

NYA MASSMEDIER

1. Inledning

Med tillämpad telekommunikation och datateknik kan nya former för masskommunikation bli möjliga. På senare tid har det visat sig att detta inte bara tekniskt utan också ekonomiskt är synnerligen intressant. Det sociala värdet kommer därtill. PM ger en kort faktuell kommentar till ett par sådana nya medier. Denna

2. Satellit-TV

En anknytning till situationen för satellit-TV kan vara motiverad. Den s k Nordsat-studien har här i juni 1977 presenterats av den s k Nordiska statssekreterargruppen. Förslagen därifrån diskuteras för närvarande publikt och internt.

Man tänker sig att Norden skulle täckas av två satelliter (vägande ca 900 kg vardera), som skjuts upp med lämpliga bärraketer, och placerats i stationära banor över Norden. Ett mindre antal sändarstationer på marken sänder upp de nordiska TV-programmen, som efter att de reflekterats, kan tas emot direkt av enskilda mottagare på marken. För att kunna ta emot sändningarna måste man anskaffa en parabolantenn, som (ev med mindre tillsats) ansluts till den vanliga TV-mottagaren. Parabolantennen är 1 meter i diameter, och avses kosta ca 1 100 kr. Om man är ansluten till ett centralantennsystem, blir kostnaden väsentligt lägre.

Möjligheten för alla att kunna ta emot samtliga nordiska TV- och radioprogram (8 TV-kanaler) är tilltalande. Satelliter och sändarstationer är dock ganska dyra, utslaget öven en sjuårsperiod beräknas kostnaden till 113 Mkr per år. Detta är inklusive driftskostnader. Man räknar med att ett satellit-TV system skulle kunna vara i drift 5 år efter det att ett politiskt beslut tagits.

3. Teletext (text-TV)

I några länder i Västeuropa har försök på senare år inletts med kompletterande 'etersända' textsändningar till de enskilda TV-mottagarna. Bakgrunden är att man har uppmärksammat att själva TV-signalen omfattar ett litet utnyttjat utrymme, i själva växlingen mellan bilderna. Detta kan fyllas med text-signaler, i begränsad omfattning. Även stillbilder med grovkon-turer, t ex översiktliga väderkartor, kan sändas.

För att kunna ta emot denna text behöver varje mottagare en tillsats (som kan byggas in i apparaten), samt en liten dosa för val av text, t ex liknande en nummersnutra.

Investeringskostnaden på sändarsidan omfattar en minidator samt skivminne, plus minst en redaktionsterminal. Detta kan uppskattas till 500 000 kr. för programvara tillkommer ca 200 000 kr. Det löpande personbehovet på redaktionen för systemet omfattar minst ca fyra personer, beroende på ambitionsnivå.

Varje TV-kanal kan förutom själva TV-programmet maximalt rymma 800 sidor text, vilket kanske verkar vara en hel del. Man kan naturligtvis också nöja sig med att sända kort dubbad text i olika former, översättningar etc.

I England bedrivs för närvarande försökssändningar med teletext fram till 1979. Man avser där erbjuda kortnyheter, sportresultat, väder, börsnoteringar, trafikupplysningar m m. Enligt uppgift har redan flera tusen teletext-tillsatser sålts på marknaden.

Teletext är ett centralt medium, och i Sverige är Sveriges Radio därmed en naturlig primärintressent. Vissa tekniska försök har gjorts, och Sveriges Radios styrelse kan under hösten 1977 väntas ta upp frågan om vidgade försök, med ca 200 mottagare samt med ca 100 sidor sänd text. Sådana försökssändningar under 1 år anges kräva 3,5 Mkr. Motivationen i de svenska resonemangen har betonat behovet av textning för hörselskadade, samt översättningar för invandrare.

4. Viewdata (teledata)

Det första verkligt selektiva massmediet har sitt ursprung i England. Därav det svåröversatta namnet Viewdata (man försöker med "teledata" på svenska).

I detta system används telefonnätet för att överföra information till de enskilda hemmen. Mottagarutrustningen omfattar en liten tillsats till TV-apparaten, en teckendosa, samt en kopplingsladd till den vanliga telefonen. Man kan också tänka sig att en särskild telefonmottagare så småningom byggs in i TV-apparaten. Då blir hanteringen betydligt enklare för tittaren.

Viewdata är ett decentralt medium i det att sändningar kan ske från många olika intressenter. Vem som helst som har möjlighet anskaffa eller hyra in sig på en lämplig minidator, och formulera sina budskap tekniskt riktigt, kan vara med och sända. En sådan dator kostar i inköp ca 1 Mkr, men många kan dela den kostnaden. Eftersom telefonnätet används, är inte Sveriges Radios ensamrätt till sändningar aktuell.

Vad som kan sändas är text och stillbilder. Telefonnätet orkar inte överföra rörliga bilder. (Men så småningom, i slutet av 1980-talet, kommer mer och mer av rörliga motiv också att kunna överföras). Den text- och bildvolym som kan erbjudas, är obegränsad i detta medium. Man kan ju ringa upp vilken data-central som helst som har något att sända.

En normal kontakt med Viewdata börjar med att man på telefonen ringer upp den sändare (datacentral) som man önskar få kontakt med. Efter svarston kopplar man in TV-apparaten, och identifierar sig med hjälp av den lilla teckendosan (rätt mottagare måste ju få betala i efterhand). En menu-lista (matsedel) visar sig då på TV-rutan, och genom att välja lämpligt nummer på teckendosan kan man enkelt 'bläddra' fram den information man önskar. Man väljer ett av kanske tio alternativ. Om det bara är fråga om text, kommer sidan fram omedelbart, medan varje stillbild kräver att man väntar något tiotal sekunder för att hela bilden ska hinna fram. Efter tre manuella val har man bläddrat sig fram genom 1000 sidor. Effektivt!

En något mer avancerad form av Viewdata använder alfabetiska tangentbord i stället för de små numeriska teckendosorna. TV-apparaten kommer då att likna en bildskärmsterminal. Med den möjligheten kan man skriva in betydligt mer flexibla frågor, t ex till ett sändarprogram av typen 'lexikon' ("När dog Karl XII?"), och då få mer logiskt kompletta svar. Man kan också sända meddelanden mellan TV-mottagarna, elektronisk post har det kallats, eller hemifrån delta i 'telekonferenser' med avlägsna personer som - via datorns lagringsminne - svarar när de själva har tid och möjlighet. Sådana alfabetiska teckenbords-tillsatser kommer vardera kosta några hundralappar extra. Inledningsvis kan man komma ganska långt med de små numeriska teckendosorna.

Det är rimligt att samhällsinformation utan reklam bjuds ut i en 'kanal' i detta nya medium. Man kan tänka sig utbildning, sjukvårdsinformation, konsumentinformation, kommunal information och mycket annat. Minoritetskulturer kan också här få en verklig chans. Privata intresseorganisationer, företag m m kommer att kunna bjuda ut sina varor och tjänster, samtidigt som de kan saluföra underhållning, bredkultur, kortnyheter och mycket annat.

Man kan observera att den lokala informationen här för första gången får en verklig chans att hävda sig. Och att den mottagande personen verkligen själv väljer vad han/hon vill ta emot.

Försökssändningar med Viewdata pågår f n i England för några hundra mottagare. Många andra länder har uttryckt intresse. I Sverige har en kort inledande teknikstudie gjorts av Televerket, som emellertid knappast berör annat än teletekniken i det hela. Producenterna av TV-mottagare är därtill - naturligt nog - starkt aktiva på området.

5. Faksimilmottagning i hemmen

De ovan nämnda systemen presenterar normalt den mottagna informationen på TV-skärmen. På någon sikt kan man komplettera detta med pappersutskrift i hemmiljö. Sådana faksimilmottagare finns redan utvecklade.

De tekniska svårigheterna med faksimilsystem har varit stora, men är nu i huvudsak lösta. Det är framför allt japanerna som ser faksimil som 'sin' marknad, de har ju särskilt starka intressen för den tekniken, med sitt alfabet med tusentals tecken, som inte kan ta bruk av skrivmaskinen m m. Även andra producentmiljöer satsar f n starkt på faksimilsystem.

Tanken är att en tillsats till TV-n ska göra det möjligt att t ex få ut morgontidningen eller dagens post på papper hemma. Detta är möjligt rent tekniskt, men är än så länge dyrt. Asahi Shimbun i Tokyo gör f n försök med en 'teletidning' i heltidningsformat, och särskilt snabb överföring, som sänds till några hundra hem. Men kostnaden har än så länge bromsat expansionen. Utan tvekan finns emellertid motiv att fortsätta dessa försök, med de allt högre distributionskostnader som tidningsföretagen i dag brottas med. Situationen är särskilt ljus för små, långsamma och enbart mottagande faksimilapparater. Marknaden kommer i början av 1980-talet att kunna erbjuda sådana små (bandspelarlignande) faksimilmottagare för ca 1 500 kr. Man får då nöja sig med att vänta 3 minuter på varje mottagen A-4-sida. Kanske kommer ännu mindre pappersformat (B6) att bli vanliga.

Vill man betala något mer, kommer man småningom även att kunna sända brev eller andra dokument hemifrån.

Detta öppnar utan tvekan nya perspektiv inte bara för nyhetsmedling via tidningsbranschen, och för postverket. Framför allt företagsamheten kommer säkert att snabbt ta de nya dokumentmetoderna i bruk. Affärsvärlden ligger här säkert före användning i hemmiljö, inte minst av kostnadsskäl.

6. Slutsatser

Man bör skilja klart mellan å ena sidan satellit-TV, teletext och Viewdata, och å den andra de nämnda faksimilmöjligheterna. Faksimil är bara en teknisk metod för presentation av de mottagna budskapen, vilket ursprung dessa än må ha. Och dessutom är faksimil praktiskt jobbigare att arbeta med i hemmiljö, med nödvändigheten att fylla på med papper, anslutbarhet osv. Helt klart kommer t ex teletext och Viewdata att primärt använda TV-rutan som presentationsform i första hand.

En annan skiljelinje går mellan de centralt sändande medierna satellit-TV och teletext och det decentrala mediet Viewdata. Detta är en viktig skiljelinje, Viewdata utgör det första massmedium där mottagaren kan vara med och bestämma det han/hon vill ta emot. Man skulle kunna sammanfatta den situationen som nedan:

	Tittarens inflytande över	
	Sändning	Mottagning
Satellit-TV	Inget	Litet
Teletext	Inget	Måttligt
Viewdata	Måttligt	Stort

Både teletext och Viewdata han väntas bli utbudna till början av 1980-talet. Företag m fl ligger redan i startgroparna med Viewdata. Det finns anledning söka något mer detaljerad överblick över läget med dessa intressanta nya massmedier.