arbejde med multiple symbolske formater.

Mediestrukturer er interessante at sammenfatte som mediediskurs her, idet netmedier er eksempler på en brug af andre medier som struktureringsprincip eller fortolkningsmønster. Den begrebslige forankring er vigtig i denne sammenhæng og ikke udelukkende den æstetiske reference, som eksempelvis Bolter & Grusin (2000) samt Manovich (2000) fokuserer på. Mediestrukturer kan være indlejrede i hinanden. Eksempelvis viste analysen, at nettv kan forekomme i netaviser.

Medieprodukter indikerer et medie-'output'. Det vil sige det samlede produkt, der leveres til brugeren fra producenterne uafhængigt af hvilken materialitet, der benyttes. Medieprodukter knytter sig til indholdet og brugen heraf. Ligesom mediestrukturer kan især digitale medieprodukter indlejres i hinanden. Eksempelvis kan tv-udsendelser findes som podcast eller som del af

en hjemmeside.

Platforme er omvendt en betegnelse, der knytter sig til materialiteten i fysisk forstand (herunder tid og rum forhold). Platforme kan både være brugsplatforme og produktionsplatforme (eksempelvis digitalt kamera) eller begge dele (eksempelvis PC). I modsætning til mediestrukturer og medieprodukter er platforme som hovedregel ikke indlejret, men supplerer snarere hinanden i forhold til forskellige brugskontekster og koncepter. De er designet til at bære kommunikation. Deres særlige medietræk gør dem unikke kommunikationsmiljøer i forhold til andre medier (Meyrowitz 1994).

Distributionsnetværk er den måde, hvorpå medieprodukterne bliver sendt ud til brugernes platforme. Der kan forekomme forskellige lag i distributionsnetværket. Eksempelvis lægger netværksprotokoller sig oven på de fysiske kabler eller satelitter. Endvidere kan netværk være forbundne med hinanden (mobilnetværket og LAN). Distributionsnetværket udgøres derved både af protokoller, software samt fysiske netværkskonstruktioner såsom antenner, kabler eller satelitter.

Husene eller mediehusene kan, som fremanalyseret i ordbogsopslagene, ligeledes betragtes som medier. I forståelsen medie er mediehusene en samlet identitet (eksempelvis DR, TV2, Egmont, TDC), men de indeholder forskellige dimensioner herunder fysiske lokaliteter, organisationsstrukturer, medarbejdere og andre produktionsfaciliteter. At kalde medarbejderne for medier vil dog være misvisende, da aktører ikke kan være medierne i sig selv, men er med til at forme dem på lige fod med brugerne. Mediediskursen mediehus bliver derved en samlebetegnelse for en institutionaliseret (kommerciel eller public service) producent.

De identificerede forskellige mediediskurser og de tilhørende diskursive formationer (logikker) illustrerer, hvordan mediediffusionen er kommet til udtryk i dette skrifts analyser. Vender man tilbage til distinktionen mellem genrer og mediediskurser, har medieprodukter, mediestrukturer og symbolske formater mere til fælles med genrer end platforme, netværk og mediehus. Det skyldes, at sidstnævnte har en større grad af materiel hældning end førstnævnte mediediskurser. Konkrete medier bevæger sig imidlertid ofte på

tværs af mediediskurserne som samlebetegnelser. Internettet kan både anskues som et netværk, der kobler sig op mod en række platforme og som stiller medieprodukter til rådighed. Endvidere gør internettet brug af symbolske formater og mediestrukturer (såsom netmedier) i formidlingen til brugerne. Det samme gør sig gældende med tv, radio og avis ud fra eksemplerne. Spørgsmålet er ikke, om de er medier, men hvordan de er medier. Mediediskurserne præciserer på hvilket niveau, man taler om det pågældende medie på. Hvad enten samme eller forskellige medieprodukter spredes til flere platforme via samme eller forskellige netværk, så kan mediediskurserne fungere som et redskab til at beskrive de forskydninger, der sker i det digitale medielandskab.

KONKLUSION

Forskydningerne af medier som genstandsfelt i det digitale medielandskab sker gennem mediediffusion. Det skyldes, at medier ikke konvergerer eller divergerer mod et slutpunkt eller med et udgangspunkt. Mediefænomener og mediebetegnelser spredes og fordeler sig på forskellige niveauer. Eksemplerne på nettv, netradio og netaviser viste, hvordan netproduktionerne udvidede forståelsen af tv, radio og avis til også at omfatte nye typer af indhold, formmæssige udtryk samt materialitet.

Den diskursive medieanalyse er introduceret som en metode til at analysere, hvordan denne udbredelse af medier finder sted. Den baserer sig på digitale mediers afhængighed af fortolkninger, der bunder i notationssystemets simulerende egenskaber. Den diskursive medieanalyse anvender diskursbegrebet som et led i selve mediedefinitionen, da vores måde at italesætte medier på, flytter ved forståelsen heraf. Logikken i mediebegrebet er derved ikke udelukkende den objektorienterede materialitet eller de psykologiske og sociale aspekter ved mediet. Gennem en forståelse af mediet som en konstellation af indhold, brug, diskurs og materialitet er der i de analyserede eksempler identificeret seks supplerende mediediskurser: Symbolske formater, mediestrukturer, medieproduktioner, platforme, distributionsnetværk og mediehuse. Sammenlignet med medier som værende kommunikationskanal,

funktionalitet, produktion, organisation og institutionalisering (Saxer 1999) markerer de især teknologiske forskydninger. De gør sig gældende på forskellige niveauer og derved ud fra forskellige logikker.

Ved at nuancere mediebegrebet i det digitale medielandskab kan der tales om eksempelvis avis, radio og tv ud fra mindst seks forskellige medielogikker. De seks mediediskurser tager udgangspunkt i de indledende analyser af netmedier og de perspektiverende overvejelser over samfundsmæssige og begrebsmæssige forskydninger. Det vil derfor være interessant at forfølge mediediskurser i andre digitale produktioner og derigennem give diskurser en mere fremtrædende rolle - ikke kun i tekstanalyser af medieindhold, men også i analyser af mediernes måde at være medier på.

REFERENCER

- Aaløkke, Stinne; Bjerrum, Eva; Bødker, Susanne; Petersen, Anja Bechmann: Gate Keeping or Bridge Building IN: *Proceedings from The 6th International Conference on Organizational Learning and Knowledge*, Trento 2005.
- Bolter, Jay David & Richard Grusin: *Remediation - Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge 2000.
- Boumans, Jak: *Cross-media*, ACTeN - Anticipating Content Technology Needs (www.acten.net) 2004.
- Brügger, Niels: Does the Materiality of the Internet Matter? IN: *The Internet and Society*, Center for Internetforskning 2002.
- Brügger, Niels (2000a): The Public Sphere and the Internet, upubliceret foredragsmanuskript fra Aarhus Universitet, Center for Kulturforskning, Humaniora ved Årtusindskiftet, Konferencen *Approaches to the Internet. The Humanities in Digital Networks*, 19.10.00.
- Brügger, Niels (2000b): Theoretical Reflections on Media and Media History IN: *Media History: Theories, methods, analysis*, Aarhus Universitets Forlag 2000.
- Burnett, Robert & P. David Marshall: *Web Theory*, Routledge London 2003.
- Certeau, Michel de: The Black Sun of Language IN: *Heterologies: discourse on the Other, Theory and History of Literature* Vol. 17, Minnesota Press 1986.
- Engholm, Ida: Webgenrer og stilarter IN: *Digitale Verdener*, Gyldendal 2004.
- Falkenberg, Vidar: Online Newspapers as Newspapers Online, paper på *COST-A20 Conference - the Impact of Internet on the Mass Media of Europe*, Delphi 2006.
- Fidler, Roger: *Mediamorphosis*, Pine Forge Press, California 1997.
- Finnemann, Niels Ole: *Modernitet og medier*, arbejdspapir fra Institut for Informations- og medievidenskab, Århus universitet 1996.
- Finnemann, Niels Ole: *Tanke, sprog og maskine: en teoretisk analyse af computerens symbolske egenskaber*, Akademisk Forlag Århus 1994.
- Finnemann, Niels Ole: *The Internet - A New Communicational Infrastructure*,

- CFI, Århus 2001.
- Foucault, Michel: Diskurs og diskontinuitet IN: *Strukturalisme*, (ed. P. Madsen) København, 1990.
- Foucault, Michel: *Overvågning og straff*, Gyldendal 1994. (org.titel Surveiller et punir, 1975).
- Foucault, Michel: *Talens forfatning*, Rhodos 1980. (org.titel L'ordre du discours, 1971).
- Foucault, Michel: *The Archaeology of Knowledge*, Travestock 1972. (org.titel Le Arcéologie du Savoir, 1969).
- Genette, Gérard: Paratexts - Thresholds of interpretation, Cambridge University Press, England 1997.
- Gozzi, Raymond jr.: *The power of Metaphor In the Age of Electronic Media*, Hampton Press 1999.
- Hammersley & Atkinson: *Ethnography - Principles in Practice*, Routledge 2005 (1995).
- Heidegger, Martin: *Sein und Zeit*, Max Niemeyer Verlag 1979.
- Heidegger, Martin: Spørgsmålet om teknikken IN: *Spørgsmålet om teknikken og andre skrifter*, moderne tænkere gyldendal 1999.
- Heyer, Paul: History and Discourse: Michel Foucault IN: *Communications and History*, Greenwood Press 1988.
- Hjort, Anders: *Når tv møder internettet* IN: Kulturministeriets hjemmeside (www.kum.dk).
- Innis, Harold Adams: *The Bias of Communication*, University of Toronto Press, Toronto 1991.
- Jensen, Jens F.: *Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier*, FISK-serien nr. 3, Aalborg Universitetsforlag 1998.
- Jensen, Jens F.: Det danske mediemiljø omkring årtusindskiftet IN: *Dansk mediehistorie bind 4* (ed. Bruhn Jensen), Forlaget Samfundslitteratur 2003.
- Kress, Gunther & Leeuwen, Theo V.: *Multimodal Discourse - the modes and media of contemporary communication*, Arnold, London 2001.

- Kulturministeriet: *Konvergens i netværkssamfundet*, udgivet 7. juni 2001.
- Manovich, Lev: *The Language of New Media*, MIT Press 2000.
- McLuhan, Marshall: *Laws of Media*, University of Toronto Press, London 1988.
- McLuhan, Marshall: *Understanding Media - the extensions of man*, Routledge 1999.
- Meyrowitz, Joshua: Images of Media: Hidden Ferment - and Harmony - in the Field IN: *Journal of Communication* 43 (3), 1993.
- Meyrowitz, Joshua: Medium Theory IN: *Communication Theory Today*, 1994.
- Minke, Kim: Radio IN: *Den Store Danske Encyklopædi* bind 15, Danmarks Nationalleksikon A/S 1999.
- Neale, Stephen: *Genre*, British Film Institute, 1983 (1980).
- Neale, Steve: Questions of genre IN: *Screen* 31 vol 1, 1990.
- Pavlik, John V. & McIntosh, Shawn: *Converging Media - an introduction to mass communication*, Pearson Education 2004.
- Pedersen, Nils Ulrik: *Nye webmedier og nye udfordringer for journalistikken og undervisningen*, Center for Journalistisk Efteruddannelse (CFJE), September 1998.
- Petersen, Anja Bechmann: *Internettet og mediebegrebet*, guldmedalje-afhandling ved Aarhus Universitet (www.flermedialitet.dk), 2003.
- Petersen, Anja Bechmann: Internet and Cross Media Productions, paper på *Internet Research 7.0: Internet Convergences*, AOIR, Brisbane 27.-30. september 2006.
- Rasmussen, Terje: *Nettmedier*, Fagbokforlaget, Bergen 2002.
- Saxer, Ulrik: Die forshungsgegenstand der Medienwissenschaft IN: *Medienwissenschaft Teilband 1* (red. Leonhard J.F. et al), de Gruyter, s. 1-14, 1999.
- Snedker, Steven: De klikker, vi spiller IN: *Ud & Se*, maj 2003.
- Todorov, Tzvetan: *Les genres du discours*, Editions du Seuil, Paris 1978.

The Centre for Internet Research

The Centre for Internet Research was established in September 2000 with the aim of encouraging research in the social and cultural implications and functions of the internet. More information about the centre and its activities can be obtained from www.cfi.au.dk.

The papers from the Centre for Internet Research

All papers from the Centre for Internet Research can be found on the centres website. As long as in print, copies of the papers may be obtained by contacting cfi@imv.au.dk. Please specify complete address (for the purpose of citation please note that the printed and electronic versions are identical).

Papers from the Centre for Internet Research:

01. Mark Poster: Print and Digital Authorship
02. Niels Ole Finnemann: The Internet
– A New Communicational Infrastructure
03. Wolfgang Kleinwächter: Global Governance
in the Information Age
04. Jesper Tække & Berit Holmqvist:
Nyhedsgrupper set som
selvorganiserende interaktionssystemer
05. Niels Brügger & Henrik Bødker (eds.):
The Internet and Society?
06. Anne Ellerup Nielsen: Rhetorical Features
of the Company Website
07. Jakob Linde Jensen: Den virtuelle politiske
offentlighed — et dansk casestudie
08. Henrik Bødker: The Changing Materiality of Music
09. Anja Bechmann Petersen: Mediediffusion



Center for Internetforskning

Institut for Informations- og medievidenskab

Helsingforsgade 14 · DK-8200 Århus N

Tel. + 45 8942 9200 · Fax +45 8942 5950

cfi_editors@imv.au.dk · www.cfi.au.dk