

Selvvalgt medie undersøges ud fra udvalgte medieteorier:

Jeg har i denne portfolioopgave valgt at sætte fokus på [www.mogulus.com](http://www.mogulus.com). Mogulus.com er en online tv-station med mulighed for TV Broadcast live på dit website eller on-demand TV.

Jeg har valgt netop dette medie, da jeg mener det har en vis modvægt til den meget dominerende publicservice kultur indenfor dansk TV og elektroniske medier, og fordi det er et eksempel på internettets demokratiske mediekultur.

Som jeg har været inde på i tidligere portfolioopgaver, lever vi idag en meget mediestyret verden. Vores viden om væsentlige samfundsproblemer og samfundet omkring os får vi primært igennem medierne, og vi forholder os til medierne gennem medierne. At forstå mediernes dobbelte hermeneutik og sortere i den moderne nyhedsunderholdning er for den almindelige dansker en kæmpe udfordring og ikke alle forstår at se igennem medicirkusets trædemølle.

Jeg vil i denne portfolioopgave se [mogulus.com](http://www.mogulus.com) igennem McLuhans briller i en analyse af mediekulturen idag. Desuden vil jeg forsøge at forklare og sætte fokus på hvorfor jeg mener, vi idag lever i et mediediktatur, hvorfor medierne har så stor betydning for de vilkår vi lever under og om hvordan den teknologiske udvikling kan være med til at demokratisere medietyranniet.

Da den essayistiske stil fungerer godt for mig vil jeg benytte denne skrivestil og forsøge at gøre opgaven så letlæselig som mulig.

Hvad er [mogulus.com](http://www.mogulus.com)

Mogulus.com er en gratis tv-station på nettet, med mulighed for både live-broadcast samt tv on-demand. TV-stationen findes på websitet [mogulus.com](http://www.mogulus.com), men er også fleksibelt og det er nemt at integrere tv-delen på eget website og derfra lave sin egen tv-station i løbet af meget kort tid.

Teknisk set kræver det således kun en computer med webkamera samt en mobil bredbåndsoptagelse for at kunne lave sin egen tv-station for at broadcaste tv-udsendelse live eller on-demand fra et hvilket som helst sted på kloden, hvor der er internet adgang.

Figur 1 – www.mogulus.com

The screenshot shows the Mogulus website interface. At the top, there is a navigation bar with 'WATCH' and 'BROADCAST' buttons, and a user menu with 'Login', 'Sign Up', 'Launch a Channel', 'Open Studio', 'About Us', 'Blog', and 'Support'. Below this is a secondary navigation bar with categories like 'Live Now', 'Popular', 'Entertainment', 'Music', 'Sports', 'News', 'More', 'Featured', and 'My Favorites'. A search bar is also present. The main content area features a 'VISIT EOTV TO CHAT' button and a 'mogulus grid' of various live video thumbnails. At the bottom of the grid, there are 'ON-AIR' and 'NETWORK VIEWERS' indicators. Below the grid is a promotional section titled 'BROADCAST LIVE ON YOUR WEBSITE' with a list of features and two buttons: 'FIND OUT MORE' and 'LAUNCH A CHANNEL'. To the right of this section is an illustration of a website interface with a video player, a clapperboard, and a camera.

Ønsker man ikke at broadcaste sin egne udsendelser, kan man i første omgang nøjes med at plukke sit eget udvalg blandt de cirka 135.000 udsendelser, som mogulus tv indeholder i skrivende stund. Der er udsendelser indenfor forskellige kategorier som 'kunst og kreativitet', 'Forretning og finans', 'Uddannelse', 'miljø' osv. og der er derfor noget for enhver smag. Det er et engelskproget website, med underkategorisering på 37 sprog, heriblandt dansk, bengalsk og burmesisk. Mogulus tv er på 3. år stadigvæk i beta-stadiet, reklamefinansieret og gratis at bruge, men det må forventes, at der bliver indført en form for brugerbetaling med tiden, når websitets popularitet stiger og markedet for web-tv eksploderer.

Figur 2 – Top 10 kanaler

Rank	Channel Name	Category	Viewers
1	QM (qmagazine)	Art & Creativity	319
2	The Kinship Channel (Kinship)	News & Action	276
3	CINE PPOCA (cinemovs)	Friends & Family	153
4	CINEMOTION MOVIES (cinemovs)	Film & Animation	140
5	Tv Music (cinemovs)	Music	131
6	www.photobroadcast.com (live)	Art & Creativity	126
7	LOLWUT TV (lolwut)	Entertainment	95
8	TOMJERRY TV (tomj)	Film & Animation	84
9	Vargen Algra Films (vargenmagazines)	Film & Animation	83
10	AFLA M - A r e b i t a r (arbit)	Film & Animation	78

På trods af at vi med computeren aldrig har haft så stor en mediekonvergens som vi har idag, er markedet for web-tv endnu på kravlestadiet. Endnu er teknologien ikke slået igennem for alvor, men det er kun et spørgsmål om tid. Den unge mediegeneration der er opvokset med computere og mobiltelefoner har hurtigt adopteret den nye teknologi og anvender den langt mere end ældre generationer.

---

Selvom den nye teknologi og de nye medieformer, med teknologiens fler-mediale funktioner, anvendes af især børn og unge i kommunikationen med både venner og bekendte, så er man ikke ældre end de medier man bruger. Selvom de unge er sociale igennem teknologien i både lyd og billede, kan man med medieforbruget måle, hvor villig man er til at flytte sig og medieforbruget afslører i virkeligheden, hvor gammel man er og den nye teknologi er i høj grad ikke kun for unge frustrerede teenagere.

Penelope Trunk har i sin blog (<http://blog.penelopetrunk.com/2007/06/25/what-generation-are-you-part-of-really-take-this-test/>) sammensat en række test, hvorudfra man kan definere hvilken generation man tilhører. Testen understøtter tidligere MIT og Harvard medieforsker Margaret Weigel (<http://www.blogger.com/profile/00411330164488645327>) antagelse om generationernes medievaner.

*'I measure generations not by age or year, but by media use'.*

(<http://margaretweigel.blogspot.com/2007/02/overshare-and-share-alike.html>)

Hendes pointe er, at man måler generationerne og deres bevægelighed på deres medievaner og at man kan kategoriserer folk på baggrund af deres adfærd.

Selvom web-tv teknologien har været moden i et godt stykke tid, har fænomenet endnu ikke fået den gennemslagskraft som dets potentiale udfordrer. Et eksempel på dette ses fx. på Janus Friis Joost-projekt som blev lanceret i 2006 (<http://www.joost.com>). Projektet er Janus Friis nyeste skud på stammen efter Skype-eventyret. Joost.com projektet har trods en del hype ikke formået at slå igennem kommercielt og er efter min mening lanceret ti år for tidligt. En væsentlig mangel som også har hemmet Joost skyldes desuden fraværet af brugergenereret indhold, hvilket man finder på [mogulus.com](http://mogulus.com).

Man skal ikke undervurdere web 2.0 fænomenet og betydningen af brugergenereret indhold har vist sig at have et stort potentiale i internetmediet. Amatørkulten som fænomen understøttes af teknologiens fleksibilitet og med teknologiens mediemæssige demokratisering. Med den nye teknologi er det blevet langt lettere at formidle sine synspunkter og med websites som [youtube.com](http://youtube.com) og [mogulus.com](http://mogulus.com) er det for amatører blevet muligt at formidle brugergenereret indhold via de stærke elektroniske billedemedier, der ellers tidligere var forbeholdt medieorganisationers redaktionelle planlægning og styring.

McLuhans medieteorier opstod i 1960'erne, på et tidspunkt hvor TV-mediet som massemedie i USA netop havde penetreret markedet for alvor. Det var en tid hvor fjendebilledet mod øst var meget markant, hvor præsidentkampagnen mellem J.F Kennedy og Nixon blev afgjort på TV og hvor det nye billedmedie dengang havde en meget stærk indflydelse på budskabet.

Den nye teknologi og de nye medievaner perspektiverer McLuhan's 'The medium is the message' idet der er sket en bevægelse væk fra valg af medie, form og indpakning henimod budskabets indhold som væsentlig og afgørende faktor i formidling af budskabet.

Når medierne med den nye interaktive web 2.0 teknologi konvergerer i et brugerorienteret

symposion og remediere fler-mediale udtryksformer, bliver budskabet uafhængig af medieform og indpakning. Valg af medium, er uvæsentlig fordi teknologien ikke begrænser budskabets form, men bliver et spørgsmål om at formidle det på tværs af medie-platform og alder.

Internetmediets interaktivitet skaber plads til at formidle brugergenereret indhold og amatørkulten har med det nye web 2.0 fænomen endeligt fået plads til frirum fra de redaktionelle begrænsninger og den opdragende bezzewisser-kultur som nyheds og publicservice kulturen er forankret på.

Den redaktionelle begrænsning, det ekstreme behov for hurtige nyheder, dårlig research kombineret med journalisternes oftest pressede deadlines ender alt for mange gange i en mediemæssig 'copi-paste' kultur, hvor nyheder har deres egen x-faktor. Ikke nok med at alt for skarpvinklede historier lever deres eget liv i det medieskabte parallelunivers, det er skræmmende hvordan nutidens medieforbrugere ikke stiller spørgsmål ved mediernes dobbelte hermeneutik.

Alle i Danmark kender idag personen Stein Bagger, den bedragerisigtede direktør fra IT-firmaet IT-Factory. Mediehysteriet i Danmark har endnu engang nået nye højder og Stein Bagger er i medierne og især af bestyrelsesformand Asger Jensby udråbt til den næste Peter Lundin lignende psykopat og storsvindler.

Det er egentligt interessant at Asger Jensby i kraft af sin metier som forretningsmand, i lyset af det tager omkring 15 år at uddanne sig til speciallæge i psykiatri, ser sig istand til at diagnosticere en af sine medarbejder med en vanskelig psykiatrisk diagnose. Men det er en helt anden ting og det vil jeg ikke komme ind på i denne opgave.

Dog finder jeg det paradoksalt at en dreven forretningsmand som Asger Jensby, hvis hustru har været ansat som udviklingsdirektør i det krakkede IT-Factory, tilsyneladende ikke har haft den ringeste idé om tingenes tilstand.

Endnu mere undrer det mig at medierne uden den mindste rysten på hænderne, nærmest går i selvsving og i deres iver efter nyheder, igen retorisk fortæller historien om storhed og fald. Vi har set det før i medierne. Det er sikkert heller ikke sidste gang de grænseløst pløjer igennem anstændighedens mur. Det virker som vi løber spidsrod efter en kynisk presse, der ikke magter at stoppe op og stille spørgsmålstejn ved helt elementære processer og selv indlysende pointer.

Mediebilledet i Danmark har i de første 10 dage af december 2008, været gennemsyret af IT-Factorys konkurs. En konkurs hvis ansvar, i den medieskabte virkelighed, udelukkende ligger på Stein Bagers skuldre. Ingen eller meget få medier har tilsyneladende været istand til at stille spørgsmålstejn ved sandhedsværdien af forretningsmanden Asger Jensby, hans rolle og eventuel gevinst i det bedragerianklagede og krakkede IT-Firma.

Hvor jeg finder det paradoksalt at IT-Factory blot fem dage inden firmaet krakkede, i danske medier og ved Computerworlds prisuddeling ultimo november 2008, var udråbt til den næste

---

store IT-komet i dansk erhvervsliv. Men kometer har det selvsagt med at brænde op når de brager igennem atmosfæren, og det siger snarere en hel del omkring den hypede men forvanskede parallelle medieverden vi alle er en del af.

Det jeg finder allermest forargeligt er, at medierne i det meningsløse mediegedemarked fuldstændigt ser bort fra alle demokratiske spilleregler og i vores mediediktatur sætter magtens tredeling helt ud af kraft. Et eksempel på dette finder vi hvis vi sætter fokus på Dansk Folkepartis annoncekampagne med en burkaklædt dommer (Domstols-kampagnen 1.-6. maj 2008 - <http://www.danskfolkeparti.dk/Annoncer.asp>).

Denne kampagne skabte så meget røre i andedammen, at regeringen i skrivende stund, og mod dommerforeningens anbefalinger samt internationale trends om af-uniformering af domspersonale, har lanceret et lovforslag om indførelse af uniformering af dommere. Vel og mærke kun de juridiske dommere, ikke domsmænd og nævninge.

Det er idag simpelthen muligt for et parti, for en forholdsvis beskeden sum at købe sig en folkestemning, skabe et ikke eksisterende problem og på denne baggrund dyrke grobund for lovgivning. Dette tvinger mig til at stille spørgsmålstegn ved fundamentet for vores demokrati og om vi i virkeligheden lever i et mediediktatur?

Idag handler det derfor efter min mening i de gammeldags elektroniske massemedier om primært at kunne udtrykke sig bedst indenfor nyhedernes to minutters vindue til verdenen. At brænde igennem de elektroniske medier og at kunne tage sig godt ud på fem cm fladskærm er for det moderne menneske blevet den vigtigste x-faktor.

Nyheder er blevet underholdning. Hvad der for en enkelt familie har katastrofale konsekvenser, at blive trukket igennem mediernes vridemaskine, er for journalister blot endnu en historie, endnu et komma der primært fortælles for at sælge aviser eller skrabe seere sammen foran husalteret.

De folk som kastes rundt i det imaginære medicirkus får ar på sjælen og kommer måske aldrig over det pres som de har været igennem. Personer som TV-Avisens Jeppe Nybroe, venstrepolitiker i Køge Anders Møller og lægen Søren Ventegodt er klassiske eksempler på at man kan tage skade af at blive sendt til tælling i mediernes boksering. Eksempler på at selv tiden har svært ved at læge smertefulde sår på sjælen, hvor følgerne er langvarige depressioner og andre psykiske lidelser, der som en anden pittbull har svært ved at slippe sit greb.

Det værste er at hr og fru Bilka-Danmark tilsyneladende æder alt rådt, der kommer ud af både trykte og elektroniske medier og skyller meningsløsheden ned med aftenkaffen foran husalteret.

Ingen stiller spørgsmålstegn ved ægtheden og troværdigheden af det vi præsenteres for i det oftest fordrejede mediebillende. For journalisterne er det bare endnu en historie. Endnu en samling af ord der tilsammen udgør skæbnefællesskab med meningsløsheden.

Med mogulus.com er man egen herre i eget webhotel og man bestemmer selv budskabet, dets form, indpakning og indhold. Den nye teknologiske platform skaber på denne måde frirum og demokratiet tilbage i medietyrani.