

Lars Kjerulf Petersen

Hvad er mediesociologi?

At beskæftige sig med medier er og må være en central del af sociologien. Formålet med denne artikel er at anslå nogle hovedtemaer for mediesociologien, herunder spørgsmålet om medier som særlige teknologiske miljøer og medier som offentlighed.

Der er en verden af tegn som bliver transmitteret af medierne, en virtuel verden af billeder, lyde og bogstaver, som lever i de elektroniske signaler (og vel også i de trykte formater). Det er en virtuel, men ikke uvirkelig verden, for den indgår i skabelsen og indretningen af sociale virkeligheder, og som virtuel verden står den i forbindelse med den fysiske verden.

At beskæftige sig med medier er og må være en central del af sociologien, for medierne – de trykte og de elektroniske medier: aviserne, bladene, reklamerne, bøgerne, radioen, fjernsynet, netstederne på internettet osv. – er vævet sammen med sociale og samfundsmæssige processer på alle niveauer. Det indebærer dog samtidig, at mediesociologi er et meget omfattende felt, som involverer mange emner, tilgange, genstande og metoder. Formålet med denne artikel er at anslå nogle af hovedtemaerne, når man beskæftiger sig sociologisk med medier (især de elektroniske).

I udgangspunktet kan vi jo spørge os selv, hvad der menes med ordet medier. Medier betyder selvfølgelig helt grundlæggende blot noget der kommer imellem, mellem materien og mennesket eller mellem erkendelsen og fænomenet – og her skal man huske, at det der kommer mellem, *både* er noget der adskiller, og noget der forbinder.

Det er dog et for bredt mediebegreb. I en hverdagssproglig sammenhæng såvel som i mediesociologien har medier selvfølgelig med kommunikation at gøre. Medier bærer kommunikation og formidler udtryk og betydning over afstande i tid og rum; kommer mellem kommunikationens parter, afsender og modtager. I den forstand er der to dimensioner af medier, dels en *teknisk*, dels en *semiotisk*. Kommunikationens betydninger bliver båret af medieringens hardware i form af stentavler, papir og pen, trykte medier,

radio, fjernsyn, filmruller, teaterscener osv., og de bliver båret af medieringens software, dens forskellige udtryksformer såsom verbal kommunikation, alfabetisk kommunikation, billedkommunikation m.v. Såvel hardware som software har en relativ indflydelse på kommunikationens betydninger, forstået på den måde at et budskab både kan omsættes til tekst i en bog og til billeder i en fjernsynsudsendelse (eksempelvis), men betydningerne bliver tonet af de medier der bærer dem. Ikke som en forvrængning af en oprindelig, umedieret tanke, men ved simpelt hen altid at blive til gennem et medie.

Mediesociologien kan i forlængelse heraf beskæftige sig med alle mulige slags medie-software og -hardware, f.eks. også brevet og telefonen og de sociale sammenhænge, disse indgår i og udspringer af. Primært vil mediesociologien dog interessere sig for *masse*medierne, fordi de i så omfattende grad er forum for den samfundsmæssige kommunikation. Udover at de som alle medier 1) muliggør en transport af information og kommunikation over afstande i tid og rum, er massemedier kendetegnet ved 2) at der er en uvis mængde, en masse, af modtagere og brugere af de transmitterede kommunikationsteg; 3) at der er en vis anonymitet og fremmedhed involveret mellem kommunikationens parter; og 4) at der er en eller anden institutionel organisering – stat, myndighed, medieselskab, forening, virksomhed – på spil i produktionen af medietekster og/eller i transmissionen af dem.

Grænserne mellem forskellige former for kommunikationsmedier er ganske vist blevet mere og mere flydende i takt med udbredelsen af internettet og de computerbaserede medier, der med e-post, chat-grupper og netsteder og efterhånden også on-line radio og fjernsyn integrerer mange forskellige kommunikationsformer inden for samme funktio-

nelle ramme.

På trods af ændrede funktionsmåder vedbliver massemedier dog med at være en meget væsentlig faktor i den samfundsmæssige kommunikation. Den amerikanske kultursociolog James W. Carey (1989) identificerer to dimensioner af denne kommunikationproces. Den er både transmission og ritual. Den er dels en proces hvorigennem meddelelser – viden, information – *transmitteres* og distribueres i samfundet, som det udstrækker sig fysisk/geografisk og i forskellige segmenter, dels er den en proces hvorigennem sociale aktører *deltager*. Ikke alene en *udbredelse* af meddelelser over afstande og en tilvejebringelse af information, men også en præsentation af hvad verden går ud på, en bekræftelse af tilhørsforhold og en *opretholdelse* af fælleshed – stadig over afstande i tid og rum. Det er bl.a. ved hjælp af medierne, at vi kender og deltager i verden.

Der er selvfølgelig forskellige niveauer af menneskelig erfaring og oplevelse, og her må man i en vis udstrækning skelne mellem sociale realiteter og så den symbolske repræsentation de får i aviser og fjernsyn m.v. Typisk vil man mene, at medier fortæller om verden, de ér ikke verden. Inspireret af den norske medieforsker Sverre Høy (1989) kan man skelne mellem

1. direkte oplevelse / primær erfaring
2. sekundær erfaring, som igen kan deles i to, nemlig
 - personlig formidling, indirekte erfaret (nogen fortæller én noget)
 - medieformidling, upersonligt formidlet og indirekte erfaret

Hertil er det dog vigtigt at føje (hvad Høy ikke gør), at for at bringe orden i det vi oplever direkte, må vi forlade os på de erfaringer og den viden vi får gennem det formidlede og indirekte erfarede, hvad enten formidlingen så er personlig

Lars Kjerulf Petersen.
Mag.art. i kultursociologi, ph.d. i sociologi.
Adjunkt ved Institut for Litteraturvidenskab / Moderne kultur, Københavns Universitet.
E-post: kjerulf@hum.ku.dk.

(som f.eks. i skolen) eller den er mediebåret. Igen, vi kender og deltager i verden ved hjælp af medierne, men mere end det, så kommer medierne til at danne et selvstændigt erfaringsunivers. Man lever i fortællingernes verden, man har et forhold til karaktererne i fjernsynsserier, man befinder sig på nettet. Sekundære erfaringer får liv og status som primære.

Medierne er som man kan forstå et stort og sammensat analysefelt der afføder mange forskellige interesser.

- Man kan beskæftige sig med medier som miljøer, dvs. som teknologier der ikke bare kanaliserer information, men i sig selv gennem deres funktionsmåde former de sociale miljøer som de indgår i.
- Spørgsmålet om offentlighed – politisk såvel som bredere kulturel offentlighed, hverdagslivsoffentlighed, smagsoffentlighed – er naturligvis helt centralt i mediestudierne. Offentlighed(er) bliver til gennem de medier, der bærer kommunikationen. I den forbindelse kan man både interessere sig for indholdet af offentligheden: hvad er det for betydninger, værdier, fortællinger, informationer, ritualer, diskurser som

kommunikeres? og for betydningsdannelsesprocessen: hvad er betingelserne for dannelsen og opretholdelsen af offentligheder, hvilke magtforhold er involveret i produktionen og transmissionen af betydning, og hvordan foregår receptionen af de betydninger der kommunikeres?

- Man kan beskæftige sig med hvordan den virtuelle verden af billeder, lyde og andre tegn er vævet sammen med hverdagslivets og identitetsdannelsens praksisser.

Disse interesser fletter sig selvfølgelig ind i hinanden, og man kan uden tvivl monstre flere, men de må efter min bedste overbevisning stå centralt i mediesociologien.

Medier som miljøer

Den amerikanske medieforsker Joshua Meyrowitz har været en stærk fortaler for at man, fremfor alene at se på medieteksternes indhold, også må beskæftige sig med medier som særlige teknologier, der danner særlige mediemiljøer, både i kraft af deres hardwarens egenskaber og i kraft af de udtryksformer, de anvender (Meyrowitz 1997). I den forbindelse peger han på en af pionererne i medieforskningen, Marshall McLuhan.

McLuhan er kendt for sit fyndord om, at mediet er budskabet. Den menneskelige civilisationsudvikling er knyttet til og formet af de redskaber og de informations- og kommunikationssystemer, som mennesker og samfund betjener sig af. McLuhan inkluderer alt muligt i sit mediebegreb: Redskaber, maskiner, kunstformer, alt muligt der kommer *imellem* mennesket og dets omverden, alt muligt som bærer de menneskelige aktiviteter og erkendelser, og som er *udvidelser* af mennesket, dets krop og dets centralnervesystem. Her er det hans hovedpointe, at det er *effekten* af mediet snarere end indhol-

det vi skal interessere os for (McLuhan 1994).

De personlige og sociale konsekvenser af ethvert medium, enhver udvidelse af os selv, udspringer af de nye dimensioner – i tid og rum og socialitet – som mediet installerer i vores liv. Det er den måde, hvorpå maskinen og medieapparatet organiserer vores kroppe og vores sanser og vores måde at opfatte på, der er mediets budskab, snarere end hvad det producerer og hvilke tekster det udsender. Fjernsynsmediet konstituerer i den forstand et anderledes mediemiljø og har nogle andre effekter end de trykte medier, og da fjernsynet gennem den sidste halvdel af det 20. århundrede har spillet en dominerende rolle i det samlede mediebillede og fortsat gør det, så vil jeg for at illustrere denne tanke om mediemiljøer gennemgå nogle af det elektroniske televisuelt mediemiljøes særtræk (især med henvisning til Meyrowitz) og derefter se på den computermedierede kommunikation som mediemiljø.

Kort fortalt er fjernsynet kendetegnet af at være et billedmedie, af at være elektronisk transmitteret over store afstande, hvorved information bliver øjeblikkeligt videreført til en mængde af seere, som samtidig er vidne til og næsten til stede i fjernsynsinformationen, altså af øjeblikkelighed og samtidighed, og af alt overvejende at være envejs-kommunikation. Det giver et mediemiljø, der på samme tid er præget af nærhed og stor distance.

Her må man operere med forskellige former for afstand. Der kan være 1) en fysisk afstand i rum og tid; 2) en teknologisk afstand betinget af hvor mange lag af apparatur der er involveret i medieprocessen; 3) en tegnæssig afstand som vedrører tilgængeligheden af de tegn der bliver brugt; 4) en begrebslig afstand, dvs. graden af konkretisering over for abstraktion og generalisering; samt 5) en redigeringsmæssig afstand der vedrører

antallet af agenter, der indgår i produktionen, transmissionen og receptionen af medietekster.

Det er Meyrowitz' pointe at den tegn-mæssige kode, som fjernsynet betjener sig af, er forskellig fra og i flere henseender mere tilgængelig – tættere på – end trykmediernes koder. Børn og fremmedsprogede kan simpelthen nemmere følge med i fjernsynsudtrykket end i det trykte udtryk. Hvis jeg f.eks. ser en arabisksproget avis, hvori der er en sætning med betydningsindholdet "masser af mennesker står på pladsen", så har jeg ikke en jordisk chance for at fatte hvad der står (jeg kan nemlig ikke arabisk), men hvis jeg ser en arabisk fjernsynsreportage der viser en masse mennesker på en plads, så forstår jeg det (men vil selvfølgelig have brug for yderligere baggrundsviden for at forstå at der f.eks. er tale om en fredagsbøn).

Meyrowitz henviser til den amerikanske filosof Susanne K. Langer for yderligere at forklare denne forskel, men vi kunne også henvise til en anden amerikansk filosof, nemlig Charles Sanders Peirce. Langer skelner mellem *præsenterende* symboler, som svarer til det Peirce kalder ikoniske og indexikalske tegn, og *diskursive* symboler, som svarer til Peirces symboltegn. Denne skelnen mellem forskellige typer tegn beror på forholdet mellem tegnet og det det henviser til. De præsenterende symboler er direkte eller indirekte formet af det objekt de henviser til, sådan som billeder – dvs. billedtegn – af en folkemængde netop henviser til den afbillede forsamling af mennesker. Der er mindre afstand mellem tegnudtryk og objekt. I modsætning hertil har de diskursive symboler en abstrakt og vilkårlig relation til objektet, der er en større afstand, sådan som bogstaverne f-o-l-k-e... jo ikke direkte præsenterer eller fremviser eller blot er afledt af objektet, men som ordtegn henviser til det i kraft af en kode

som kræver længere indlæring (Peirce 1994, Langer 1969).

Et medie, der betjener sig af præsenterende symboler, er umiddelbart mere tilgængeligt der vil umiddelbart blive afgivet mere information fra det til den forudsætningsløse, og man har nemmere ved at tilegne sig denne information på tværs af sociale og kulturelle skel, sammenlignet med et medie der bygger på diskursive symboler, hvis kode kræver langvarig indlæring for at kunne dechifrerer. Ydermere vil billederne (altså de præsenterende symboler) helt automatisk og uredigerbart afgive en masse information, som i det trykte medie uden videre kan udelades og ellers aktivt må skrives frem i teksten. Det er information af den slags der hører til kroppens fremtoning og det intime liv, information om bl.a. stemmeleje, gestik, ansigtsudtryk, svedafsondring m.v., ting der kan afsløre f.eks. nervøsitet, løgnagtighed og klodsethed (Meyrowitz 1985).

Fjernsynsmediet etablerer også en særegen tidslighed. I et af medieforskningens klassiske værker introducerer Raymond Williams (1990/1975) begrebet *flow*. Fjernsynets sendeflade udgør i modsætning til en bog eller en artikel en flydende strøm af meddelelser, et "flow", snarere end en afsluttet helhed. Den engelske medieforsker Paddy Scannell taler om at broadcastmedierne (fjernsyn og radio) gennem dette flow hele tiden ikke bare etablerer *denne* dag som særlig, men forvalter tidens bevægelse gennem dagen *hele* tiden, således at ethvert tidspunkt er *nu*. Et endeløst, tematiseret, flydende nu. Denne nu-hed er hverdagslivets konstant strømmende og gentagne forløb, knyttet til de samme tv-programmer der kommer igen og igen, men det er også katastrofens og krisernes nu, det samtidige og øjeblikkelige indbrud i - og efterhånden inkorporering i - hverdagens strøm (Scannell 1996 og Doane 1990).

De præsenterende billedtegn, den øjeblikkelige transmission af informationer og tilkoblingen til verdens "nu" giver til sammen en stærk fornemmelse af *livagtighed* og *påviselighed*, en fakta-fornemmelse der ryger direkte ind i stuen. Med fjernsynet er man koblet på verden og kan få indblik i fænomener der ligger meget langt væk. Hvad fjernsynet fortæller om er på én gang tæt på i kraft af apparatrets – og dermed de livagtige tegns – nærhed i ens helt private rum, og samtidig på fysisk afstand og uden for direkte personlig og håndgribelig erfaring. Det gælder også selvom de begivenheder og fænomener, der rapporteres, foregår lige uden for ens dør. I kraft af fjernsynet kommer de både meget tæt på i en livagtig fremtrædelse, og samtidig bliver de afsondret og kommer på fysisk afstand. F.eks. ved den orkan der ramte Danmark den 3. december 1999, den kraftigste i de meteorologiske målingers historie. Der kunne man se reportere blive blæst omkuld ud for Storebæltbroen og på andre måder følge særdeles levende med i orkanen, som den feg hen over Danmark, mens man søgte indendørs for at komme på afstand af den direkte erfaring.

Også de trykte medier sender selvfølgelig efterretninger om alverdens fænomener ind i det private (læse)rum og viderebringer erfaringer om noget, man ikke selv har været fysisk i nærheden af eller kan gøre direkte, personlige erfaringer med, men fjernsynet giver en meget større oplevelsesmæssig nærhed i kraft af de præsenterende tegn, livagtigheden og påviseligheden.

Det fremgår yderligere af at fjernsynskommunikation i høj grad er noget, der blot trænger ind i ens opmærksomhedshorisont og i mindre grad er noget man opsøger og udvælger aktivt. Man er til stede sammen med mediet og dets udtryk snarere end man aktivt dechifrerer det. Det afstedkommer imidlertid ikke

alene intensitet og nærhed, men også *adspredthed* i kommunikationen. Man har som fjernsynskigger en dobbelt opmærksomhed: mod skærmen og mod resten af rummet, mod henholdsvis udsendelsens og stuens her og nu (Morse 1990), og denne receptionsform kræver simpelthen mindre opmærksomhed end den aktive læsning af en tekst. Ligeledes kommer man med fjernsynet meget tættere på end i ansigt-ansigt interaktion hvor man sjældent får close ups og sjældent stirrer, samtidig med at man er fjern fra den, idet man ikke er forpligtet til at svare eller overhovedet indgå aktivt i en kommunikativ interaktion – og dermed heller ikke underlagt en kontrollerende nærhed og håndgribelig autoritet i den fysiske interaktion.

Udtrykket i fjernsynsmediet og modtagelsen af det er således på den ene side præget af livagtighed og intensitet og på den anden side af indifferens og adspredthed.

Endnu en egenskab ved fjernsynet som mediemiljø er, at det etablerer en *fælles elektronisk arena*. Et samfunds eller et kollektivs fælles arenaer har to dimensioner. Dels de rum og steder hvor man samles, dels de historier og tegn man deler. I højere grad end de trykte massemedier – men selvfølgelig på en helt anden måde end den fysiske forsamling af mennesker – rummer fjernsynet begge dimensioner. Det både formidler de fælles fortællinger og skaber et virtuelt rum med en fælles tid og et landskab af billeder, som man er fælles om at være (adspredt) til stede i. Samtidig homogeniserer fjernsynet adgangen til information. Adgangen sker fra et og samme apparat der allerede er placeret i stuen, og på hvilket al mulig slags information kan dukke op inden for den samme ramme, fremfor via et udvalg af trykte tekster som man selv skal tilvejebringe.

Man kan spørge om dette ikke æn-

drer sig med eksplosionen af kanaludbud og den medfølgende såkaldte narrowcasting, hvor kanaler henvender sig til snævert definerede målgrupper snare end til en samlet offentlighed. Den fælles virtuelle, elektroniske arena disintegrerer i et mylder af sær-arenaer. Men hvor opsplittet i kanaler fjernsynet end er, så har det fortsat karakter af at være en samlet informationssfære, ganske vist med virkelig mange adskilte kanaler efterhånden, men stadig et selvstændigt sted som man træder ind i og ubesværet kan manøvrere rundt i via fjernbetjeningen. Alle kan zappe rundt i fjernsynsarenaens mange kanaler på en mere umiddelbar måde, end når man skal opsoge foreningers modelokaler eller subkulturers magasiner. Mere end det, så er det en (elektronisk) arena, hvor alle vitterlig *kan* samles på tværs af al narrowcasting. Når begivenhederne ellers er til det, såsom ved begravelser af engelske prinsesser, VM-finaler, udbrud af krig og katastrofer, afsluttende afsnit i populære tv-serier osv., så kan enorme mængder af mennesker være vidne til de samme tegn og begivenheder og det samme elektronisk formidlede her og nu.

Igen er der en dobbelthed i fjernsynets effekt som mediemiljø. Det inkluderer flere mennesker i en fælleshed, bringer dem tættere på en fælles mængde af arenaer og tegn, men denne fælleshed er fysisk adskilt, adspredt og æterisk. Den engelske medieforsker Roger Silverstone (1994) taler om, at fjernsynet hænger sammen med en *forstadsliggørelse* af livsrummet og offentligheden.

Sociale opbrud

Opsummerende kan vi om fjernsynet sige, at det som et elektroniske, audiovisuelt mediemiljø er kendetegnet af fysisk og teknologisk afstand, men også af tegn-mæssig og perceptions-mæssig nærhed. Meyrowitz mener at alt dette, den ændre-

de kode, den livagtige tilkobling til verdens permanent flydende nu, den homogeniserede adgang til information samt den både adspredte og intense modtagelse af kommunikationen også medvirker til nogle opbrud i sociale mønstre.

Fjernsynet medvirker ved sin blotte eksponering af det kropslige til en generel inkludering af backstage behaviour og det intime i den offentlige bevidsthed, og dette er ikke alene med til at gøre politisk og social autoritet mindre formel, det medvirker direkte til at nedbryde autoritetsforhold som dem mellem generationerne og kønnene. Samtidig bliver social adskillelse beroende på fysisk opdeling i forskellige fysiske rum nedbrudt. Kønnene og generationerne og klasserne får syn for sagn vedrørende hinandens forskellige sociale rum. Børnene får indblik i hvad de voksne går og laver, kvinderne får indblik i mændenes verden, og alle former for autoritetsfigurer får deres intimitet og kropslighed eksponeret.

Fjernsynet tenderer i kraft af tilgængeligheden af sin kode og i kraft af sin store spredning mod at gøre alle til mennesker slet og ret. Over for den spektakulære nyhed og den spektakulære iscenesættelse er vi alle lige – forbrugere, modtagere og selvscenesættere.

Takket være den meget tilgængelige kode er oplysnings *potentialet* også enormt, når det gælder fjernsyn. Det er muligt at forstå informationen, samtidig med at receptionsbetingelserne muliggør (uden nødvendigvis at medføre) selvstændighed i tilegnelsen. Selvom produktionen af tv er centraliseret, så er det meget vanskeligt at kontrollere modtagelsen, den er overladt til én selv, hvilket giver mulighed for en løbende elaborering af og diskussion med fjernsynsmeddelelsen. Denne mulighed bliver dog i nogen grad kortsluttet af fjernsynskodens livagtighed og intensitet. Man diskuterer ikke med fakta. Ligeledes er adgan-

gen til *direkte* dialog meget, meget begrænset i fjernsynsmediet.

Det er ganske velgørende, når Meyrowitz påpeger den demokratiserede adgang til information samt det egalitære grundsyn som fjernsynet afstedkommer, fremfor alene at opfatte fjernsynsmediet som fordummende og dermed antidemokratisk. Men hans opfattelse bør ikke pasere helt uden indvendinger. For det første kan det samlede fjernsynsudtryk godt virke ekskluderende, selvom de præsenterende billedtegn umiddelbart er mere tilgængelige. Dels fordi fjernsynsudtryk jo også består af talt sprog som kan være utilgængeligt på mange forskellige måder, som bl.a. har med uddannelsesniveau at gøre, dels fordi billederne kan tilrettelægges på forskellige og ekskluderende måder med en appel og henvendelsesform der retter sig mod forskellige sociale grupper. Derudover er det vel ikke kun en lige adgang til indblik i backstage-behaviour der er behov for i forhold til en demokratisering af samfundslivet. Lige adgang til abstrakt og generel viden, som giver overblik, er også en god ting i den sammenhæng.

For det andet er det ikke blot sådan at fjernsynet nedbryder autoritetsforhold (f.eks. mellem børn og voksne), det indstifter også nye gennem en privilegering af de distinktioner der knytter sig til den ydre fremtoning. Den symbolske forrang, som de privilegerede besidder, bliver på skærmen meget larmende.

En tilsvarende indvending må lyde når Meyrowitz hævder, at fjernsynet *afmystificerer* ved at rapportere og vise billeder fra steder og sociale situationer som man tidligere ikke havde adgang til. Når han hævder at f.eks. de statslige autoriteters templer eller de sociale overgangsritualer mister deres mystiske kvaliteter, fordi vi allerede har været der sammen med kameraet, så gælder det snarere at sådanne steder (og helt nye såsom livred-

derbygninger på californiske strande) får en ny sakralitet, ikke ved at være skjulte og mystiske, men ved at blive heftigt eksponerede.

Det er under alle omstændigheder den slags man kan interessere sig for, når man beskæftiger sig sociologisk med medierne. Hvilket slags mediemiljø udvikles der i forbindelse med et givet medie, og hvordan spiller det sammen med forskellige sociale dynamikker vedrørende bl.a. autoritetsforhold, politiske processer, klasseforhold, kønsrelationer. Det er også den slags spørgsmål vi må stille til den computermedierede kommunikation (cmk).

Cmk som mediemiljø

Hvad kendetegner computeren/nettet som mediemiljø? Jævnfor Niels Ole Finemann (1998) er den vigtigste egenskab ved den computermedierede kommunikation at alle udtryk, al syntaks, al semantik, herunder såvel den kommunikative tekst, der fremviser et betydningsindhold af lyd, billeder, skrift som den meta-kommunikative i form af programmet, at alt dette er baseret på den samme digitale notation. Det indebærer bl.a.:

- *integration* af alle tidligere videns/udtryks-former og medier i den samme funktionelle "arkitektur"
- udstrakt *manipulerbarhed*, idet såvel alle mulige slags mediehardware (bog, fjernsynsapparat) som alle mulige slags udtryksformer (billeder, tekst) bliver transformeret og integreret i en funktionel arkitektur med samme digitale grundformel, således at alt principielt kan laves til alt andet
- integrationen og manipulerbarheden indebærer endvidere porøse grænser mellem forskellige koder, mediesystemer, sprogformer og semantikker.

Computeren og nettet integrerer mange kommunikationsformer i den samme funktionelle ramme. Der er med e-post mulighed for privat kommunikation mellem enkeltpersoner som i brevet og telefonsamtalen: én-til-én kommunikation. Der er i chatgrupper m.v. mulighed for udveksling mellem et nogenlunde sluttet selskab af bekendte (fra de elektroniske rum) der deler en interesse, som i et beboer- eller foreningsblad (eller nogle af de mere snævre subkulturelle magasiner fra scener hvor alle kender hinanden). Det er nogle-til-nogle kommunikation. Og der er via netsteder med almen adgang også mulighed for massekommunikation, én-til-mange.

Der er efterhånden også mulighed for at høre radio og se fjernsyn via computeren, men de nye formater, som nettet bringer med sig, er som massemedie klart anderledes end fjernsynet. De er kendetegnet af:

- at informationsoverførslen som med radio og fjernsyn er elektronisk og derfor umådelig meget hurtigere end den fysiske transport (omend ikke altid ligefrem øjeblikkelig), men modtagelsen behøver ikke at være samtidig, man kan som bruger koble sig på og modtage/opsøge sin massekommunikation, når man vil.
- at være opbygget som hypertext, dvs. at man ikke sidder foran en strøm af billeder, men at man derimod ved aktiv navigering må bevæge sig rundt fra punkt til punkt; den virtuelle arena består ikke af *flow*-fremtrædelser, men fremstår som et uoverskueligt landskab af sider og steder, der alle på en eller anden måde er forbundne med hinanden.
- at tilbyde et større element af interaktivitet og en potentielt mindre redigeringsmæssig afstand med færre lag af distributører, institutioner og

redaktioner involveret i kommunikationen. Jævnfør Jens F. Jensen (1998) må vi forstå interaktivitet som en udveksling mellem menneske og *mediesystem*, på den ene side forskellig fra den interaktion der finder sted mellem menneske og menneske (ansigt til ansigt eller via brev, e-post eller telefon), og på den anden side forskellig fra den aktive reception og parasociale interaktion som seeren kan have med karaktererne på fjernsynet.

Nettet er et massemedie, men på en anden måde end broadcastmedierne. Det er et massemedie i kraft af at det konstituerer et enormt vidensarkiv med adgang fra ethvert punkt til ethvert andet punkt. Det etablerer, registrerer og forvalter den globale, kollektive hukommelse (Finne-mann). Det permanente nu, som fjernsynets flow indfører, videreføres med computer/net-mediet, ikke alene i kraft af informationsoverførslernes øjeblikkelighed (faktisk tager det somme tider enormt lang tid), men i højere grad med den permanente adgang til et gigantisk, principielt alt omfattende, on-line vidensarkiv. Fremfor tiden som et permanent *flydende* nu bliver tiden til en permanent (og lidt forskudt) *nu-tilstand*.

Dette nye computer- og netbaserede mediemiljø medvirker, ligesom fjernsynet gjorde, til opbrud i den sociale organisering på en række områder. Den spanske sociolog Manuel Castells (1998) fokuserer bl.a. på hvad der sker, når alle slags medieudtryk og alle kommunikationsformer bliver opbygget efter den samme formel og integreret i den samme funktionelle ramme. Hermed bliver der skabt en grundlæggende strukturlighed i de ellers forskellige symbolske universer som hører til henholdsvis arbejdslivet, hjemmelivet, underholdningen, fritidsaktiviteterne m.v. Alle disse bliver forbundet i

den samme symbolbearbejdningsproces som vi permanent er til stede i (og hvor det i øvrigt i høj grad er underholdningsindustrien der definerer dette symbolskabs udseende). Sammenfaldet mellem alle mulige slags erfaringer i det samme multimedium slører den institutionelle og fysiske adskillelse af forskellige domæner og forstyrrer opførselskoderne.

Distinktioner mellem mennesker og situationer bliver dermed i tiltagende grad knyttet til kodekendskab og i aftagende grad til fysisk udelukkelse og adskillelse, og disse kodekenskaber er flygtigere end de fysiske grænser. I den henseende viderefører computer/net-medierne nogle tendenser som allerede ligger i fjernsynsmediet. At offentligheden i kraft af mylderet af tv-kanaler bliver opsplittet i et mylde af del-offentligheder, det er en tendens der også bliver videreført og radikaliseret med net-medierne, hvis mængde af information og kommunikation er så enorm at ingen kan overvære og deltage i det hele.

Endvidere kommer de elektroniske mediers tegnunivers i tiltagende grad til at udgøre et selvstændigt miljø, en elektronisk virkelighed, et erfaringsunivers, hvor de symboler, der kommunikerer vir-

keligheden, i sig selv udgør en virkelighed. Hvis vi siger at den computermedierede kommunikation i endnu højere grad end broadcastmedierne indebærer en stor fysisk og teknologisk afstand - der er mange lag af apparatur involveret i kommunikationen - så kommer man v.hj. a. dette apparatur samtidig tættere på og får lettere adgang til denne nye virtuelle virkelighed af elektroniske signaler.

Nettet danner en virkelig virtualitet (som Castells kalder det), der føjer sig til og fletter sig sammen med vores andre virkeligheder, vores sociale miljøer og de omgivelser der udgøres af dels jordkloben, dyrene og planterne, dels redskaberne, maskinerne samt den agrare, industrielle og trafikale infrastruktur. At beskæftige sig med dette må være en væsentlig opgave for mediesociologien (se f.eks. Gotved 2000).

Offentlighed

Når vi taler om medier, taler vi også om offentlighed, om organiseringen af den offentlige sfære, om offentlighedsprocesser, om de ideer, myter, ideologier, værdier og moder, der gennemstrømmer offentligheden. Men hvad er offentlighed? Det fremstår i modsætning til hvad der er privat eller intimt. Se model nr. 1.

Model nr. 1

<u>Offentligt</u>	<u>Privat/intimt</u>
Åbent	Lukket
Synligt	Skjult (hemmeligt)
Alment	Personligt
-----	-----
Fremmede	Bekendte
Publikum	
Fælles	Fælles
-----	-----
Institutionaliseret politisk magt staten; off. myndigheder, off. tjeneste- og velfærdsydelser	Privat virksomhed personlige forbindelser

I denne opstilling er der forskellige og kun delvis overlappende begrebsliggørelser på spil.

1. Der er for det første læren fra Jürgen Habermas: Vi kan forstå offentlighedsbegrebet som knyttet til skellet mellem privat virksomhed og offentlig/statslig myndighed samt til forholdet mellem myndighedsudøvelse og samfundsborgere. Et samfunds borgere udgør til sammen en offentlighed som både er basis og genstand for myndighedsudøvelsen, og i dette forhold mellem borgere og myndighedsudøvelse kan man i forlængelse af Habermas skelne mellem på den ene side en *udstillende* og på den anden side en *diskuterende* eller deltagende offentlighed. I en udstillende offentlighedsstruktur er myndighedsudøvelsen et herredømme der bliver udstillet *foran* folket, eventuelt i fjernsynet. Tilskuerne til den udstillende offentlighed – folket – hører til og er underlagt øvrigheden, men er udelukket fra dens udøvelse.

Heroverfor skal den diskuterende offentlighed forstås som det sted, det forum og den proces hvor privatfolk forsamles og gennem diskussion og ræsonnement i det offentlige rum – fysiske forsamlinger eller aviser og andre medier – udvikler den offentlige mening, på basis af hvilken myndighedsudøvelsen skal finde sted. Den borgerlige offentlighed er noget der etablerer det private rum som en eksklusiv beskyttet sfære, og med basis i den kan man som private individer deltage i det offentlige. Den borgerlige, diskuterende offentlighed voksede i oplysningstiden frem som ideal for demokratisk samfundsdannelse i modsætning til den feudale kongemagts udstillende offentlighed. Et ideal der stadig er gældende, men ifølge Habermas i høj grad korrumpet af såvel privatejede mediemonopoler som af statslig intervention i meningsdannelsen (Habermas 1971; Kjerulf Petersen 1997).

I den historiske analyse af oplysningstidens borgerlige offentlighed finder man imidlertid at den eksklusive privathed i høj grad er knyttet sammen med ejendomsbesiddelse og mandligt køn, og erhvervsvirksomheden opfattes som en del af det beskyttede private domæne. Men et ideal for borgernes offentlighed bør vel nu om dage helt adskilles fra markedet. Når borgernes offentlige mening dannes, er det også som krav til den magtudøvelse der foregår på markedet og via den såkaldt private virksomhed – der i øvrigt finder sted i transnationale firmaer. Den offentlige mening bør ikke alene stille krav til hvordan de offentlige skattemidler forvaltes, men også til hvordan forbrugernes – i realiteten offentlige – midler anvendes: til produkternes beskaffenhed og til fabriktionspraksis. Dermed er den offentlige mening heller ikke noget der alene omsætter sig i politisk handlen, men også i forbruger- og smagsadfærd.

Jævnfør de foregående afsnit, så har forskellige mediers tekniske og semiotiske indretning indflydelse på offentlighedsstrukturen. Broadcastmedierne er kendetegnet af envejskommunikation og en centraliseret produktion af medietekster. Man kan derfor have dem mistænkt for at fremstille en rent udstillende offentlighedsstruktur, mens computermedierne fremstiller en mere diskuterende offentlighed, fordi brugerne takket være mediets tekniske design har mulighed for at deltage i kommunikationen. Som vi allerede har været inde på, så er det dog ikke helt så éntydigt. Fjernsynsmediet giver et meget frit rum til at diskutere mediebudskaberne, og tilgængeligheden af fjernsynets kode muliggør en enorm spredning af den information der er nødvendig for at kunne deltage i diskussionen. Omvendt er netmediernes mængde af information og kommunikation så omfattende og i den grad op til

brugerens egen søgning at det er umuligt at opretholde en samlet offentlighed. Den splittes op i et mylder af mini-offentligheder der ikke kommunikerer indbyrdes – hvilket er stærkt problematisk eftersom alle disse minioffentligheder alle er udleveret til de samme gennemtrængende samfundsdynamikker (såsom spredningen af miljørisici).

2. Det leder alt sammen frem til en bredere forståelse af offentlighedsbegrebet knyttet til en mere grundlæggende sondring mellem det offentlige og det private, mellem det der i den samfundsmæssige praksis er synligt, åbent og alment, over for det der er privat, lukket og personligt. Også i den optik er forholdet mellem sfærene noget der undergår historiske forandringer. Her er det vigtigt at forstå hvordan det private og det offentlige på den ene side bliver konstitueret som adskilte sfærer, men på den anden side interagerer. F.eks bliver det private parforhold institutionaliseret gennem en offentlig, synlig og myndighedsreguleret vielse. Noget tilsvarende gælder for den private husholdningsøkonomi som bliver reguleret af skattemyndighederne. Det er også en udbredt praksis offentligt at udstille noget der er defineret som ens privatheder og intimiteter (f.eks. i talkshows i fjernsynet) for dermed at give dem mening, og omvendt er vores private smagsadfærd og personlige valg foranlediget af de smagsmuligheder og valgmuligheder der er alment cirkulerede i de offentligt tilgængelige medier.

Offentlighed har dermed ikke alene at gøre med den politiske proces eller med forholdet mellem myndighed og borger, men handler også om smag og livsværdier og helt grundlæggende om *fælleshed*. Ikke mellem bekendte, men mellem fremmede. Man er fælles om:

- at være eksponeret for de samme fænomener, objekter, personer som er

alment synlige og tilgængelige via medierne

- at dele de samme rum og de samme grundlæggende samfundsmæssige og fysiske vilkår og udviklinger
 - det samme territorium/landområde/byområde
 - det samme politiske/socialle/kulturelle rum
 - det samme medielandskab
 - de samme alt-påvirkende samfundsmæssige udviklinger (teknologiuudviklingen ikke mindst)
- at være udsat for eller borgere i relation til den samme offentlige myndighed og de samme magtapparater
- at være udsat for de samme store virksomheder og kapitalapparater
- de samme fortællinger, symbolske opdelinger, grundlæggende forestillinger, såvel som hurtigt skiftende moder, der danner midlertidige fokuspunkter for kollektiviteten
- de regler - det sprog, de genrer - der gælder for den kommunikative interaktion

Denne fælleshed eksisterer og udfolder sig på mange forskellige niveauer og i mange forskellige *deloffentligheder*. Der findes klasse- og kønsspecifikke fællesheder, der er fællesheder knyttet til virksomheder, organisationer og læreanstalter. En overordnet offentlighed, der tæller millioner af mennesker spredt over store områder, er dermed ikke nødvendigvis en *enighed*, den er snarere en *forskellighedens struktur*. Fletværket af deloffentligheder danner en enhed i kraft af den systematiske forskellighed der definerer grupperne i forhold til hinanden, typisk omkring positioner af mainstream over for subkultur, eller distingveret over for jævn, eller dominerende over for marginaliseret. En enhed, der dog også består i de *dominerende diskurser* der på tværs af forskellighederne danner ramme og

grundlag for alle grupper (jvf. ovenfor) (Kjerulf Petersen 1997, Maffesoli 1996).

Hvordan fællesheden og offentligheden end er konfigureret, så bliver den først til gennem medier som kan danne en form for mødested, forvalte ritualer og transmittere den viden og de forståelser, som offentligheden er fælles om. Her kan vi som medieforskere interessere os for indholdet af de tekster som cirkulerer i en offentlighed. Det vil sige at vi med medieteksterne som analysefelt prøver at give en diagnose af de forestillinger og værdier, som gennemstrømmer en eller anden offentlighed. Det er i den forbindelse tekst- og diskursanalysen viser sig meget lovende for alle slags sociologiske studier (og ikke kun mediesociologien). Samfundsforhold artikuleres og sætter sig spor i medietekster og kan derfor også diagnosticeres gennem mediestudier.

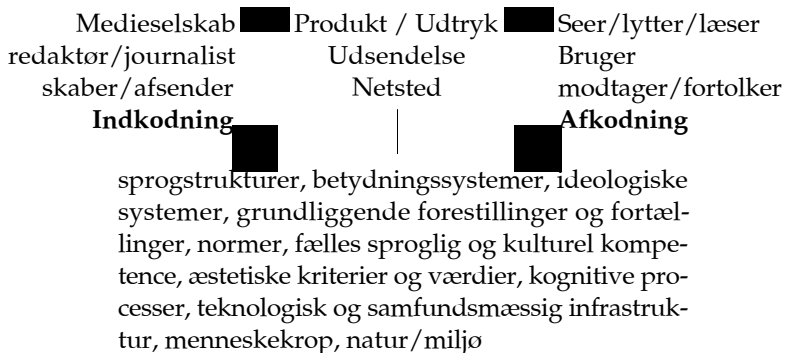
Vi kan også interessere os for betingelserne for offentlighedsprocesserne. Hvordan foregår de, hvilken magt udøves der gennem dem, og hvad er betingelserne for produktion og modtagelse af medietekster. Hvordan bliver det afgjort hvilken viden og hvilke forståelser som bliver gennemtrængende og dominerende i offentligheden? Hermed spørger vi både til hvordan den offentlige betydningsdannelse foregår, og hvordan den omsættes til såvel politisk praksis som individuel og kollektiv smagspraksis –

forbrugsvaner, kunst, livsform.

Det er indlysende at medieimperier, som dem der kontrolleres af Rupert Murdoch og Silvio Berlusconi, har en regulerende indflydelse på de dagsordener der sættes i den politiske proces, såvel som i cirkulationen af livsstil og livsværdier. At kortlægge medieimperiers politisk-økonomiske status og deres kontrol over den offentlige og dermed den samfundsmæssige betydningsproduktion er en væsentlig opgave for mediesociologien.

Helt banalt findes der talrige eksempler på undertrykkelse af ufordelagtige historier om store firmaer der annoncerer på Murdochs tv-kanaler. Når det gælder den grundlæggende viden og de værdier der gennemstrømmer en offentlighed – f.eks. amerikanske yndlingsmyter om at kriminalitet skyldes dårlige gener, eller at alle sociale problemer kun har individuelle løsninger – så kan man også se medieimperier som hovedaktører i opretholdelsen af de herskende ideologier. Ideologisk dominans er dog ikke entydigt determineret af medieejerskab, således at de personer eller samfundsgrupper, der har kontrol over medieinstitutioner, direkte dikterer hvad den herskende ideologi skal være. Den samfundsmæssige betydningsdannelse – som den bæres af forskellige medier – er en dynamisk proces med mange aktører og mange niveauer. Som det fremgår af denne model.

Model nr. 2



Afsenderen producerer betydning, men hvor kommer den betydning fra? Afsenderen, som også er en institutionel størrelse, er den der *indkoder* en tekst, et program, en udsendelse, men denne indkodning er ikke afsenderens suveræne opfindelse. Indkodningen udspringer af nogle erfaringer og nogle samfundsmæssige strukturer, vilkår og værdier; den betjener sig af et sprog, et udtrykssystem og en æstetik, og alt dette er noget der rækker ud over den enkelte afsender og i en eller anden udstrækning er fælles for deltagerne i kommunikationen. Indkodningen er i den forstand en formidling, bearbejdning og fortolkning af nogle mere grundlæggende forestillinger, ideologier og vilkår samt de interesser der knytter sig til dem.

Medieinstitutionen, redaktøren, journalisten etc. tærer på almene og mere specielle kompetencer. I deres produktionsmæssige valg og tolkninger opererer de ud fra en tolkningsramme som udspringer af deres samlede habitus: deres samlede kulturelle kapital og sociale dannelse samt de magtmæssige interesser de opererer ud fra. Spørgsmålet er selvfølgelig hvordan de tolkningsrammer, der styrer medieproduktionen, forholder sig til medie(for)brugernes tolkningsrammer. Spørgsmålet er om en journalist-habitus arrangerer viden på særlige måder, og om denne journalist-habitus udgrænser og umuliggør visse tolkningsrammer (Bourdieu 1996).

Det gælder ligeledes at modtageren ikke blot er en beholder, som meddelelsen bliver hældt op i. Modtageren foretager en *afkodning* af udtrykket på basis af en sproglig og kulturel kompetence som i en eller anden udstrækning deles af den afsender, der har indkodet de tegn som meddelelsen eller budskabet består af. Mere end det, så er afkodningen af udtrykket en tolkning der samtidig er en ny betydningsproduktion, som virker til-

bage på udtrykket og på kommunikationsprocessen som sådan.

Modtagerens tolkning er selvfølgelig ikke frit i luften svævende, den er betinget af den tekst som den vedrører, og tolkningen er heller ikke eksklusiv og unik for det enkelte individ, den foregår efter nogle overordnede tolkningspraksisser. Den danske medieforsker Klaus Bruhn Jensen (1995) taler om hvordan publikum er prædisponeret til at modtage medietekster på særlige måder afhængig af deres sociale omstændigheder og kulturelle kapital. Eksempelvis var der helt forskellige overordnede tolkningsrammer ved modtagelsen af medieteksterne om sagen mod og frikendelsen af den afrikansk-amerikanske football-helt og skuespiller O. J. Simpson. I USA var tolkningsrammen i høj grad baseret på spørgsmålet om race, men med omvendte fortegn i de forskellige dele af samfundet. I en europæisk offentlighed var tolkningsrammen baseret på en opfattelse af det amerikanske retsvæsens råddenhed hvor de der kan betale sig fra det går fri. Disse forskellige forståelsesrammer bliver sendt tilbage i medierne og påvirker yderligere den status som sagen har i offentligheden, og den betydningsdannelse der knytter sig til den.

Vi spørger igen: Hvordan bliver mediernes og offentlighedens dagsorden sat. Sagen om vandmiljøplanen kan tjene som illustrativt eksempel på det væld af faktorer der spiller en rolle i afgørelsen af mediernes dagsorden. I gennemgangen af dette eksempel vil jeg tillade mig alene at tære på min hukommelse om sagen på baggrund af hvad jeg har fået at vide *gennem medierne*:

Gennem mange år var det fra miljøeksperter blevet påpeget hvordan vandmiljøet i og omkring Danmark var forurennet af næringsssalte med iltsvind og forringede vilkår for dyrelivet til følge. Intet var sket for at begrænse forureningen. På

et tidspunkt begyndte hummere i Kattegat at dø i store mængder, og pludselig blev problemet ikke bare dækket sporadisk, men intensivt, med den daværende direktør for Naturfredningsforeningen som en fremtrædende aktør, og inden et år var der sammentømret et politisk forlig der indebar at kommuner, husholdninger og industri skulle gøre en kæmpeindsats med forureningsbekæmpelse, mens landbruget slap uden nogen forpligtelser.

At problemet blev behandlet politisk gennem lovgivning og dertil hørende fordeling af ressourcer og risici var betinget af det aktuelle pres fra den offentlige meningsdannelse, båret af medierne, men også af at problemet havde været kendt i offentligheden gennem lang tid. At spørgsmålet fandt vej til den offentlige meningsdannelse beroede på de akutte historier i medierne, men at det vandt genklang beroede på en generelt øget miljøbevidsthed som gennemstrømmede offentligheden, og omvendt blev denne bevidsthed netop næret af genkommende historier om forskellige miljøskader. Dvs. at der havde etableret sig nogle generelle tolkningsskemaer for reception af historier om og bekymring for miljøet. Sådanne tolkningsskemaer og en sådan folkestemning var blevet næret af distribution af viden og information gennem medierne fra forskellige former for organisationer og diverse eksperter, men også undertrykt og modarbejdet gennem medierne af andre interessegrupper såsom landbruget og under alle omstændigheder viderebearbejdet i ansigt til ansigt diskussioner i offentlige og private fora, i hjemmet, på arbejdspladserne, i venners lag osv.

Den slags meningsdannelsesprocesser med alle de involverede aktører og instanser er det vigtigt for mediesociologien at kortlægge. I øvrigt er det i vandmiljøplanens eftermæle, og som et direkte

led i den offentlige kamp om meningsdannelsen, blevet hævdet at planen var resultat af mediehyperi over et par døde hummere, (hvor sandheden snarere er at den første plan var utilstrækkelig). Kommunikation af viden omkring miljøspørgsmål er ikke kun en distribution af viden, det er også et ritual der genopfører de ideologiske positioner, som deler den offentlige betydningsvedligeholdelse.

Identitetspolitik og hverdagsliv

Massemedierne er vævet sammen med den sociale betydningsdannelse, producerer den, bærer den, reproducerer den (som den i øvrigt også bliver til gennem uddannelsessystemet, i religiøse fora, gennem interaktionen på arbejdspladser, mellem myndigheder og borgere og i kredse af familie og bekendte). Massemedierne er vævet sammen med de mest grundlæggende, mest vidtfavnende og mest flygtige elementer af den sociale og samfundsmæssige tegn- og betydningsdannelse, og det på flere felter. I forhold til:

- Hverdagsligheden
- Politikken
- Oplysning, opdragelse, indlæring
- Smag/æstetik..... underholdning

For hver af disse felter er der både et niveau af grundlæggende forestillinger, fortællinger og ideologier og et niveau af daglige manifestationer: de løbende politiske kampe, de skiftende moder, de skiftende værker. Den computermedierede (masse)kommunikation tilføjer yderligere et felt:

- Personlig interaktion; altså den betydningsdannelse der finder sted i bekendtskabskreds, arbejde, familie samt i forhold til offentlige myndigheder

Som det sidste af de hovedtemaer, jeg har nævnt for mediesociologien, skal vi nu kort fokusere på karakteren af de elektroniske mediers sammenvævning med hverdagsligheden.

Silverstone (1994) påpeger hvordan det sociale liv i husstanden nærmest er distribueret omkring medieapparaterne og medieprogrammerne med dertil hørende magtkampe om fjernbetjeningen og medieforbruget, og hvem der bestemmer omfanget og karakteren heraf. Som vi allerede har været inde på, så bidrager broadcastmediernes også med deres bestandige flow til at etablere tidens bevægelse gennem dagen, gennem ugen og gennem året. Det er Paddy Scannells pointe at broadcastmediernes flow er knyttet til, ledsager og nærmest orkestrerer hverdagslivets rutiner med deres opdelinger i arbejdstid, fritid, hviletid og højtid og overgange mellem disse. Mere end blot at ledsage og orkestrere hverdagslivet, så bliver den omgivende verden også gennem denne ledsagelse inkorporeret i den enkelte seers levede liv (Scannell 1996). Ikke blot er medieforbruget en del af hverdagens rutiner, men formler for social interaktion bliver cirkuleret og indlært eller afvist via medieteksterne.

Der er selvfølgelig den fiktionsverden som fjernsynet udsender i form af sitcoms og soaps. En fiktionsverden som eksisterer parallelt med den virkelige verden. Vi får et forhold til de fiktive karakterer, vokser op med dem, man ser dem lejlighedsvis, man "lærer" af dem og deres handlinger og man spejler sig i dem. (Det er nogenlunde det som Horton og Wohl i et klassisk essay (1997) kalder *parasocial interaktion*, og som også foregår med nyhedsoplæsere og disc jockeyer m.v.). Men også den verden af historiske, politiske, kunstneriske begivenheder, som udgør det omgivende samfunds offentlige virkelighed, bliver bragt direkte ind i hverdagslivets flow.

Med computer/net-mediernes bliver denne sammenfletning af den personlige og den store historie yderligere radikaleret. Som en identitetspolitik. Private beslutninger, der vedrører den personlige smag, er aldrig strengt private, men er muliggjort og formet af de betydninger og former der er fælles og offentlige. At tage en smag på sig og udstille den er samtidig at genbekræfte den i det offentlige, hvorved man også peger mod de "smagsregimer", de diskuser og normer og politikker denne smag er indskrevet i. Med internettet er muligheden for offentlig cirkulation af en privat identitetspolitik blevet større, og det er blevet nemmere selv at forme de offentligt cirkulerede tegn og forestillinger man modtager. Internettet kan siges at udvide en demokratisk adgang til identitetspolitik. Dette er samtidig en identitetspolitik uden et monolitisk selvprojekt, uden en mystificering af det absolutte selv som fokus, men snarere en identitetspolitik med formbare selvpositioner (Knapp 1996).

For at uddybe disse begreber om identitetspolitik og formbarhed vil jeg gerne inddrage Thomas Ziehe (1989). Han taler om en tiltagende *refleksivitet*. Dvs. at muligheden for at forholde sig til sig selv som individ, gruppe og samfund er stærkt forøget. Vi har i større omfang gennem alle vore medier viden til rådighed hvormed vi kan iagttage os selv og gøre billeder af vores omverden. Vi har større og større adgang til flere og flere sekundære erfaringer som ligger forud for egne primære erfaringer, og som vi modelerer og tolker vores egen praksis og selvrefleksion efter. Disse sekundære erfaringer antager karakter af primære erfaringer hvilket yderligere understreges af en formbarhed, som med computermediernes bliver helt konkret i forhold til de tegnudtryk der danner erfaringsuniverset.

Formbarheden indebærer at alt kan tematiseres og problematiseres. Den nar-

relative kraft, der kan give samling til denne problematisering – indskrive vores liv i en samlet (kollektiv) fortælling – bliver svækket for i stedet at lade os være til stede i et konstant valg af tolkningsramme. Heri ligger der på den ene side en befrielse fra en mystificeret skæbne, men man er i stedet udleveret til hele tiden at retfærdiggøre sin formning, for det der ikke er skæbne kan ændres, og de valg har man ansvaret for. Den sociale kontrol virker gennem følelsen af at “jeg/vi opnår for lidt” og “det jeg gør er ikke interessant nok” snarere end “vi må ikke det vi gerne vil”.

Litteratur

- Bourdieu, Pierre 1996: *Om TV – og journalistikkens magt*. København: Tiderne skifter.
- Bruhn-Jensen, Klaus 1995: *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage.
- Carey, James W. 1989: *Communication as Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Castells, Manuel 1996: *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Doane, Mary Ann 1990: “Information, Crisis, Catastrophe” i Patricia Mellencamp (ed.): *Logics of Television*. Indiana University Press.
- Finnemann, Niels Ole 1998: “Computeren: Et medie for en ny skriftteknologisk revolution” i Jens F. Jensen (red.): *Multimedier, hypermedier, interaktive medier*. FISK-serien 3, Aalborg Universitetsforlag.
- Gotved, Stine 2000: *Cybersociologi – det samme på en anden måde*. Ph.d.-afhandling nr. 12, Sociologisk Institut, Københavns Universitet.
- Habermas, Jürgen 1971 [1962]: *Borgerlig offentlighed*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Horton, Donald & R. Richard Wohl 1997 [1956]: “Massekommunikation og parasocial interaktion: Et indlæg om intimitet på afstand”, *Mediekultur* nr.26.
- Høyer, Svennik 1989: *Små samtaler og store medier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jensen, Jens F. 1998: “Interaktivitet og interaktive medier” i *Multimedier, hypermedier, interaktive medier*. FISK-serien 3, Aalborg Universitetsforlag.
- Kjerulf Petersen, Lars 1997: *Miljøbevidsthed på MTV. Om naturen i massekulturen*. København: Forlaget Sociologi (Samfundslitteratur).
- Knapp, James A. 1996: “Essayistic messages: Internet newsgroups as an electronic public sphere” i David Porter (red.): *Internet Culture*. New York & London: Routledge.
- Langer, Susanne K. 1969 [1942]: *Menneske og symbol*. København: Gyldendal.
- McLuhan, Marshall 1994 [1964]: *Understanding media. The extensions of man*. Seneste optryk, London: Routledge.
- Meyrowitz, Joshua 1985: *No sense of place*. Oxford University Press.
- Meyrowitz, J. 1997: “Tre paradigmer i medieforskningen”, *Mediekultur* # 26.
- Maffesoli, Michel 1996: *The Time of the Tribes*. London: Sage.
- Morse, Margaret 1990: “An ontology of everyday distraction. The freeway, the mall, and television” i Patricia Mellencamp (red.): *Logics of Television*. Indiana University Press.
- Peirce, Charles Sanders 1994: *Semiotik og pragmatisme*. København: Gyldendal.
- Scannell, Paddy 1996: *Radio, Television and Modern Life*. Oxford & Cambridge, Ma: Blackwell.
- Silverstone, Roger 1994: *Television and everyday life*. London: Routledge.
- Williams, Raymond 1990 [1975]: *Television, Technology and Cultural Form*. 2. udg. London: Routledge.
- Ziehe, Thomas 1989: *Ambivalenser og mangfoldighed*. København: Politisk Revy.