



Tvåvägsteletjänster av informativ art bör kunna ge medborgarna ökad valfrihet i informationssamhället, anser fillic Tomas Ohlin, Stockholm.

Mångfald i TV

Debatten i DN om mångfald i etern via en nordisk TV-satellit fäster på ett välgörande sätt uppmärksamhet på det nya kulturpolitiska läget. Både Jan-Erik Wikström och Bert Levin konstaterar att ett ökat utbud ger ökad frihet, och inte tvärtom.

Vid ett Japanbesök för en kort tid sedan fick jag ett intressant erfarenhetsmaterial i detta sammanhang. Det gäller Tama New Town, strax utanför Tokyo, där man i några år har provat att komplettera TV-programmen med tvåvägsteletjänster av informativ art. Förmedlingen till hemmen sker via kabel. Det gäller lokalinformation, en hemtidning (som trycks i en liten apparat bredvid TV:n), elektroniska brev, stillbilder m.m. Den ökade valmöjligheten upplevs här klart positivt. Det konstateras visserligen måttlig entusiasm från tittarna för en expanderad filmtjänst (av typ request TV), men intresset ökar för mer kvalificerade och deltagande kommunikationsformer. Man vill vara med, helt enkelt, snarare än att bara se på.

Konsumentvalet

Detta är ett steg på vägen till verkligt mediedeltagande. I Tama provas ännu ganska enkla former för dialog. Vem har gjort...? Vill du lära dig att...? Var kan jag få reda på...? Mer raffinerade system ökar förmodligen den individuella motivationen. Det finns i alla fall inga erfarenheter som motsäger detta. Medielitteraturen har börjat behandla dessa ting på allvar. Det gäller allt mindre kabel-TV, använd i rundradiomiljö, som ofta anses för dyr jämfört med utbytet. I stället utgår man från vad medborgarna vill ha för information. Det finns intressanta konsumentrön om detta i Kochen/Donohue: "Information for the community" (ALA, Chicago 1976). I det dagliga informations-

princip etablera sändare: föreningar, medborgargrupper, företag m.m. Den genuina valfriheten närmar sig konsumenten med verklig möjlighet till utbildning, kultur och avkoppling. På många håll har man förstått att detta är en dramatisk utveckling, som faktiskt kan vara här redan om några år. Före TV-satelliten, alltså. Kostnaden blir måttlig: investering i sändare rör i första hand framställning av intressanta program som kan köras på någon marknadstillgänglig datacentral. Plus marknadsföring av dessa tjänster.

På konsumentensida krävs en tillsats till TV:n, som så småningom antagligen byggs in i själva apparaten. Några hundralappar kan det bli tal om vid tillräcklig seriestorlek, plus telefon/datakostnaden, som beror på hur ofta man använder systemet. Det är klart billigare än steget från svartvit till färg-TV. Men är detta återigen ett medium för den penningstarka och upplysta eliten? Ja, kanske inledningsvis. Men om det sänds för medborgarna viktig samhällsinformation i systemet så kan en statlig subventionering diskuteras. Man får prova olika taxsystem för att kunna nå ut till så många människor som möjligt. Det är dock uppenbart att det finns en hel del att fundera vidare på här om ansvar, upphovsrätt, hur vi ska kunna motverka koncentration i utbudet m.m.

Det är naturligtvis kring den ökade valfriheten i informations-samhället som debatten bör röra sig. Och inte om skyglappar i medieutbudet. **TOMAS OHLIN**

ten upplevs här klart positivt. Det konstateras visserligen måttlig entusiasm från tittarna för en expanderad filmtjänst (av typ request TV), men intresset ökar för mer kvalificerade och deltagande kommunikationsformer. Man vill vara med, helt enkelt, snarare än att bara se på.

Konsumentvalet

Detta är ett steg på vägen till verkligt mediedeltagande. I Tama prövas ännu ganska enkla former för dialog. Vem har gjort...? Vill du lära dig att...? Var kan jag få reda på...? Mer raffinerade system ökar förmodligen den individuella motivationen. Det finns i alla fall inga erfarenheter som motsäger detta. Medielitteraturen har börjat behandla dessa ting på allvar. Det gäller allt mindre kabel-TV, använd i rundradiomiljö, som ofta anses för dyr jämfört med utbytet. I stället utgår man från vad medborgarna vill ha för information. Det finns intressanta konsumentrön om detta i Kochen/Donohue: "Information for the community" (ALA, Chicago 1976). I det dagliga informationsbehovet för gemene man prioriteras här konsumentinformation, utbildning, hälsouppläsning och lokal närinformation. Förströelse kommer en bra bit ner på listan. När man verkligen får välja själv, alltså. Det är tänkvärdt för vår svenska medieplanering.

I detta medieperspektiv är en nordisk TV-satellit enbart ett trappsteg. Vi får sju i stället för två program att välja mellan.

En intressant utveckling kompletterar denna bild. I England har sedan ett par år gjorts försök med att koppla ihop TV-apparaten och telefonen i hemmen. På så sätt möjliggörs överföring av program på telefonnätet. Viewdata kallar man systemet, eller teledata på svenska. Här kan konsumenten välja mellan många olika program. I första början med text och stillbilder, längre fram även med rörliga bilder. All möjlig information kan bli aktuell: kortnyheter, sportresultat, rese möjligheter, konsumentupplysning, arbetstillfällen, meddelanden, förströelse och mycket annat.

Märkligt nog kräver detta nya medium inte alls investeringar av satellitformat. Det är tvärtom billigt. Många intressenter kan i

kan det bli tal om vid tillräcklig seriestorlek, plus telefon/datakostnaden, som beror på hur ofta man använder systemet. Det är klart billigare än steget från svartvit till färg-TV. Men är detta återigen ett medium för den penningstarka och upplysta eliten? Ja, kanske inledningsvis. Men om det sänds för medborgarna viktig samhällsinformation i systemet så kan en statlig subventionering diskuteras. Man får pröva olika taxesytem för att kunna nå ut till så många människor som möjligt. Det är dock uppenbart att det finns en hel del att fundera vidare på här om ansvar, upphovsrätt, hur vi ska kunna motverka koncentration i utbudet m.m.

Det är naturligtvis kring den ökade valfriheten i informations-samhället som debatten bör röra sig. Och inte om skyggglappar i medieutbudet. **TOMAS OHLIN**