



NYE MEDIER

Af Trine Nielsen

The message is the medium ... ?

Howdan skal man som medie og annocør forholde sig til, at alle i dag kan lave deres eget medie, og at medierne er alle steder.

Marshall McLuhan er kendt for sin teori "The Medium is the Message" – mediet er budskabet. Og i mange år har det været en anerkendt allegori - i hvert fald i medieforskningssammenhæng. Men med et væld af nye medier er spørgsmålet, om det stadig holder. Medierne opfylder nemlig hver især forskellige behov hos os som modtagere, og det afspejler sig i medieudbudet. I dag kan man for eksempel modtage DR's og TV2's programmer på tv, tekst-tv, radio, DAB, WAP, mobiltelefonen, iPod, computer, via kabel eller satellit. Så er der også medierne, som gør rejsen hyggeligere, for eksempel Urban og Metro-Xpress, og de bliver snart suppleret med direkte mobil tv og podcasting. Media-on-the-move er for alle travle mennesker, der gør rejsetid til nyttetid.

De lokale medier og relationsmedier giver mig en følelse af at høre til et bestemt område eller klan. Nordjyske medier er rigtig godt eksempel på en medievirksomhed, som har forstået at udnytte dette behov til fulde. De kommer til mig i Nordjylland, når jeg vil, og hvor jeg vil. Og når de laver businessmagasiner, er det primært til forretningsmanden i Nordjylland. De tager medansvar for regionens udvikling og dækker både de store og de små begivenheder i livet.

“Det handler i høj grad om at skabe relevans og autenticitet. Og om at forstå hvilket indhold, der interesserer og henrykker folk og at forstå, hvilken type indhold, der passer til hvilket medium.”

Ud over de lokale medier vælter det også frem med designermedier, medier hvor vi som brugere cocreator og laver lige præcis den versionering, der passer til os for eksempel gennem blogs eller personlige forlag på nettet. I disse medier fortæller vi en historie om os selv, og hvem vi er. Second Lifes kæmpe succes er et godt eksempel på denne trend.

Niche-medier supplerer designermedierne og etablerer sig både på nettet og i form af trykte magasiner, der hver især går målrettet og fokuseret til værks. De opfylder et behov hos os om identitet og en følelse af at høre til en gruppe – en gruppe der ikke er knyttet til et geografisk område men til en aktivitet eller interesse. Den form for interessebåret indhold finder man også i stigende grad på tv og kabel. Madkanaler fra BBC, rejsekanaler fra Lonely Planet og Blikkanal fra LandRover. Disse medier suppleres af blogs, hvor alle kan komme med deres egen holdning.

Så i dag, hvor alle i princippet kan lave deres eget medie, og hvor medierne er alle steder, holder Marshall McLuhans teori ikke længere. Det er snarere blevet "the message is the medium" end "the medium is the message". Og udfordringen er, hvordan man som både medie, annoncører og bruger skal forholde sig til det.

Det stigende antal af medieplatforme betyder for eksempel ikke, at man bare pr. automatik kan genbruge indhold fra et medie til et andet, uanset om man er annoncør eller medie. I medieverdenen har man i mange år kaldt denne udvikling for Crossmedia og bevidstløs versioneret reaktionelt stof fra en medieplatform til den anden. Dette ville svare til at Richard Branson satte sine folk fra pladebutikken til at lave flyselskab, fordi de udkommer under det samme brand. Og det dur ikke, fordi alt indhold skal tænkes på mediets modtagelsesmæssige præmis og ikke på hvad, der afsendelsesmæssigt er mest hensigtsmæssigt. Det handler i høj grad om at skabe relevans og autenticitet. Og om at forstå hvilket indhold, der interesserer og henrykker folk og at forstå hvilken type indhold, der passer til hvilket medium.

Trine Nielsen er direktør i KonzeptFactor.

Second Life har tabt pusten. I februar er der sket et dramatisk skift i de danske mediers omtale af second Life – den er blevet negativ.

Af Kristian Hansen

Fra januar til februar har de danske online-medier skruet gevaldigt op for den kritiske dækning af Second Life. Det viser en analyse, som Observer har lavet for Computerworld.

I januar var ikke en eneste artikel om Second Life i de 1.000 online-medier, som Observer overvåger, negativ, mens det var 25 procent i februar.

“Der er sket et dramatisk skift,” siger medieanalytiker Alexander Mason fra Observer.

Han forklarer, at danske medier i den første tid skrev om fænomenet og de utallige virksomheder, der oprettede sig i Second Life for at score PR.

“For at finde nye vinkler, ender man med at skrive nogle negative historier,” siger han.

Sex og kriminalitet

Især sex og kriminalitet i Second Life er siden blevet udsat for mediernes kritiske blik. Også den sorte økonomi i Second Life har været under lup, ligesom cyber-pædofili og en kritik af, at Second Life er blæst helt ud af proportioner.

En artikel i itsvar.dk pointerer blandt andet, at selvom Second Life på et år er gået fra 1 million “indbyggere” til 3,1 million indbyggere, er det en meget begrænset skare, der logger ind på sitet.

Artiklen refererer en undersøgelse fra det britiske nyheds-site The Register, der fortæller, at der aldrig er flere end omkring 15.000 mennesker, der

Second Life I februar 2007 faldt dækningen af Second Life for første gang i Sverige, mens vi i Danmark endnu ikke har set klimaks. I Norge og Finland er der så godt som ingen omtale af Second Life i medierne.

Second Life i hård modvind



SEX Det er specielt sex og kriminalitet i det virtuelle univers Second Life, der er blevet genstand for negativ kritik i medierne.

er logget på Second Life på én gang. Det er færre, end hvad Arto.dk har på trods af, at Second Life er et verdensomspændende fænomen, lyder det i artiklen.

Alexander Mason forklarer, at det er en normal medicycyklus hvor nye teknologiske produkter, at det starter positivt og går over i negative historier.

“Først ønsker medierne at bygge noget op. Alle hopper med på vognen, og specielt virksomheder vil hoste god PR af det,” siger han.

I dette tilfælde har en lang række virksomheder fået rigtig god PR-værdi ud af at oprette sig i Second Life. Men for at finde nye vinkler vil medierne før eller siden se efter de negative vinkler også, siger han.

Havnet i dårligt selskab Tror du virksomheder har oprettet sig udelukkende for at få PR?

“Lad mig sige det på denne måde. Jeg tror, at der er en række firmaer, der har bygget deres businesscase op efter, at de kan være sikre på, at deres investering betaler sig tilbage bare ved den PR-værdi, de får for at etablere sig i Second Life. Hvis de efterfølgende får noget ud af at være der også, er det blot bonus,” siger Alexander Mason.

At 25 procent af artiklerne

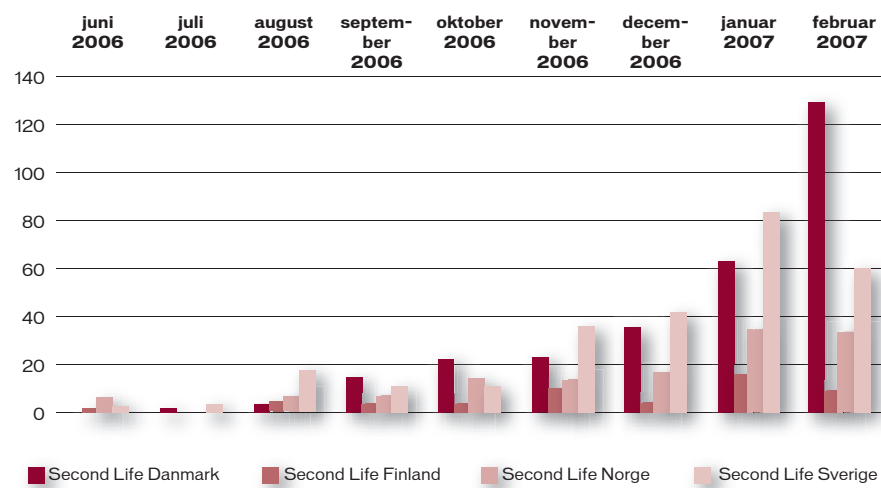


Artikler pr. måned på udvalgte websites

Youtube: 160-180 artikler. Second Life: 173 i februar og vokser hver måned. Joost: 2-3 artikler, men intet fast mønster. Op til 40 i enkelte måneder. Arto: 10-20 artikler.

Second Life i Norden

Antal læste artikler



Kilde: Analyse foretaget af Observer for Computerworld.

Second Life-bølgen skyller ikke over Finland og Norge - endnu!

Norske og finske journalister har enten ikke opdaget Second Life, eller også er de ikke så imponerede over det. I hvert fald er omtalen minimal af Linden Labs succesrige forretningskoncept i de to lande. En skarp kontrast til Sverige og Danmark, hvor omtalen af Second Life er massiv og fortsat stormer frem. Det viser en analyse, som Observer har foretaget for Computerworld.

Lav omtale Medieanalytiker Alexander Mason fra Observer tror ikke gætte på hvorfor, der er så lav omtale i Norge og Finland. Han afviser imidlertid ikke, at en Second Life-bølge også vil skylle ind over de to lande. “Det kræver blot, at ét indflydelsesrigt medie i landet starter med at omtale det. Jeg vil

skyde på, at oddsene lige nu er fifty-fifty, men det bliver mindre sandsynligt, desto flere måneder der går,” siger Alexander Mason. Redaktør for IDG.no Christer Aasen fortæller, at IDG.no og Computerworld i Norge har skrevet en del om Second Life, faktisk også mere end det fortjener. “Det skyldes, at det er blevet et fænomen,” siger han. Han erkender dog, at generelle medier i Norge måske ikke har kastet sig over det i samme grad som i Danmark og Sverige. Det kan skyldes, at der er flere brugere i Second Life fra Danmark og Sverige, end der er fra Norge. Totalt overeksponeret Christer Aasen er langt fra sikker på, at Second Life nogensinde bliver et stort hit i Norge.

“Linden Labs fortæller, at Second Life har over tre millioner brugere, men ifølge en interessant analyse fra det britiske nyhedsbiste The Register, har Second Life ikke flere end 15.000 personlige logins samtidig. Hvis det er rigtigt, er Second Life under alle omstændigheder totalt overeksponeret,” siger han. “Men havde Norge haft en minister, som vandrede rundt i Second Life på jagt efter skattekroner, ville det sikkert også have givet mere omtale i aviser og tv,” siger han. I dag er det kun få norske kendte, institutioner og virksomheder, der forsøger sig med Second Life. Det kan ændre sig, og så vil medieinteresser også ændre sig, mener Christer Aasen.

k.hansen@cw.dk

Årets CIO 2007 KONFERENCE & KÅRING

Hver dag skaber forretningsorienterede it-direktører og it-chefer vækst og besparelser i danske virksomheder. Desværre ofte i al ubemærkedhed.

Derfor kårer Computerworld, IDC og SAS Institute igen landets allerdygtigste it-leder. Denne gang i samarbejde med DANSK IT, der sidste år uddelte prisen “Danmarks bedste it-chef”.

Kender du en it-leder, der fortjener hæderen og kan danne forbillede for andre, så er det nu, du skal tilmelde kandidaten til konkurrencen. Det er let og hurtigt at udfylde indstillingen, så brug 5 minutter på et skulderklap til en god chef, kollega eller medarbejder. Nomineringer ønskes på www.cio.dk.

13. juni 2007 | København Læs mere på www.cio.dk

Vi inviterer



Med Wikibloggen og Wikilab vil Computerworld udforske wikimediets grænser.

Vær med til at eksperimentere med brugerskab indhold på wikilab.dk og læs om wikis på Computerworlds Wikiblog.

cw.dk/blog/wikiblog | wikilab.dk



Computerworld har brug for dig som reporter i det virtuelle onlineunivers Second Life. Bliv medlem af Computerworlds CW One-gruppe og slut dig til vores voksende korps af Second Life-reportere, som i samarbejde med Computerworlds redaktion udforsker det hastigt voksende internetfænomen. Send en mail med dit navn til sl@cw.dk for flere informationer.

cw.dk/tag/Second%20Life-blog | sl@cw.dk