

Att: Institutionen för informationsvetenskap

Fr: Fredrik Andersson

Projektbeskrivning

Innehåll

Inledande anmärkningar
Forskningsförslag
Motivering av forskning
Kunskapsteoretiska motiveringar

Inledande anmärkningar

Inledningsvis ett par anmärkningar. Jag kommer inte att närmare förklara vissa begrepp, särskilt de relaterade till medie- och kommunikation. Jag har en lite förkärlek till Tor Nørretranders *exformation*, den gemensamma information och data både sändare och mottagare kan anses dela i kommunikationen. Eftersom jag skriver för en mottagare som jag vet har goda bakgrundskunskaper kring ämnet, aktar jag mig för att vara övertydlig. Jag vet att annonsen för doktorandtjänsten anger en projektbeskrivning på 5 till 10 sidor, men om det jag vill förmedla *ryms* på mindre antal sidor, kommer jag inte fylla tomrummet upp till undre gräns. Min projekttid byggger även på vissa delar som nu inte kan beskrivas i detalj. Avhandlingsarbetet vill jag lägga som sammanläggningsavhandling, med en sammanbindande kappa. Därav kan jag inte nu ange varje del i konkreta angreppssätt och problemformuleringar. Metodologiskt ser jag även skäl att se forskningen som en kvalitativ process som mognar och utvecklas genom forskarutbildningen och konfrontationen med teori och empiri. Jag hoppas dock att min beskrivning av kappan och idéer om delarna kan verka övertygande.

Forskningsförslag

Enkelt uttryckt; nu ska jag övertyga er om behovet av mitt forskningsförslag. Det är ingen idé att gå *likt katten kring het gröt*, utan vi går direkt på inriktning och (i viss mån) problemformulerande tankar:

Konvergens och medieföretag/Konvergens och medieanvändning.

Utan att vara teknikdeterminist så kan vi hävda att det genom den tekniska och digitala utvecklingen har skapats kommunikativa plattformar som suddar ut gränserna mellan telekommunikation, informationsteknik och mediesektorer. Vi har sett början på sammansmältningar mellan dessa och de tjänster och produkter de erbjuder, samt mellan de marknader de opererar i. Kombinationer av olika typer av teknik har inneburit att ett och samma budskap kan nå en konsument/användare på flera olika sätt. En följd av detta kan vara att mediekonsumtionen blir alltmer fragmentiserad. Medieföretagen måste använda sig av allt fler kanaler för att nå samma publik som tidigare.

Vi ser även företag som går över traditionella gränser mellan tele, IT och media och agerar med tjänster som de förut inte haft inom sitt tekniska och affärsmässiga område. Genom internetteknik och Internet ser vi även att en del etableringshinder är raserade. Enklast exemplifierat är möjligheten att publicera material på Internet, där det enda i stort som krävs är ett filöverföringsprogram och plats på en värdserver. I större skala

kan det handla om ett och samma företag som genom flera digitala kanaler (Internet, TV, mobila nät osv.) erbjuder traditionellt skilda media som radio, TV, tidningar, annonser, musik och liknande.

Vad jag beskrivit ovan är konvergens, sammansmältningar av IT-, tele- och mediesektorer. I diskussioner, publika som forskningsmässiga, kring konvergens åtskiljs fenomenet i fyra typer. Dessa är *nätkonvergens*, *tjänstekonvergens*, *apparatkonvergens* samt *marknadskonvergens*.

Utan att gå in i detalj om varje typ så kan jag ge lite åtskiljande drag. *Nätkonvergens* handlar om tekniska standarder i nät och infrastruktur. Telenätet användes förut till enbart överföring av telesamtal, men där används nu nätet till ett flertal skilda områden. *Tjänstekonvergens* söker fånga de sammansmältningar som skapas av kombinationer av tele, IT och media. Ett företag som Telia kan till exempel erbjuda tjänster både inom fast telefoni, mobil telefoni, Internet, elektronisk handel och systemförvaltning. *Apparatkonvergens* är idag inte svår att hitta. Tag de nyare modellerna av mobiltelefoner och ni håller i handen ett verktyg som klarar flera olika kommunikationer och media. Förutom vanlig telefoni finns möjligheter till Internet, fax, sms, anteckningar, GPS, filöverföring, radiomottagning och mer därtill. Den vanliga hemdatorn i handeln idag är också ett bra exempel på apparatkonvergens där den t ex kan innehålla funktioner likställda en TV-mottagare. *Marknadskonvergens* ses som en effekt av de övriga tre. Genom sammansmältningen av nät, tjänster och apparater ser vi företag som agerar på för dem nya marknader, med tjänster och produkter som man inte förut associerat med företagen. I förlängning ser vi även uppkomst av marknader skapade av konvergensfenomen, marknader som är sammansmältningar av helt olika tjänster och produkter. De mobila tjänsternas marknad är ett bra exempel.

Vad är nu det forskande intresset i konvergens. Närmast till hands är givetvis de lagmässiga konsekvenserna av konvergens. I Sverige har vi ett antal skilda lagar och förordningar som är tänkta att fånga produktion, spridning och användning av media. Radio- och TV-lagar, utgivarlagar, sändningsrättigheter, ansvarsfördelningar osv., samt de två överhängande Tryckfrihetsförordningen och Yttrandegrundlagen. Konvergens ställer till problem för lagstiftarna eftersom medier nu inte har klara gränser mellan överföring, innehåll och medietyper.

Mitt intresse av konvergens kommer inte att handla om lagstiftande och rättsliga konsekvenser. Det finns redan ett utbredd utredande kring detta. Jag är mer intresserad av företagen bakom medier samt användning av dessa medier. Kappans övergripande problem kommer att vara ursprungna ur *konsekvenser av konvergens på mediesektor och effekter av konvergens på medieanvändning*. Min formulering antyder egentligen två skilda områden, mediesektor samt användning, där de enskilt kan vara tillräckliga som avhandlingsämne. Jag måste erkänna att jag är lite ambivalent och känner mig inte klar om den ena delen är den mest intressanta. Eftersom jag vill arbeta med en sammanläggningsavhandling kommer dock varje enskild sammanläggningsdel (rapport) att operationalisera olika problemställningar. Jag kan inte nu formulera dem i detalj, där de ska vara kopplade till konkreta fallbeskrivningar och därför väntas framkomma i mötet med insamlat material.

Jag ser flera möjligheter som forskningsprecisering. De fyra typerna av konvergens kan skiljas i fyra åtskilda sammanläggningsdelar, och tillsammans utgöra avhandling. Inom varje del problemställs konvergenstypen utifrån effekter och konsekvenser för medie- och kommunikationsföretag. Ett annat alternativ är att låta fallbeskrivningar av fyra företag involverade i konvergens stå som åtskilda sammanläggningsdelar. Ett tredje alternativ är en blandning av de två; fallbeskrivningar av flera företag presenterade inom varje konvergenstyp. Ur ett användarperspektiv går det även att operationalisera konvergenstypernas konsekvenser och effekter.

Det kan vara fruktbart att ange ett par företag som kan vara av intresse. En del har ansetts som rena kommunikationsföretag, andra som medieföretag, och slutligen företag som inte enkelt kan kategoriseras. I den korta beskrivningen av varje företag ser man exempel på sammansmältningar av tjänster, produkter och marknader, det vill säga *konvergensfenomen*.

Telia har en ledande position inom ett antal tillväxtområden, till exempel mobil kommunikation och bredbands- och Internettjänster. Deras huvudsakliga mål är att bli ett Internetkommunikationsbolag med IP-baserade tjänster och teknik som drivkraft inom alla affärsområden. Telia är även den ledande Internetoperatören i Sverige med en marknadsandel om 35 procent av konsumentmarknaden. Telias strategi för de kommande åren är att fokusera på tillväxtområden som mobil kommunikation, Internet/bredband och internationell carrier-verksamhet (erbjuder operatörskunderna tillgång till Telias nät och håller därmed nätet öppet både för Telia självt och andra operatörer). Telia har redan idag ett rikstäckande bredbandsnät. Alla kommuner i Sverige omfattas av Telias fibernät. Under sista kvartalet 2000 kommer Telia att lansera en bredbandsportal. Den kommer att vara basen i bredbandserbjudande och omfatta bland annat video, spel och Internetkonferenser. Målet är att bli ledande på den svenska bredbandsmarknaden. För att fokusera sig för framtiden och för att kunna möta alla kommande utmaningar har Telia delat upp sin organisation i fyra kärnaffärsområden (mobil, privat, företag, nät och carrier) samt affärsområde Enterprises. Affärsområde Enterprises omfattar verksamheter som ligger utanför koncernens kärnaffärsområden, såsom IT och Innovation, Financial Services, Supporttjänster och Handel, System & Service, International samt InfoMedia.

IDG.se - säger sig vara Sveriges ledande Mediahus inom IT. Tillhör koncern IDG, som är världens största utgivare av IT-relaterad information. Företaget grundades i Boston 1964 och har idag en omsättning på 21 miljarder kronor och drygt 12 000 anställda i 80 länder. I Sverige har IDG funnits sedan 1983 och företaget arbetar mitt i två dynamiska världar; media och IT. Idag är de omkring 250 anställda, varav ett 80-tal IT-journalister. Bland produkter och tjänster finns 17 datatidningar, Internettjänster, rekrytering av IT-personal, direktreklam, telemarketing, mässor, konferenser och seminarier, böcker samt särtryck.

K-World grundades i januari 1998 och är ett e-learningföretag. Huvudkontoret ligger i Stockholm och har cirka 80 anställda. K-World har en egen TV-kanal som når uppskattningsvis 2 000 000 tittare och en portal på webben- www.kworld.se. Efter K-Worlds tredje emission ägs nu bolaget av grundarna Annie Wegelius och Maria Borelius tillsammans med IH Investments Ltd, Investor, MGA Holding och Servisen Holding.

com hem ab (tidigare Telia Infomedia TeleVision) och K-World har slutit ett avtal om att tillsammans utveckla interaktiva TV-tjänster. K-Worlds TV kanal kommer började distribueras digitalt i *com hems* nät med början under april. En rad nya tjänster kommer också att bli tillgängliga via *com hems* bredbandstjänst Internet Cable. K-World satsar på att integrera TV och Internet. Från måndag 10 april finns den nya svenska TV-kanalen K-World i Stjärn-TV-nätet. Det innebär att ytterligare 245 000 hushåll får tillgång till kanalen som är inriktad på faktaprogram om historia, vetenskap och kultur.

K-World ökar kapaciteten inom multimedia genom att förvärva 49 procent av aktierna i Intermedia. Affären är ett led i K-Worlds ambition att bli en ledande marknadsaktör inom webbaserad utbildning.

Motivering av forskning

Jag vill gärna se min forskning och mina forskningsresultat (förutom vetenskapliga i trovärdighet och giltighet) som aktuella, hanterliga, läsbara samt att de har sin förankring i praktiska verksamheter. Detta är en av anledningarna att jag ser arbetet som sammanläggning och inte som en monografi. Att hålla forskningen kopplad till

företag och en aktiv mediesektor gör att jag kan fånga både applicering, konsekvenser och utnyttjande av digitala tekniker samt medieutveckling. Jag har inte använt termen masskommunikation än i mina formulering, och detta med avsikt. Medie- och kommunikationsvetenskap anger ofta masskommunikationens domän som huvudsakliga ämnesområde. Min projektidé kring konvergens har inte uttryckligen kopplats till masskommunikation i traditionell betydelse (t ex enkelriktad, samtidig, opersonlig). Jag tror att konvergens har en djupare innebörd för masskommunikationsbegreppet. Radio och TV har haft sin masskommunikativa effekt grundad på *broadcasting*, där makten i kommunikationen ligger hos sändaren. Genom applicering av nya digitala tekniker inom kommunikations- och mediesektorer får vi konvergenta effekter som pekar på en övergång från *analog sändarmakt* till *digital mottagarmakt*. Jag som användare (förut mottagare) kan nu alltmer välja i vilken form, genom vilken kanal, vid vilken tidpunkt och till vilken teknisk apparat jag vill att t ex nyheten, radiosändningen, filmen och musiken ska komma. Vi har då kommit en bra bit bort från *broadcasting* och masskommunikation i den gängse uppfattningen. Det är just där jag hoppas att min kapp och dess delar kan fånga något nytt.

Kunskapsteoretiska motiveringar

Jag vill gärna delge lite betraktelser kring min syn på kunskap och fångandet av densamma i en forskande process. Jag är samhällsvetenskapligt skolad och ser mig som en betraktare som i sig ingår i ett socialt, kulturellt, ekonomiskt och politiskt sammanhang. Så ser jag även de fenomen jag avser att studera. Tolkning och mening blir ledord, tillsammans med en analytisk förmåga att renodla det jag studerar till hanterbara studiesubjekt. Jag har en god grund i vetenskapsteori och metodologi genom mina studier i teoretisk filosofi, så jag tror mig förstå vetenskapens principer, metoder och problem.

Mina studier är tänkta att huvudsakligen göras på kvalitativa grunder och ställer därmed speciella krav på att metoden särskilt passar studiens syfte. Problemformuleringen är i kvalitativa studier, som söker kartlägga och analysera, inte alltid given från början. Speciellt gäller detta den språkliga utformningen. Det är inte ovanligt att man under forskningsprocessen får ändra själva problemformuleringen flera gånger. Det kan bero på att problemformulering man började med visar sig vara mindre relevant utifrån det empiriska materialet som man erhållit. Det här understryker betydelsen av att i kvalitativa ansatser inte för tidigt låsa sig till en bestämd problemformulering. Istället kan en preliminär problemformulering uppställas som sedan omformuleras och avgränsas på grundval av inledande litteraturstudier och kontakter med nyckelinformanter. Nu finns det inget som hindrar kvantitativa inslag i hanteringen av det insamlade materialet. Jag ser inte principiellt en gränslinje mellan kvalitativ och kvantitativ forskning, utan det är problemen i sig som får diktera vilka angreppssätt som används.

Jag vill gärna se mig i en anda av Karl Poppers tankar kring vetenskap och sanning. Sanning är regulativt, det vi strävar efter men aldrig helt kan nå, samt om det visar sig att jag har fel så ska jag bara glädjas att det då finns utrymme för en bättre kunskap (en säkrare vetenskap).

Vänligen

Fredrik Andersson