

INBLICK

TEKNIKENS REVOLUTION. Det har gått 20 år sedan vi surfade ut på nätet. Våra liv ändrades i grunden – och vi har inte sett slutet än. – Det är ett enormt teknikskifte. Det är kanske bara boktryckarkonstens genombrott som kan jämföras med den förändring vi lever i för närvarande, säger professor Pelle Snickars vid Umeå universitet.

En skenande utveckling

TEKNIK. Allt har skett mycket snabbt. I dag finns tidningen i mobilen, vännerna på Facebook, tv-programmen visas när vi vill, vi kan dela med oss av våra upplevelser på Instagram och våra åsikter på Twitter.

Webbens genomslag är en betydligt mer revolutionerande förändring än när tv:n flyttade in i vardagsrummet för drygt 50 år sedan.

– Det här är så fundamentalt annorlunda och det påverkar oss människor på så många olika sätt. Det är en genomgripande förändring av vardagsliv och arbetsliv, säger Pelle Snickars.

Han är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Umeå universitet. Digitaliseringsens effekter för medie- och kultursektorn är hans forskningsfält.

Pelle Snickars anser att digitaliseringen är en omdaningsprocess motsvarande exempelvis urbaniseringen.

– Den leder till att underminera hela branscher på allvar. Det är en rejäl strukturomvandling.

Det är distributörerna som tjänar pengar på webben, inte de som producerar innehållet. Det allra mesta av intäkterna går till Google och telekomföretag som Telia.

Pelle Snickars efterlyser en politisk diskussion.

– Det går ganska mycket pengar som vi, utan att blinka, betalar för att hålla apparaterna i gång. Sedan undrar vi om det verkligen är värt 99 kronor i månaden till Spotify eller 179 kronor för en prenumeration på VK.

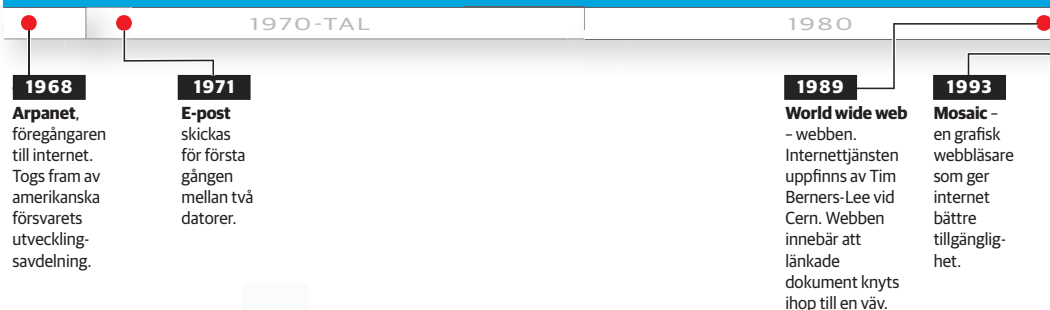
Webben har inneburit ett överflöd. Finns risk för att vi blir översköjda? Pelle Snickars konstaterar att det fanns en tid för inte alls så länge sedan då det tvärtom var svårt att få tag på vissa skivor, vissa böcker och vissa filmer.

Nu finns allt tillgängligt. Pel-



Webben har inneburit en lika stor förändring som boktryckarkonsten en gång i tiden, menar Pelle Snickars, professor i Umeå och forskare knuten till Humlab.

FOTO: ANDERS WYNNÉ



le Snickars menar att det borde få konsekvenser för den statliga kulturpolitiken och för Sveriges Television och övrig public service.

En del medieforskare talar om risken för "filterbubblor", att folk bara väljer att följa sådant som de redan vet att de är intresserade av. På det sättet missar de nya intryck och avvikande åsikter.

Pelle Snickars håller inte med:

– För mig är inte webben lika med Google, koncentration och smalnande nischer. Webben för mig är svällande bibliotekskataloger och resurser på Library of Congress, på Kungliga biblioteket, mer och mer digitaliserat material, Spotifys oändliga databaser, Netflix oändliga utbud, YouTube's gigantiska arkiv med material, som ju är allt annat än att bara titta på det som man själv är intresserad av.

” Det här är så fundamentalt annorlunda och det påverkar oss människor på många olika sätt.

Pelle Snickars.

Pelle Snickars är övertygad av att människor är kapabla att själva välja vad de är intresserade av på webben.

Netflix, Spotify och Amazon ger också möjligheter att upptäcka nya saker som man från början inte visste var intressant.

Så har Netflix utvecklat en fiffig beräkningsmodell, en algoritm, som rekommenderar nya filmer. ”Om du har sett de här

filmerna kanske du också gillar den här ...”

Pelle Snickars säger att 40 procent av titlarna som folk ser på Netflix är valda på det sättet.

Han uppskattar själv amerikanska Amazons rekommendationer.

– De ger mig väldigt kvalitativa tips på litteratur, som jag inte riktigt ser i de svenska systemen.

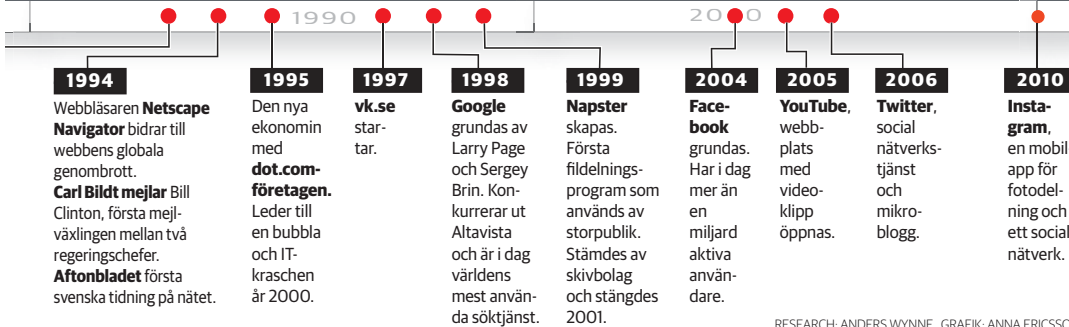
Spotify arbetar hårt för närvarande med liknande system.

– När det gäller musik tycker jag att det här ger mig ett antal tips som är nog så kvalificerade som jag kan få från musikkritiker.

Tv:n flyttade in i vardagsrummen kring 1960, men frågan är vart apparaten är på väg.

Många tittar fortfarande på vanlig tablå-tv, men förändringarna sker snabbt. Några

som förändrat allt



RESEARCH: ANDERS WYNNÉ GRAFIK: ANNA ERICSSON

■ Pelle Snickars

Pelle Snickars är **professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Umeå universitet**. Han är också knuten som forskare till Humlab.

Han är **filmvetare från början** och disputerade 2001 vid Stockholms universitet med avhandling: en Svensk film och visuell masskultur.

Han var **tidigare forskningschef** vid Statens ljud- och bildarkiv.

Han **skriver regelbundet** i Svenska Dagbladet.

Han har **skrivit en rad böcker**. Tidigare i år kom Digitalism: När allting är internet (Volante förlag).



” Webben för mig är sväl-lande bibliotekskataloger och resurser på Library of Congress, på Kungliga biblioteket, mer och mer digitaliserat material.

Pelle Snickars.

av de kommersiella kanalerna har tappat dramatiskt många tittare.

– De nya sätten att konsumera tv håller snabbt på att etablera sig bland befolkningen i stort. Där är Netflix ett bra exempel och det har varit en rasande snabb utveckling. Min mamma har börjat titta på Netflix på sin Ipad och min svärmor har också skaffat det.

Synen på vad som är värt att spara och hur vi lagrar exempelvis musik förändras snabbt.

Det är inte så länge sedan som lanseringen av nya mp3-spelare handlade om hur fantastiskt många låtar man kunde lagra.

– Det blev ett enormt försäljningsargument under några år, men plötsligt flyttade lagringen upp i det här molnet i stället.

Molnet, som i själva verket är flera anonyma serverhallar, är det gemensamma arkivet för

40

Procent av titlarna som folk ser på Netflix får de via hemsidans beräkningsmodell som rekommenderar nya filmer baserat på dem man redan sett.



Den tekniska revolutionen som skett under 20 år har gjort att datorn, mobilen och surfplattan finns i de flesta hem.

FOTO: PETRA LINDELL/TT

till exempel strömmad musik och film.

Strömmad musik och film har snabbt fått många användare i Sverige. Däremot har e-böcker inte fått något genombrott här.

– I USA är e-böcker ungefär

hälften av bokförsäljningen, i Sverige är det minimalt.

Det finns flera andra skillnader i konsumtionsmönstren mellan olika länder.

Strömmad musik har 85 procent av marknaden i Sverige,

i Tyskland endast 15 procent och i USA säljs fortfarande mycket musikfiler.

Fotograferandet har också ändrats i grunden. Numera handlar det inte så mycket om att föreviga ögonblick utan om att dela med sig av upplevelser via Instagram och Facebook.

Det digitala fotoalbumet finns i någon molntjänst.

Vart är digitaliseringen på väg?

– Inte heller digitaliseringen eller internet varar för evigt, säger Pelle Snickars.

Historien tar inte slut här. I framtiden kommer nya uppfinningar som är lika revolutionerande som boktryckarkonsten och world wide web.



ANDERS WYNNÉ

090-17 60 48 anders.wynne@vk.se