

*FISK*-serien 6

# Interaktivt tv... vent venligst...

11 bidrag til forståelse af  
tv's digitale merværdi

redigeret af  
Lars Holmgaard Christensen

Skrifserie redaktør for *FISK*-serien  
Jens F. Jensen

Aalborg Universitetsforlag

# **Interaktivt tv... vent venligst...**

## **11 bidrag til forståelse af tv's digitale merværdi**

Redigeret af  
Lars Holmgaard Christensen

© 2004 Forfatterne og Aalborg Universitetsforlag  
Cover: Itshimtoo inc.  
Layout: Itshimtoo inc.  
Trykt hos Nørhaven  
Udgiver: Aalborg Universitetsforlag  
ISBN 87-7307-722-4  
ISSN 0908-3502

Distribution:  
Aalborg Universitetsforlag  
Niels Jernes Vej 6B  
9220 Aalborg Øst  
Tlf.: 96 35 71 40  
Fax: 96 35 00 76  
E-mail: [aauf@forlag.aau.dk](mailto:aauf@forlag.aau.dk)  
Hjemmeside: [www.forlag.auc.dk](http://www.forlag.auc.dk)

*FISK*-serien er en skriftserie fra forskningscenteret InDiMedia  
(Center for Interaktive, Digitale Medier)  
Skriftserie-redaktør er Jens F. Jensen,  
InDiMedia & Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet.

*Interaktivt tv... vent venligst... 11 bidrag til forståelse af tv's digitale merværdi* indgår som nr. 6 i *FISK*-serien.

I samme serie er tidligere udkommet:

*Reklame - Kultur (FISK 1)*

*Tegn & Data. En semiotisk tilgang til humanistisk datalogi (FISK 2)*

*Multimedier, Hypermedier, Interaktive Medier (FISK 3)*

*Internet, World Wide Web, Netværskommunik@tion (FISK 4)*

*Software som tekst. En teori om systemudvikling (FISK 5)*

Dele af denne antologi indgår som afrapportering i forhold til projektet "BID-TV" (2004-2005), støttet af IT-korridoren, Den jysk-fynske IT-satsning, gennem Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling.  
Antologien er udgivet med støtte fra Institut for Kommunikation, AAU.

---

# Indholdsfortegnelse

---

<i>Lars Holmgaard Christensen</i> Introduktion	s. 7
Jens F. Jensen Interaktivt tv - lille mediehistorie	s. 15
<i>Mikael Vetner</i> Interaktivitet - et buzzwords fakticitet	s. 53
<i>Ole Ertløv Hansen</i> Interaktive forstyrrelser - et kognitionsperspektiv på interaktivt tv	5. 73
<i>Lars Holmgaard Christensen</i> Definitionen af den interaktive tv-situation	s. 83
<i>Tove Arendt Rasmussen</i> Digitalt tv's æstetik og sociale merværdi	s. 101
<i>Peter Oluf Looms</i> Digitalt interaktivt tv i Europa: Hvor vigtig er interaktivitet?	s. 117
<i>Julie Haagen</i> Digitalt tv i Danmark: En minimumsmodel for merværdi?	s. 133
<i>Thomas Bjørner</i> Digital merværdi i Provinsen - om TV2's regionale familie	s. 151
<i>Peter Oluf Looms</i> Digital merværdi i folkets tjeneste - interaktivt tv i et DR perspektiv	s. 167
<i>Claus Rosenstand</i> Cross Media! Mens vi venter på interaktivt tv?	s. 179
<i>Lars Konzack</i> Et ludologisk perspektiv på digital merværdi	s. 187
Forfatteroplysninger	s. 195

---

# Introduktion

*Af Lars Holmgaard Christensen*

---

I forhold til tv's digitale forandringer er forskere såvel som mediekonsulenter og markedsaktører alle interesserede i at forklare, forstå eller nyttiggøre, hvordan tv som digital teknologi og som en del af en digital infrastruktur kan berige vores tv-oplevelser og forbedre tv-apparatets teknologiske muligheder.

Flere steder bliver der kørt forsøg med digitalt interaktivt tv, og eksempelvis i Nordjylland har TV2/Nord Digital de seneste par år testet et digitalt jordbaseret sendenet, og som de selv fremhæver på deres hjemmeside: "Et af de centrale begreber, når man snakker digitalt tv, er digital merværdi. Det dækker over de ekstra muligheder, som det at sende tv-signalet digitalt giver".

I forsøget på at iværksætte nye merværdifulde tv-forbrugsformer synes der i forhold til særligt italesættelsen af interaktivt tv at ske det samme, som når præsten i sin prædiken om søndagen har noteret sig, at "her hæves stemmen, thi argumentet er svagt", altså at man i produktionen, markedsføringen og til lige på enkelte forskningsinstitutioner noterer sig, at "her siges blot digital merværdi, thi hvad den digitale merværdi præcist indeholder, er meget svagt".

Og måske netop fordi argumenterne i forhold til at berige selve tv-oplevelsen har været svage eller i hvert fald vist sig mindre overbevisende, så er det ikke helt gået som præsten og andre sangvinske teknologientusiaster har prædikeret. Interaktivisering og digitalisering af tv synes ikke i sig selv at afsløre, hvordan interaktivt tv skal opfattes i en kulturel sammenhæng og ankommer ikke på markedet med færdigpakkeede løsninger til, hvordan interaktivt tv vil blive integreret i hjemmene eller for den sags skyld, hvordan det vil blive anvendt i medieindustriens indholdsproduktion.

Antologien er derfor først og fremmest et fornyet pust til diskussionerne og debatten om, hvad interaktivt tv er for en størrelse, men særligt et forsøg på at forstå, hvem den digitale merværdi egentlig er værdifuld for og belyse, hvem der kan drage nytte af et digitalt interaktivt tv-forbrug. Bidragene i denne antologi, der spænder fra videnskabelige essays til videnskabelige artikler, forsøger således alle at levere faglig merværdi i form af perspektiver på og forskellige forståelsesrammer for digitalt og interaktivt tv.

Denne bogs uopsættelige aktualitet hænger også nøje sammen med, at begejstringen og den største 'hype' omkring tv's forvandling fra uintelligent billedfremviser til en revolutionerende ny teknologisk platform er faldet til ro. Hvor seernes tv-vaner stadig har vist sig at være uransagelige, og hvor en ny forbrugsteknologi, set-top-boksen, endnu ikke har kunnet agere teknisk fix i

forhold til industriens ønske om at få endnu mere styr på tv-forbrugernes adfærd. Alt, hvad vi ved om tv, vil forandre sig, har været nogle af slagordene, men et bud vil være, at morgendagens tv stadig vil være bare en smule gendeligt.

Men der er samtidig tydelige tegn på, at den såkaldte digitale merværdi er værd at forfølge, og at den rette brug af de nye digitale muligheder vil være en kærkommen tilføjelse til den individuelle såvel som den sociale brug af tv-mediet, og eventuelt også en gevinst for samfundsmæssige aktiviteter. Politisk er endnu en beslutning blevet taget om at indføre digitalt jordbaseret tv i hele Danmark, hvor public service aktørerne nu for alvor kommer på banen i forhold til at udvikle nye formater, tjenester og services til tv. Om deres initiativer kommer til at drive en udvikling i gang, får vi resultatet af, efter aktiviteterne starter op i 2005. Formentlig kommer de ikke til at lide under de samme krav til bæredygtighed, som de kommercielle stationer, der én efter én har været nødsaget til at trække applikationer tilbage og i dag ikke tilbyder et voldsomt overflod af muligheder på set-top-boksen i frygt for endnu flere røde tal på bundlinjen.

Men med politisk vilje i ryggen synes digitalt interaktivt tv dog at komme til danske skærme i en eller anden fremtid, og om ikke andet så er vi allerede nu begyndt at se, hvordan de digitale muligheder via broadcasternes appel til Cross Media forbrug gennem både internet men også mobiltelefonens sms-facilitet er ved at blive heftigt udforsket. Brug af særligt sms-tjenester har kunnet igangsætte interaktive tv-formater uden en nødvendig spredning af set-top-bokse, som ellers er en basal forudsætning for at opnå en kritisk masse og et attraktivt marked. Men netop i forbindelse med sms og interaktiv returvejstrafik er nye aktører kommet på banen, hvor særligt telekommunikationsbranchen har opdaget, at returvejstrafikken mellem tv-seer og tv-program har en særdeles attraktiv digital merværdi, så når det regner med 'interaktive seertal' på præsten, så er det ikke så ringe endda at være degn.

Med brugen af internettet er der endvidere opstået nye seerfællesskaber online og ofte som en del af tv-stationernes nye brandingstrategier. Tv-seere bliver gennet hen på tv-stationernes hjemmesider, der så begaver tv-publikummet med flere informationer og yderligere oplevelser, men også giver tv-seerne mulighed for hedonistisk og loyalt at forfølge deres fascination af utallige underholdningskoncepter.

Med udgangspunkt i kritikken, forventningerne, italesættelsen, ibrugtagningen og måske netop manglen på sidstnævnte har antologien på kort sigt til hensigt at bringe forskellige perspektiver på digitalt interaktivt tv i spil for netop gennem disse at levere en både informativ, oplysende og afklarende sagsfremstilling men også være et synligt bevis på den polemik, der stadig kendetegner forståelsen af digital merværdi og interaktivt tv i forhold til markedet, indholdsproduktionen, teknologien og tv-seernes adfærd og forbrugsformer.

Et fokus på netop disse områder var grundlaget for projektgruppen: "Multimedier i hjemmene" (2000-2002), der analyserede og beskrev konvergerende medier (herunder interaktivt tv, internet og teletjenester), som de optræder i teknologiske, markedsmæssige, tekstuelle, kulturelle og sociale kontekster. I projektet blev der arbejdet både ud fra et makro- og et mikroperspektiv, hvor makroperspektivet var undersøgelser af aktuelle multimedieteknologier, markedsforskel, tjenester og indholdsformer, som var rettet mod den hjemlige brugskontekst. Mikroperspektivet var undersøgelser af den hverdagslige og hjemligt situerede brug af konvergensmedier på basis af empiriske undersøgelser. En central del af projektets aktiviteter var netop empiriske undersøgelser af et krydsmedialt mediekonsum i en antenneforening i det østlige Aalborg, Nørre Tranders Antenneforening. Denne undersøgelse havde bl.a. til hensigt at tegne profilen af 'den interaktive seer' og kortlægge et begyndende interaktivt tv-forbrug.

Projektet tog altså sit udgangspunkt i eksisterende muligheder for brug af interaktive konvergensmedier, primært konvergens mellem tv og internet, som den forekom i aktuelle programformater og tjenester, hvor det blev undersøgt, hvordan eksisterende interaktive muligheder blev udnyttet både med henblik på indholds- og genremæssige præferencer, men også med henblik på mikrosociologiske og kulturelle mønstre i hjemmets eller familiens brug af tjenester og indhold.

Erfaringerne fra "Multimedier i Hjemmene" udmøntede sig i, at et nyt forskningscenter for Interaktive Digitale Medier, InDiMedia, blev etableret i 2003, hvor hensigten er, at udforske de nyeste interaktive kommunikationsformer. Ligesom "Multimedier i Hjemmene" var lokaliseret på Aalborg Universitet, så er forskningscenteret InDiMedia også etableret under Institut for Kommunikation ved Aalborg Universitet, hvor forskningscenteret udgør den organisatoriske ramme for udforskningen og udviklingen af digitale interaktive medier.

Med forankring i humanistisk videnskab og socialvidenskabelige metoder er det særligt brugernes perspektiv, der udforskes og særligt forskning i betydningskonstruktioner omkring interaktive digitale medier med særlig fokus på hjem og fritid.

Indenfor InDiMedia er denne antologi forankret i projektaktiviteten, BID-TV, som er et udviklingsprojekt, der - via midler fra IT-korridoren - er et tæt samarbejde mellem InDiMedia, indholdsproducenter og teknologiudviklere, der alle arbejder med interaktivt tv og Cross Media tjenester. InDiMedia står som ankerinstitution for dette projekt, hvis overordnede formål er at udforske og udvikle nyskabende interaktive, digitale teknologier, applikationer, tjenester og indhold med tilknytning til interaktivt og digitalt tv samt Cross Media tjenester. Projektets konkrete mål er gennem en række igangværende projekter hos virksomhedspartnere på én gang at tiltale og løse konkrete erhvervs-mæssige problemstillinger i de deltagende virksomheder, men samtidig bringe

disse løsninger op på et generaliseringsniveau, hvor de kan blive til gavn for det samlede danske erhvervsliv inden for de relaterede brancher.

## **Antologiens videnskabelige forankring og disposition**

Denne antologi er samtidig den 6. udgivelse i FISK-serien, som i 1993 blev lanceret som Forskningsinitiativet: Informatik, Semiotik & Kulturanalyse, hvor formålet var at bidrage til udviklingen af fælles teoretiske og metodiske rammer for den nye humanistiske forskning indenfor kommunikationsområdet. Det 'nye' ved humanistisk forskning indenfor dette område var dengang, at man var begyndt at overlape med vidt forskellige videnskabelige discipliner. På det tidspunkt havde krydsfertiliseringen dog endnu ikke slået igennem, hvorfor der nærmere var tale om eklektisk sidestilling uden nogen egentlig overskridelse af tilsyneladende inkompatible paradigmer. Som det blev beskrevet i forordet til den første udgave i FISK-serien "Sigtet med FISK er at bidrage til konstruktion og udvikling af sådanne forpligtende, sammenhængende teorier og metoder for en ny humanistisk forskning".

Når FISK 6 nu forankres i forskningsaktiviteter, der relaterer sig til InDi-Media, så bibeholdes det 'nye' ved humaniora anno 1993, at sammentænke og udvikle forskellige perspektiver til gensidig befrugtning. På længere sigt er antologien dog også et indledende bidrag til det 'nye' ved humanistisk kommunikationsforskning anno 2004, hvor sigtet fremover vil være at bidrage til den videre udvikling af digitale og interaktive medier fra et humanistisk brugercentreret perspektiv, men også være en form for proaktiv kritik, der indebærer et forpligtende konstruktivt medansvar frem for at være en eksklusiv akademisk paralleldisciplin i forhold til konkrete udviklingsaktiviteter, herunder den videre udvikling af digitalt interaktivt tv.

FISK 6 indledes med et bidrag fra Jens F. Jensen, der det sidste årti har arbejdet intenst med nye medieteknologier og særligt interaktivt tv, og som i andre publikationer energisk har forsøgt at redegøre for interaktivt tv som et fremtidens tv, men også forsøgt at forudsige tv's fremtid. Han tilføjer med sit bidrag "Interaktivt tv - lille mediehistorie" et nyt kapitel til interaktivt tv's uendelige historie, men fokuserer især på den 'Peter og ulven'-effekt, der har kendetegnet interaktivt tv's mange 'falske starter'.

Mikael Vetner diskuterer i det efterfølgende bidrag "Interaktivitet - et buzzwords fakticitet", hvordan fænomenet interaktivitet rent idémæssigt er konstrueret, og hvordan interaktivitet har fået sin betydningsmæssige valør. Hensigten er at komme nærmere en forståelse for, hvordan et begreb, der i og for sig ikke fortæller meget om de nye medier, alligevel er blevet et af den digitale kulturs mest udtryksfulde og næsten programmatiske buzzwords, og på den måde har haft stor betydningsmæssig værdi for den hverdagslige berebsliggørelse af de nye medier.

Ole Ertløv Hansen anslår i sit bidrag, "Interaktive forstyrrelser - et kognitions-perspektiv på interaktivt tv", at i brugen af de nye medier, så bliver det metamotivationelle grundlag for vores oplevelser af stor betydning for selve oplevelsens kvalitet. I forhold til PC'en må man eksempelvis bevidst fravælge det at handle i forhold til mediet, mens man i forhold til tv bevidst må vælge muligheden for at handle til. Det er altså brugeren, som sætter den metamotivationelle ramme for oplevelsen. Med interaktivt tv bliver der skabt en 'ny' aktivitets position medierende mellem to allerede tilstedeværende, så i bidraget beskriver Ole Ertløv, hvordan interaktivt tv balancerer på en knivsæg mellem inklusion og eksklusion som genstand i brugernes jagt på den optimale oplevelse.

I Lars Holmgaard Christensens bidrag "Definitionen af den interaktive tv-situation" har jagten på den optimale oplevelse desværre ikke haft helt den samme opmærksomhed i forhold til industriens 'orkestrering' af et interaktivt tv-forbrug, hvor eksperimenterende formater har haft for lidt fokus på tv-mediets kommunikative aspekter og kulturelle karakter. Lars Holmgaard diskuterer derfor i sit bidrag, hvordan tv-programmer kan få den interaktive tv-seer til at træde i karakter ud fra de kommunikative rammer, som tv-programmerne iscenesætter og anslår. I forhold til at aktivere tv-seeren kommer det måske i højere grad til at handle om, at det er den 'analoge merværdi', som er på vej til at blive digitaliseret.

Det kommunikative, men særligt den sociale merværdi er også et af omdrejningspunkterne i Tove Arendt Rasmussens bidrag "Digitalt tv's æstetik og sociale merværdi", som diskuterer tv-sening som et socialt fænomen set i relation til afkodning og hverdagslig brug. Historisk set har tv fungeret som et socialt medie - centralt placeret i familiens skød. Tv var public service og familien fik adgang til det nationale, sociale fællesskab. Med det digitale tv er udbuddet af kanaler blevet nærmest uendeligt, og den digitale merværdi synes derfor at blive mere uafhængig af programformaterne, for i stedet at hælde mere mod individuel kontrol og kompleksitetsreduktion, hvilket eksempelvis en elektronisk programguide som navigationssoftware tilbyder. Det bliver således helt naturligt for Tove Rasmussen at stille spørgsmålet "hvilke muligheder for social interaktion kan vi forestille os i forbindelse med udviklingen af digitalt interaktivt tv?". Her tegner der sig et billede af, at socialt orienterede familier vil kunne nyde godt af interaktive tv-formater, som designes til både fælles tolkning og diskussion i familien og til fælles handling med medieteksten.

I forholdet mellem det sociale og det individuelle bliver det også en pointe, at interaktivt tv har hentet sin motivation og terminologi fra de interaktive medier og mere individuelle medier, hvilket derfor negligerer behov i en hverdagslig tv-praksis, behov som også er af social karakter, og netop seernes behov for interaktivitet er centralt i det efterfølgende bidrag.

For gennem sit arbejde med at overvåge udviklingen af digitalt interaktivt tv - særligt i Europa - vil Peter Looms i sit bidrag, "Digitalt interaktivt tv i



Europa: Hvor vigtig er interaktivitet?", give et overblik over markedet for interaktivt digitalt tv. Når der satses midler på interaktivitet, er det efter Peter Looms' mening ikke nok at få styr på, hvad interaktivitet er, og hvordan den kan anvendes - Der er også brug for at vide, hvorfor interaktivitet er interessant for en seer. Det belyser han så i en europæisk sammenhæng, dels fra et markeds-mæssigt perspektiv i forhold til alle former for interaktivt tv, dels ved at gennemgå forskellige satsningsområder på markedet for tv, og dels ved at vurdere, hvilken særlig betydning digitalt interaktivt tv har og får som satsningsområde.

Hvordan der så satses nationalt i Danmark, udfolder Julie Haagen i sit bidrag "Digitalt tv i Danmark: En minimumsmodel for merværdi?", hvor den gode nyhed er, at det i september 2003 efter flere års tøven endelig blev besluttet at indføre digitalt jordbaseret tv i Danmark. På den baggrund har DR og TV2 startet opbygningen af et landsdækkende, digitalt tv-sendenet, der forventes driftsklart i løbet af 2004-2005. Den dårlige nyhed er, at det nye digitale tv-sendenet i første omgang kun vil blive benyttet til parallelsending af public service-kanalerne DR1 og DR2 samt TV2. Julie Haagen spørger derfor i sit bidrag, om en sådan minimumsmodel for digitalt tv er tilstrækkelig til at realisere det potentiale for digital merværdi, som teknologien indeholder - hvis ikke, hvordan kommer vi så videre?

Thomas Bjørner beskriver i sit bidrag "Digital merværdi i Provinsen - om TV2's regionale familie", de erfaringer, der allerede er gjort med jordbaseret digitalt tv fra TV2/Nord-Digitals testforsøg i Nordjylland. På baggrund af et omfattende empirisk arbejde fokuserer Thomas Bjørner på forskellige aspekter ved digital merværdi, men særligt på den måde de interaktive tjenester og interaktive programudvidelser er blevet modtaget i den regionale familie.

Fra sin position som konsulent hos DR Interaktiv tager Peter Oluf Looms ikke afsæt i den regionale, men derimod i den nationale familie, når han i bidraget "Digital merværdi i folkets tjeneste - interaktivt tv i et DR perspektiv", ser nærmere på, hvordan DR som public service institution må navigere i forhold til de digitale og interaktive forandringer, der sker med tv. Gennem forskellige udviklingstiltag for interaktivt tv og Cross Media koncepter lancerede DR det første digitalt interaktive tv-format, ROFL, i 2001. Dette udviklingsarbejde blev både anerkendt og forbedret, da DR etablerede DR Interaktiv, hvor det aktuelle arbejde med interaktivt tv har særligt fokus på både seeren og DR som organisation, og hvor indgangsspørgsmålet til al udvikling synes at være: Hvor er der merværdi for begge parter?

DR har bl.a. med stor succes afviklet "Stjerne for en aften", hvor der via mobiltelefoner foregik sms-afstemning. Til samme program fandtes en omfattende beskrivelse af deltagere i programmet på DR's hjemmeside, og ligeledes blev de bedste "stjerner" omtalt heftigt i den trykte presse og havde derudover adskillige sceneoptrædener ved forskellige arrangementer i storcentre mm. Claus Rosenstand tager i sit bidrag, "Cross Media! Mens vi venter på interaktivt tv?", udgangspunkt i disse forskellige aktiviteter, som er blevet en

integreret del af forskellige programkoncepter. Underholdningspotentialer for Cross Media er enormt, mener han, og fantasien synes at være den eneste barriere for, hvordan indhold kobles interaktivt på tværs af flere medieplatforme. Frem for at diskutere, om Cross Media er et forvarsel om en integreret boks-løsning for digitalt interaktivt tv, så bliver pointen, at set-top-boksens digitale og interaktive muligheder kun skal begribes som et mindre element i en større kontekst, hvor kreationen af Cross Media underholdning allerede er og formentligt fortsat vil være den afgørende faktor, og hvor det derfor bliver vigtigt at beherske fremstillings- og afviklingsprocesserne. I denne henseende er Cross Media altså et omfattende, men selvstændigt format, hvor det kan vælges at lade formen digitalt interaktivt tv indgå.

Et format, der allerede gør brug af formen digitalt interaktivt tv, er spil, små letfordøjelige spil. Udfra et ludologisk perspektiv på digital merværdi beskriver Lars Konzack i det afsluttende bidrag "Interaktivt tv og tv-spil", hvordan tv-spil lige fra fjernsynets unge dage har øvet indflydelse på forestillingen om digitalt interaktivt tv. Efterhånden som mulighederne for interaktion med fjernsynsapparatet er blevet en større og større realitet, er spil blevet en naturlig del af fjernsynsoplevelsen lige fra tidlige konsolspil i 1970'erne, tekst-tv og skærmtroldene Oswald og Hugo i 1980'erne til vore dages SMS-TV, spilkanaler hos Canal Digital eller Viasat samt egentlige spilkonsoller med internetadgang. De forskellige interaktionsformer i forhold til spil sætter Lars Konzack i perspektiv og forsøger at ekstrapolere, hvordan digitalt interaktivt tv og tv-spil fortsat vil skabe nye potentialer for spilunderholdning.

Således er antologien altså struktureret, og det er min store forhåbning, at denne samling af bidrag vil skabe nysgerrighed og medvirke til at medie- og kommunikations-studerende, forskere, markedsaktører, mediekonsulenter og andre branchefolk samt øvrige engagerede vil finde inspiration til den videre udvikling af digitalt interaktivt tv og til en mere alsidig forståelse af tv's digitale merværdi.

Lars Holmgaard Christensen  
Efterår 2004  
Institut for Kommunikation  
Aalborg Universitet