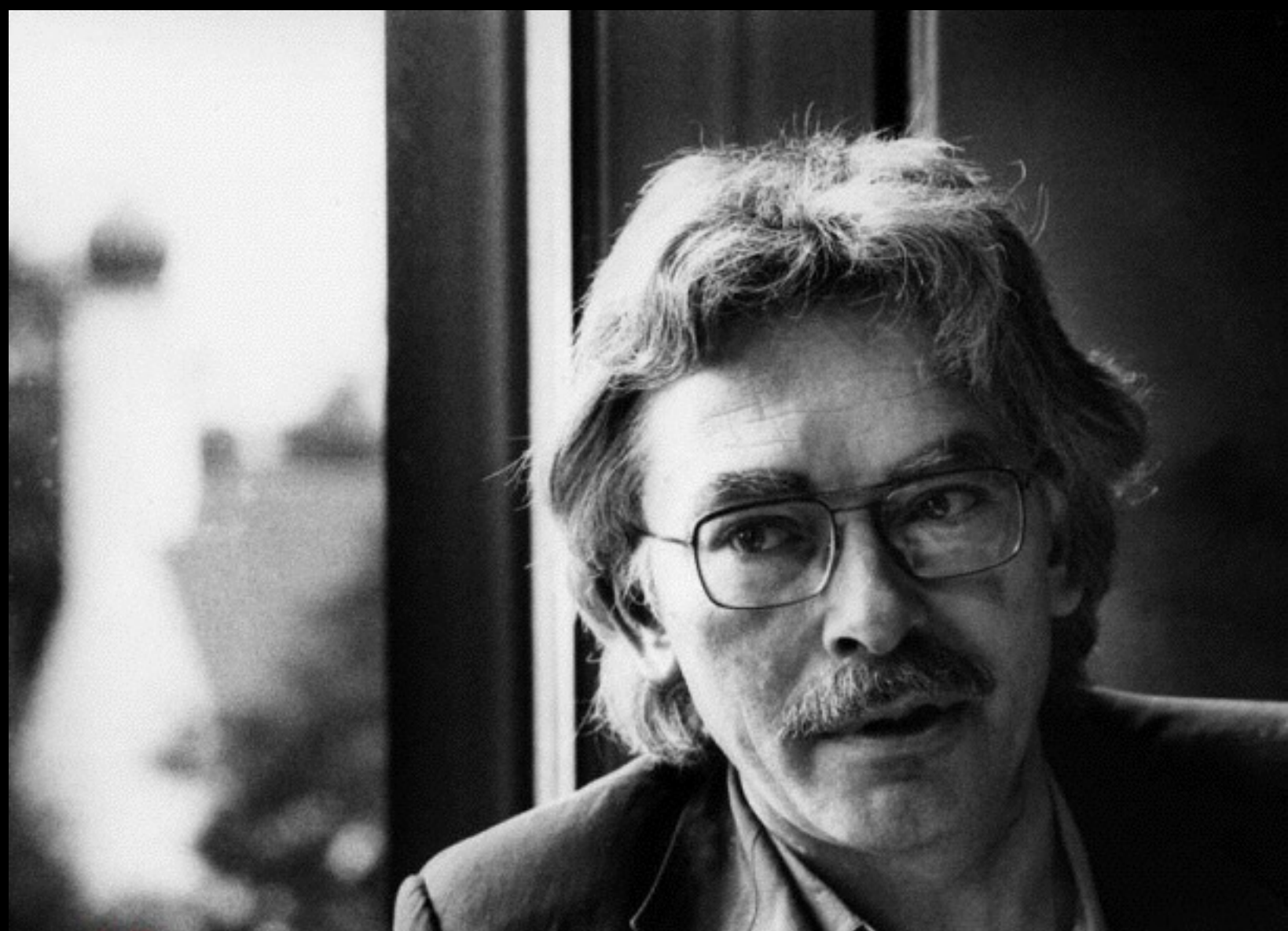




Mediehistoriens slut – mediestudiets början

Prof. Pelle Snickars

Institutionen för kultur- och medievetenskaper / HUMlab



eriter is crating
otion in poetry
back the frontear
ning up fresh feel
of by Done or Blea
Others are

FRIEDRICH A. KITTLER

Gramophone, Film, Typewriter

RUSTOCART

Translated, with an Introduction, by

GEOFFREY WINTHROP-YOUNG *and*
MICHAEL WUTZ

WRITING SCIENCE

Kittlers medieteori

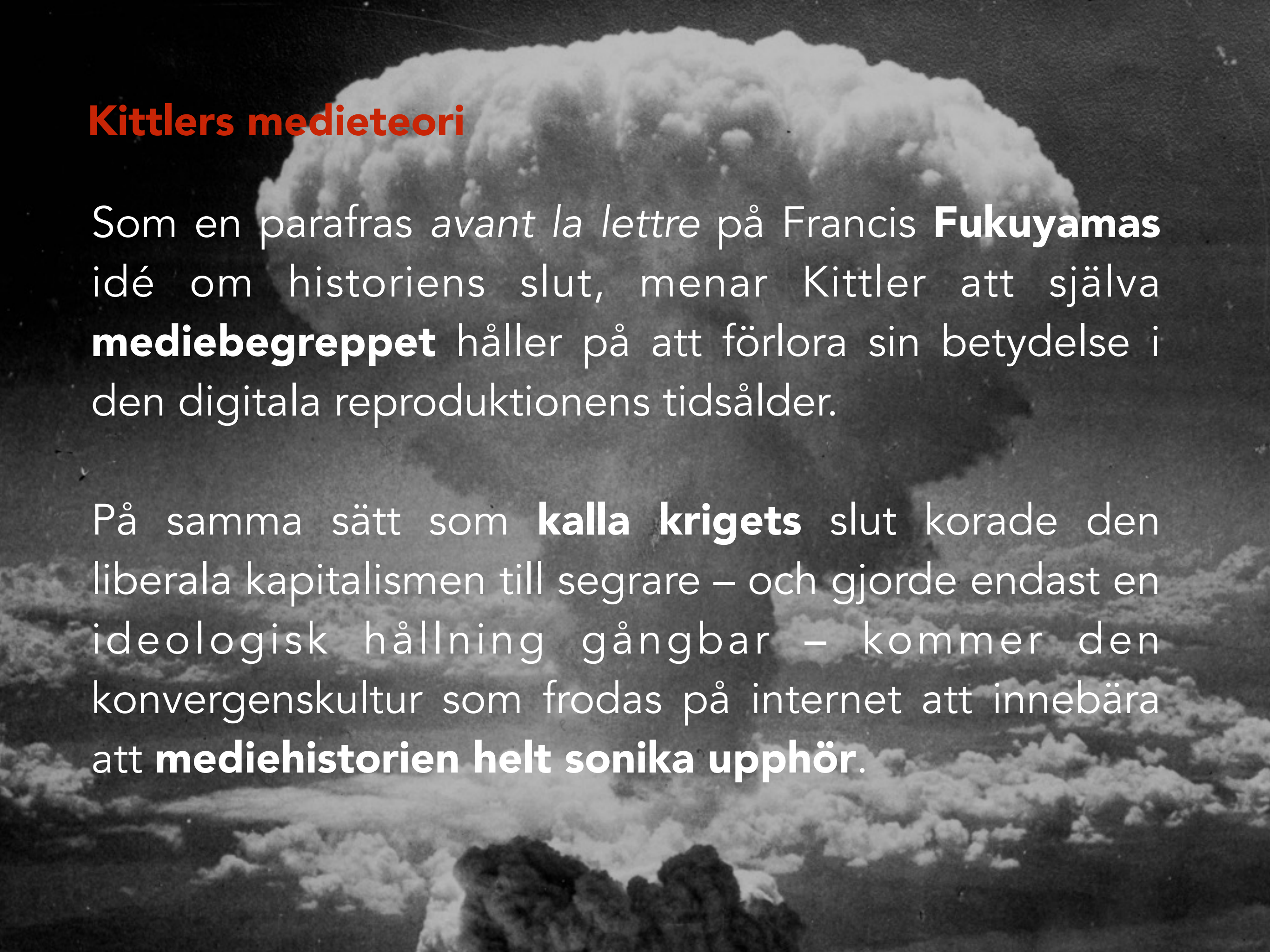
Kittlers medieteori är på många sätt en **mediehistorisk modell** för att förklara förändring. Han strävar efter att artikulera samtidens och det förflutnas **mediala villkor**, detta genom återkommande undersökningar av specifika mediala nedskrivningssystem som **lagrar**, **bearbetar** och **överför** kulturens data (information).

Det handlar alltså om hur **teknologi** och nya tekniska landvinningarna styrt (och reglerat) vårt tänkande och konsten som sådan, liksom dess förutsättningar och möjligheter.

Kittlers medieteori

En viktig anledning till att Kittler på senare år lyfts fram som en central medieteoretiker är hans framsynthet beträffande **mediernas digitalisering**.

Kittler är en av de första medieteoretiker som på allvar utvecklar idén om att **ett medium blir synligt** först när det får konkurrens av nya medietekniker. Här blir därför **mediehistorien** en viktig referenspunkt.

A black and white photograph of a nuclear explosion's mushroom cloud, serving as the background for the text.

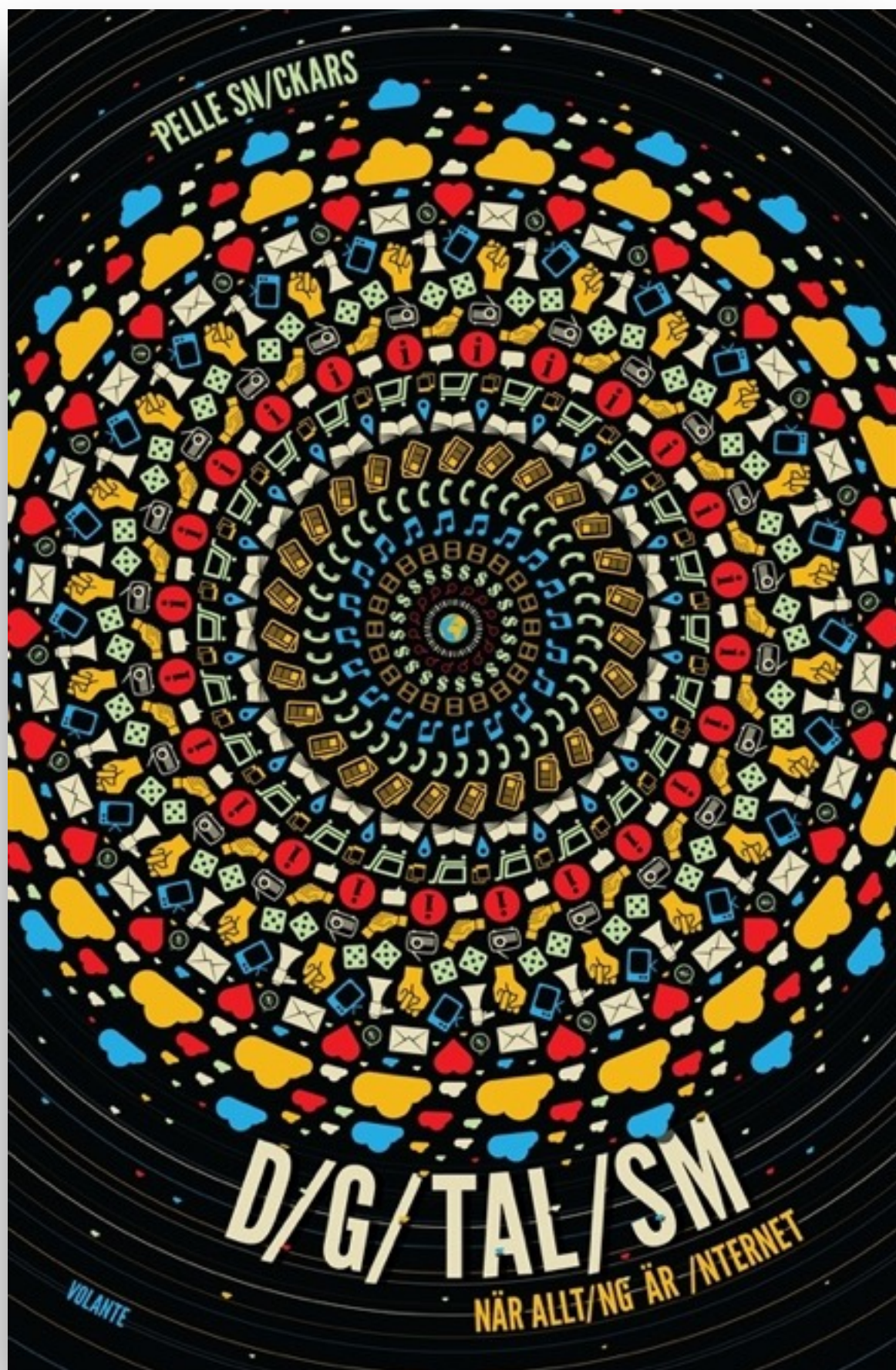
Kittlers medieteori

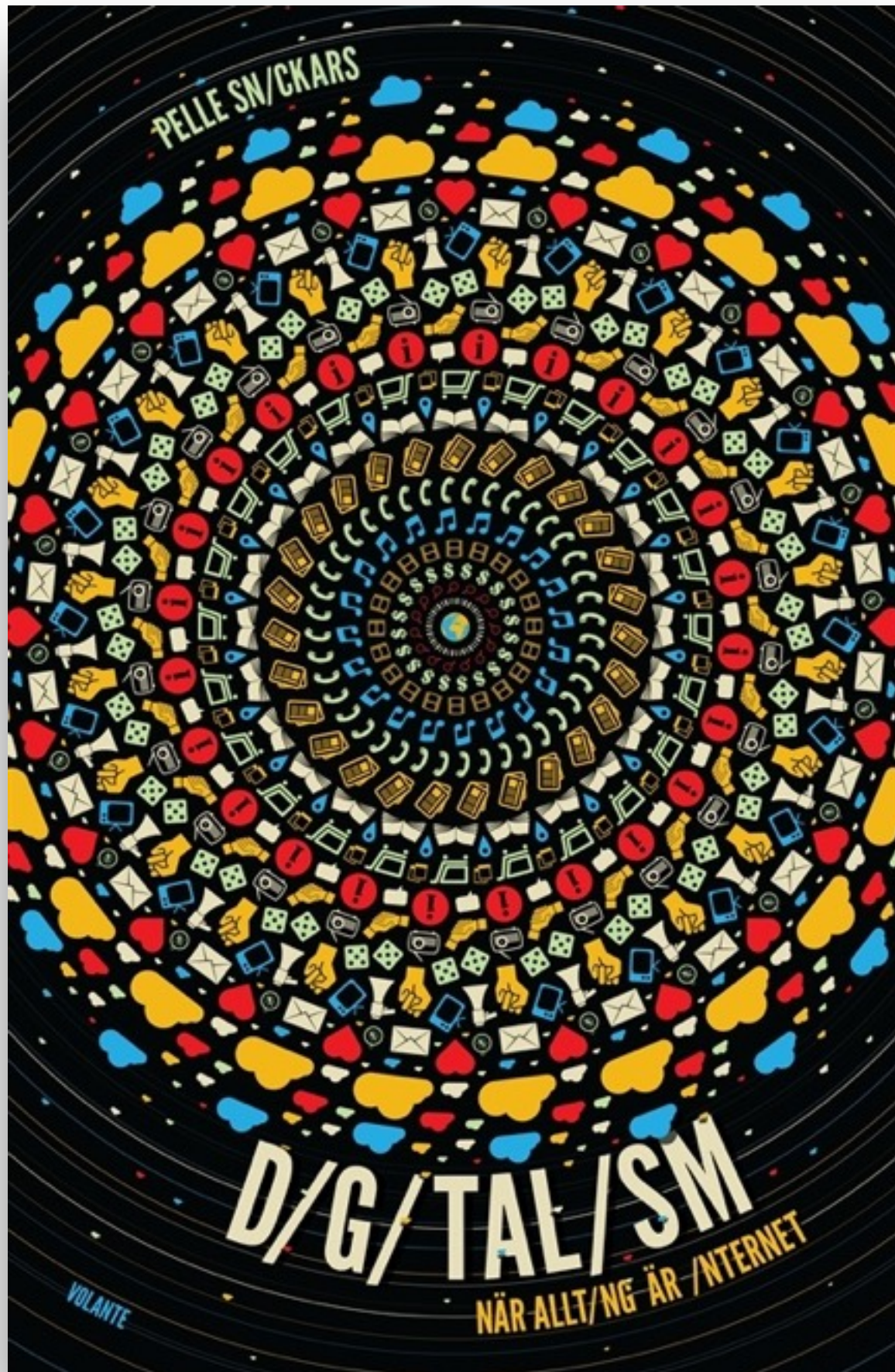
Som en parafras *avant la lettre* på Francis **Fukuyamas** idé om historiens slut, menar Kittler att själva **mediebegreppet** håller på att förlora sin betydelse i den digitala reproduktionens tidsålder.

På samma sätt som **kalla krigets** slut korade den liberala kapitalismen till segrare – och gjorde endast en ideologisk hållning gångbar – kommer den konvergenskultur som frodas på internet att innebära att **mediehistorien helt sonika upphör**.

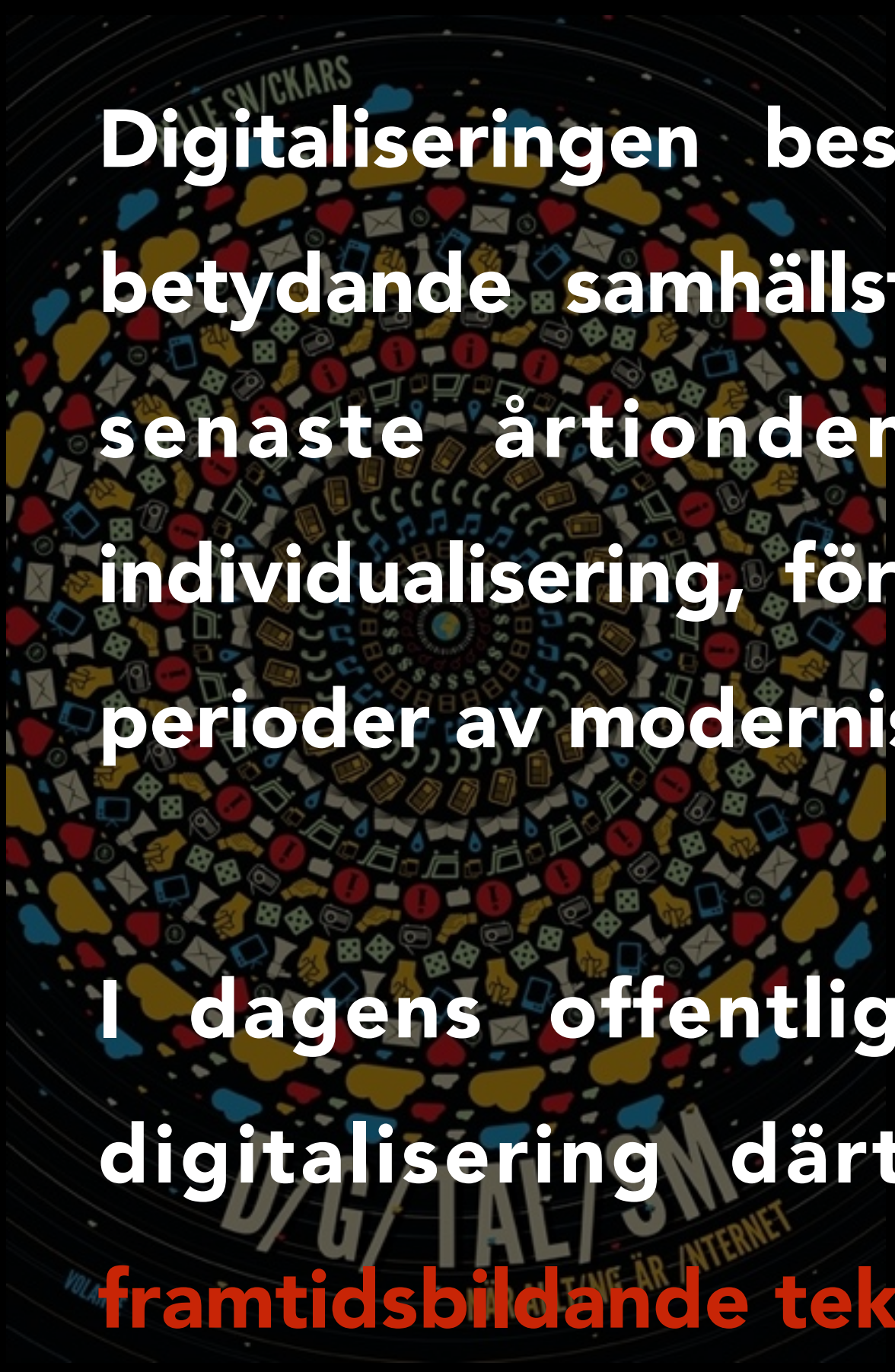
Datorn som universalmedium







En bok om **digitaliseringen av medie- och kultursektorn** i vid bemärkelse. Den tematiserar digitalisering som en samhällelig, medial och kulturell **omdaningsprocess** – en sorts pågående strukturuomvandling av offentligheten om man så vill.



Digitaliseringen beskrivs idag ofta som en betydande samhällsförändring i stil med de senaste årtiondenas globalisering eller individualisering, för att inte tala om tidigare perioder av modernisering eller urbanisering.

I dagens offentliga diskussion betraktas digitalisering därtill ofta som en sorts framtidsbildande teknik.

Medier som kod

En central aspekt av den samtida digitaliseringen är att medier idag alltmer är liktydiga med **kod**. De som producerar dem är i ökande omfattning dessutom allt annat än traditionella medieproducenter.

Naturligtvis finns de dominerande mediehusen kvar, men de får mer och mer konkurrens av rena teknikföretag som Google, Facebook, Apple, Amazon, Twitter etcetera – en samtida trend som **luckrar upp ett traditionellt mediebegrepp**.

Medier som kod

En påtaglig effekt av denna förändring från ett forskningsperspektiv – det vill säga, att medier *per se* ändrat karaktär – är att helt **nya discipliner & forskningsfält** uppstått vilka framstår som tämligen avgränsade från traditionell MKV – detta alltså med utgångspunkt i "digitala medier", exempelvis **internet studies, software studies, social media studies, digital humaniora** etcetera.

Software Takes Command

LEV MANOVICH

B L O O M S B U R Y
NEW YORK • LONDON • NEW DELHI • SYDNEY

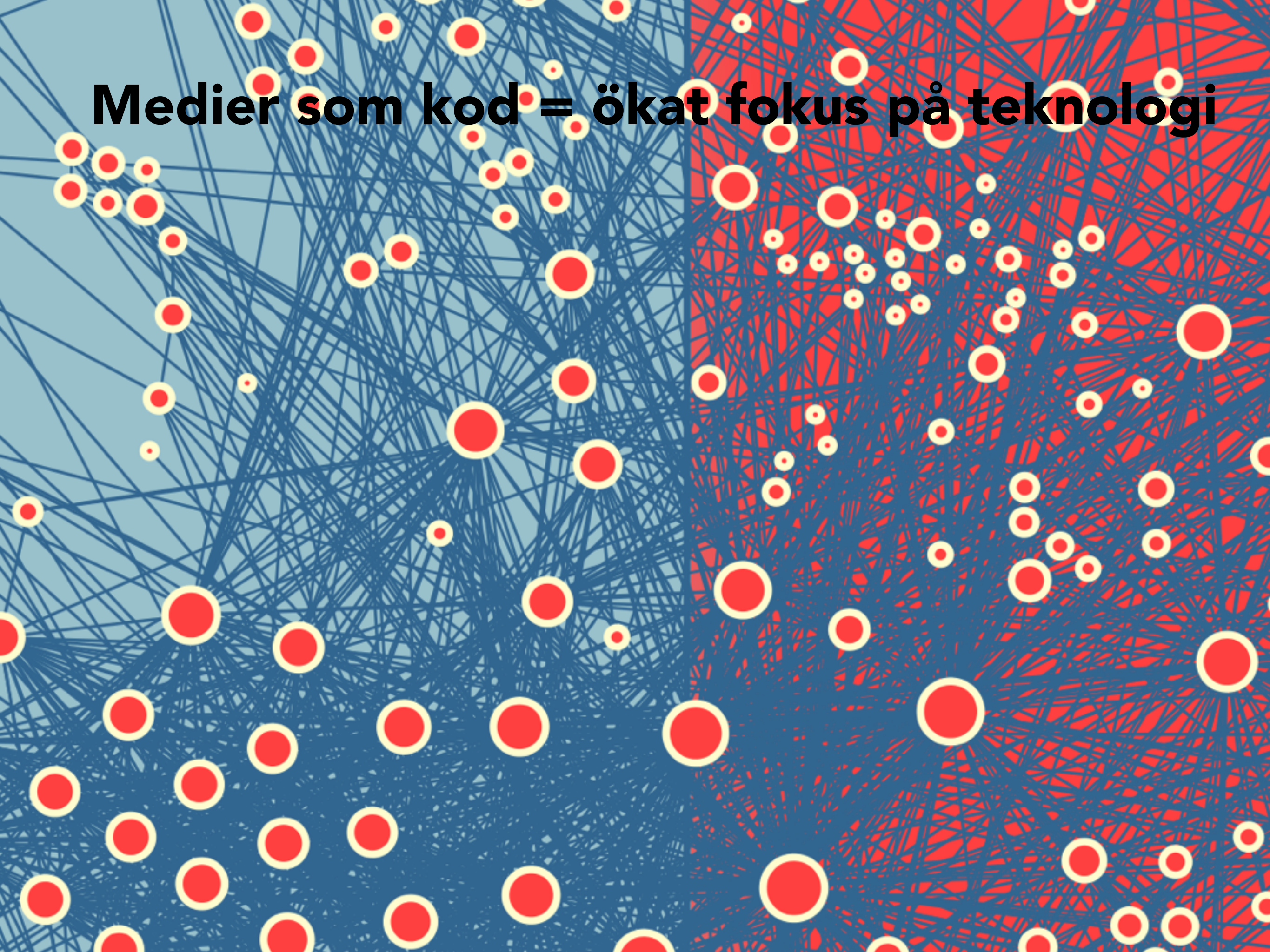
Software Takes Command

LEV MANOVICH

B L O O M S B U R Y
NEW YORK • LONDON • NEW DELHI • SYDNEY

***Medium =
algorithms + a data
structure***

Medier som kod = ökat fokus på teknologi



Medier som kod = ökat fokus på teknologi

En av de stora utmaningarna som **digitaliseringen av medielandskapet** ställer medieforskningen inför handlar därför om att gå vidare från mer traditionella samhällsvetenskapliga eller humanistiska studier av **teknologins effekter** till att i ökande grad ifrågasätta ***själva teknologin*** och den information/vetande/kunskap som produceras genom nya gränssnitt, dataprotokoll, visualiseringsverktyg eller datamodeller.

Medier som kod = ökat fokus på teknologi

Detta i skarp kontrast till den typ av mediestudier som länge **dominerat svensk MKV** – ofta ett slags **innehållsanalyser av journalistik** utförda utifrån ett ganska så snävt demokrati- och politikperspektiv.

**Om alla medier är kod har
mediehistorien alltså tagit
slut – men då alla medier är
kod innebär det också
paradoxalt nog en sorts
mediestudiets början ...**

... för som kod är
alla medier – och
all medieanvänd-
ning – **mätbar** på
ett radikalt mer
omfattande sätt än
tidigare.

> traditionell mediestatistik = enkäter + intervjuer



> traditionell mediestatistik = enkäter + intervjuer

> bristande svarsfrekvens



> traditionell mediestatistik = enkäter + intervjuer

- 
- > bristande svarsfrekvens**
 - > subjektiv tillförlitlighet**

> traditionell mediestatistik = enkäter + intervjuer

- > bristande svarsfrekvens**
- > subjektiv tillförlitlighet**
- > representativ tveksamhet**



> traditionell mediestatistik = enkäter + intervjuer

- > bristande svarsfrekvens**
- > subjektiv tillförlitlighet**
- > representativ tveksamhet**
- > icke-mediespecifika svar**







> all medieanvändning lämnar spår & data

Nordicom Sveriges

Medie barometer 2013

i samverkan med

Dagens Nyheter

Göteborgs-Posten

SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Sveriges Radio

Sveriges Television

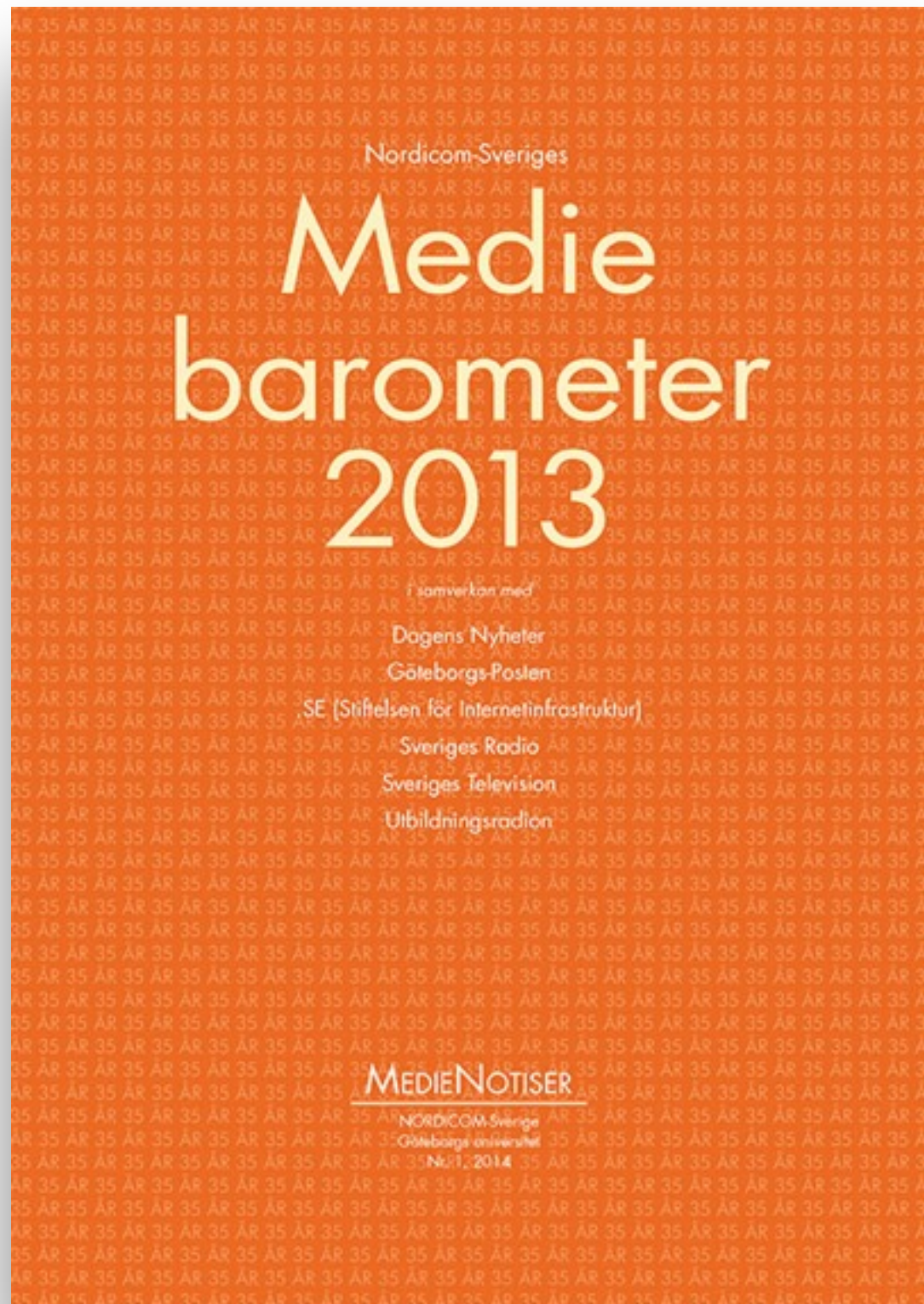
Utbildningsradion

MEDIENOTISER

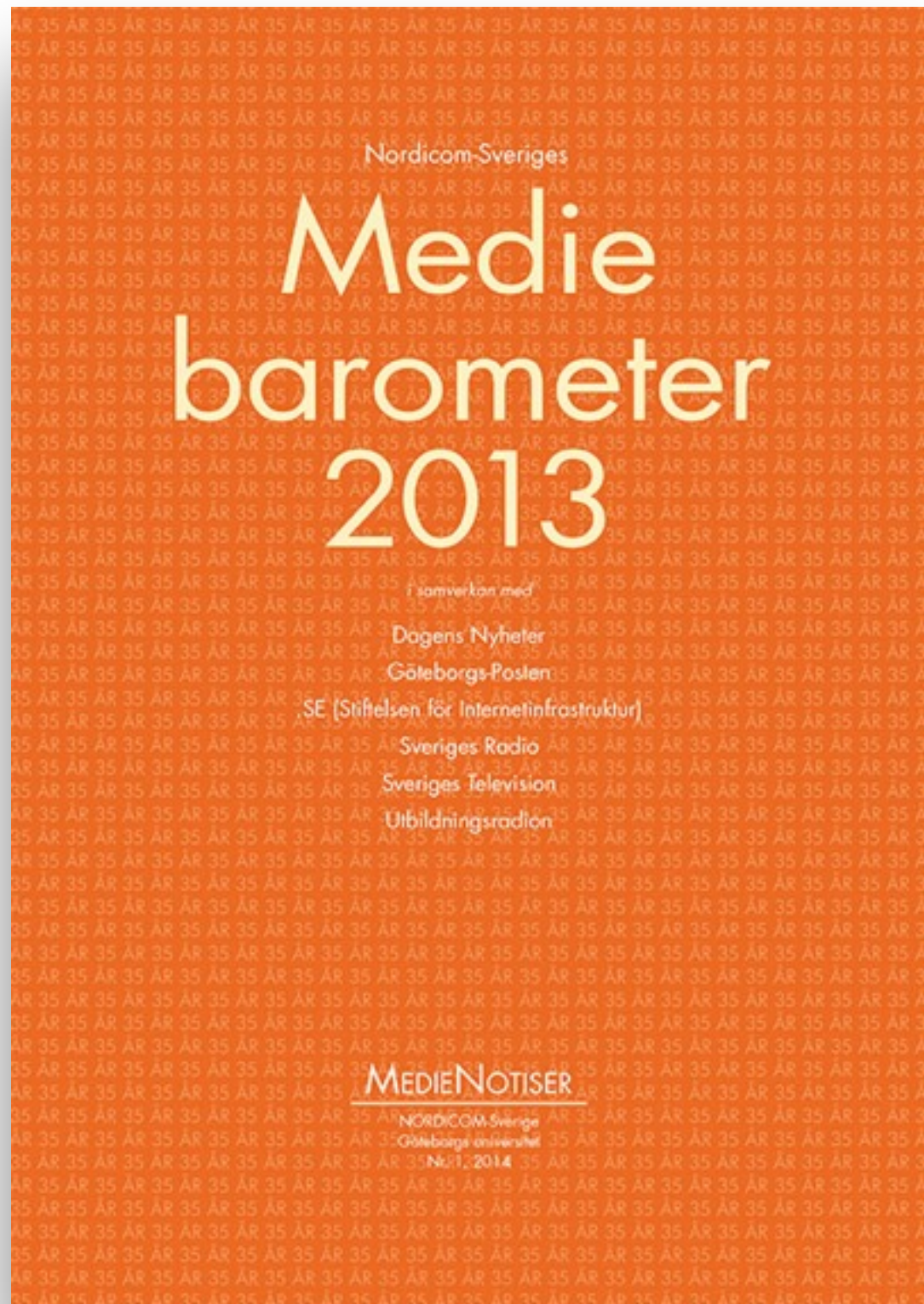
NORDICOM Sverige

Göteborgs universitet

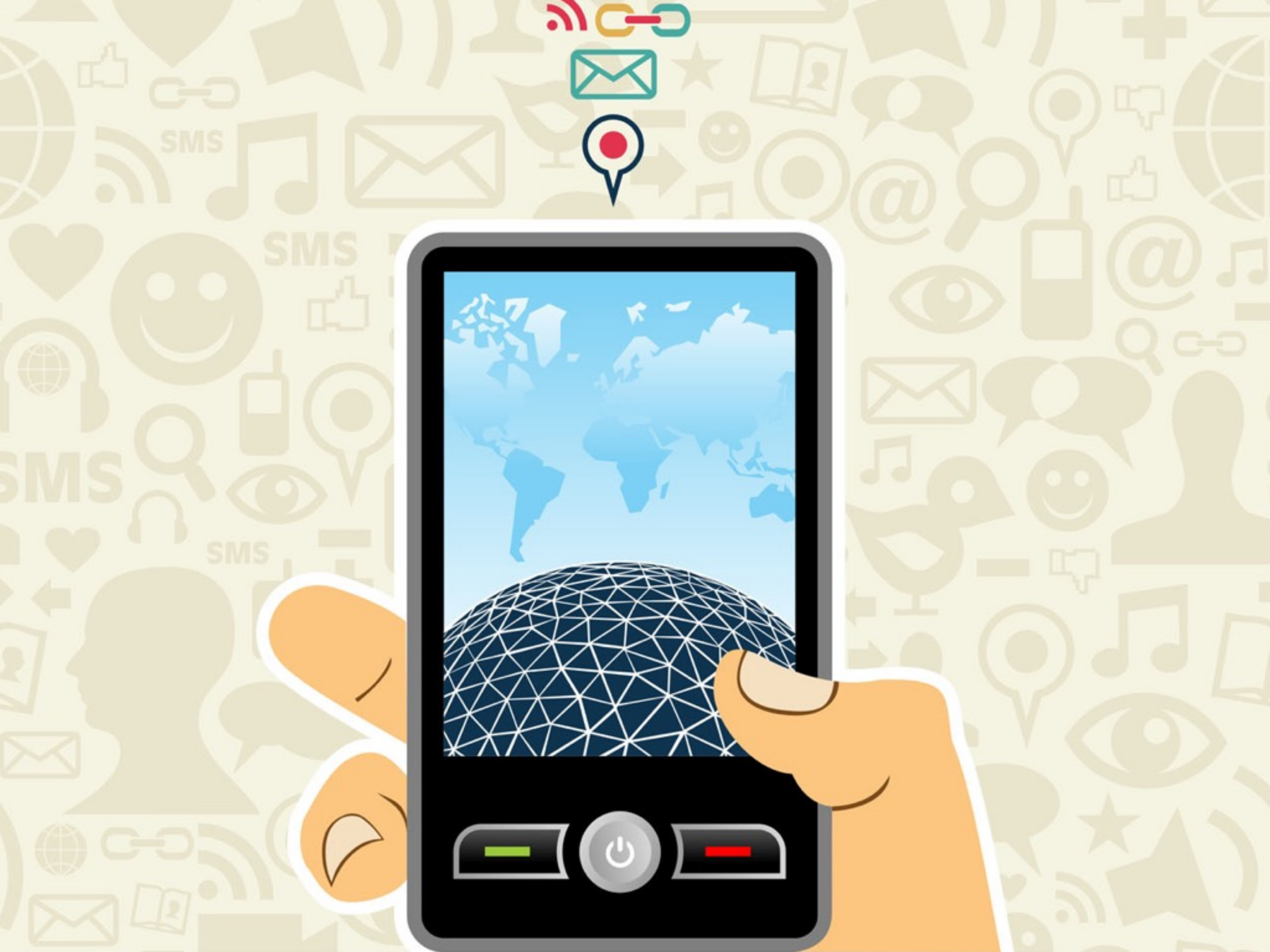
Nr 1, 2014



I Mediebarometern 2013 framgår att analog medieanvändningsstatistik inte fungerar särskilt väl för digitala medieformer. Även användarbeteende har konvergerat och få håller idag reda på vilken sorts medial aktivitet man ägnar sig åt på sin smarta telefon, surfplatta eller dator.



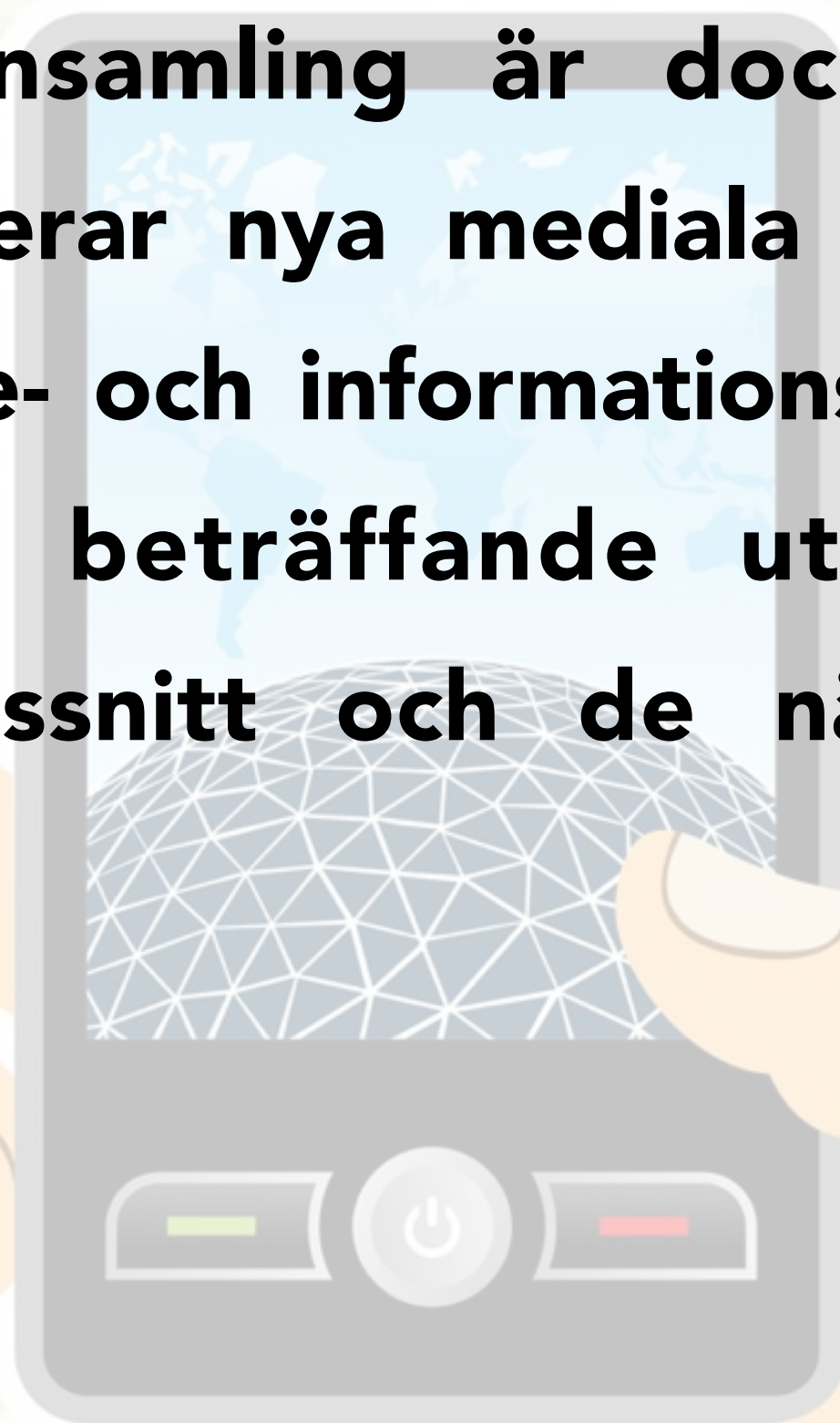
Men även aktiviteternas karaktär har förändrats. Att kommunicera – inbegripet nya digitala färdigheter som att söka, kommentera, lajka, retweeta och dela – framstår som nya kategorier som inte ersatt, men väl kompletterat tidigare medie-aktiviteter som läsa, titta och lyssna.



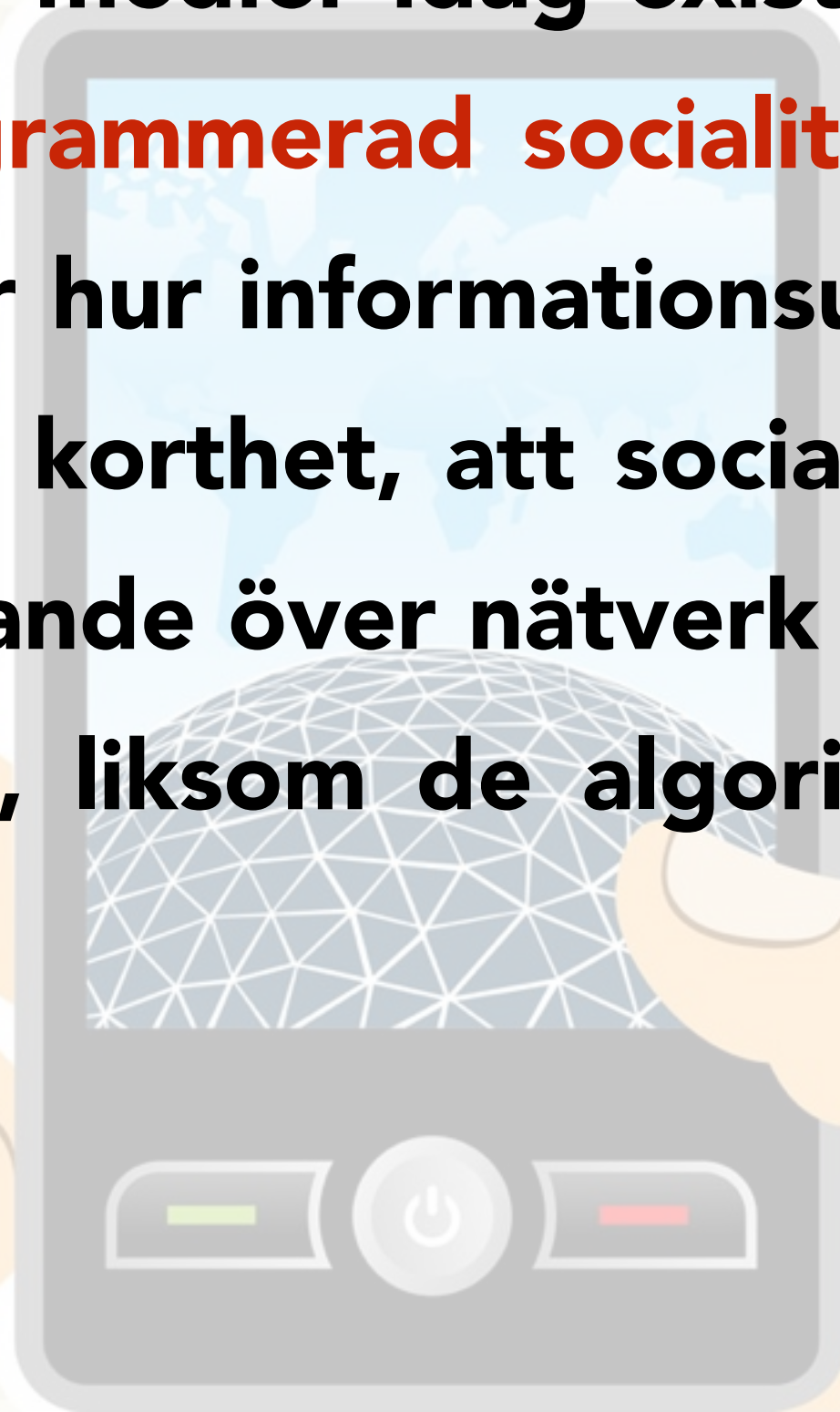
data



Denna datainsamling är dock inte neutral. Tvärtom reglerar nya mediala plattformar och aktörer medie- och informationsvanor på nätet, bland annat beträffande utformningen av användargränssnitt och de nätverksprotokoll som används.



På alla sociala medier idag existerar till exempel en sorts **programmerad socialitet som ramar in och begränsar hur informationsutbyte äger rum. Det innebär, i korthet, att social interaktion och medieanvändande över nätverk *alltid* är styrd av den mjukvara, liksom de algoritmer och API:er som används.**



**Det existerar därför något av en paradox i att
ens försöka *mäta* digitala mediebetenden
eftersom vi alla lämnar digitala spår efter oss
online jämt (vare sig vi vill det eller inte).**



"Nya" medieproducenter, distributörer och aggregatorer som Google, Facebook, Apple, Amazon, Twitter, Spotify, Netflix – eller NSA för den delen – genererar idag enorma mängder data som medieforskningen inte når.

Att få tillgång till denna nya mediala svarta låda utgör därför en betydande utmaning för det akademiska mediastudiet.



Först vid mediehistorien slut när alla medier kan reduceras till mätbar kod – kan därför det verkliga studiet av medier och deras användare ta sin början.

– tack!

