

PRESSET.

massen
2020

PRESSET.

jubilæumsutgave

massen

2020

*utgaven
er gratis*

Innhold

Leder	5
Redaksjonen	6
Bidragstere	7
Fra trussel til ressurs	11
Sosiale mediers makt i massedemonstrasjonene	16
Mediepåvirkningens teoretiske massebevegelse	21
Massen og offentligheten	28
Det direkte og det digitale	32
Masseperspektiv	39
Demokrati og internett i det store bildet	46
Targeting emotions	49
Trendy kropp	54
Massemord av individer	59
Massemediene i koronavirusets tidsalder	61
Noter og bibliografi	66
Trykkinfo	68

Etter mye om og men er vi endelig tilbake der vi alltid liker oss best. Helstresset over høstens stappfulle semestre, alle altoppslukende frister og ikke minst den herlige følelse av et jubileum. Det er nå gått hele to år, som riktignok føles som en hel mannsalder, siden vi startet opp denne redaksjonen og dette magasinet.

Siden den energiske oppstarten vår høsten 2018 har det skjedd store forandringer – både i oss selv, i redaksjonens sammensetting og ikke minst i medielandskapet vi befinner oss selv i. Impulsene og inntrykkene er nesten overdøvende og spekteret med hendelser og nyheter som fyller hver eneste digitale flate er nesten til å bli utmatte av. Det å holde seg oppdatert på medieverden er blitt en egen form for mestringskunst (les: en *vanskelig* mestringskunst).

Vi har nå kommet oss igjennom to år med tekster, to år med energiske velkomster til nye medlemmer og vemodige avskjeder til gamle medlemmer og to år med en helt vanvittig mengde med det vi elsker å gjøre. Redaktører og skribenter har byttet plass og nye stemmer maner fram endringer i redaksjonens indre sirkler. Men nå, nå er det på tide å se fremover. Nå har vi bikket to år som nettmagasin, to år som redaksjon og to år som en herlig gjeng som brenner for medier. Denne utgaven dedikeres til alle som har fulgt oss fra starten av, til alle som har kommet med støttende ord og til alle som har kommet med avgjørende konstruktiv kritikk. Ikke minst dedikeres denne utgaven til alle våre tidligere medlemmer og alle våre kjære lesere – gled dere til veien videre!

Tusen takk til alle som har gjort denne jubileumsutgaven, vår andre i rekken, til en realitet.

...

Dette jubileumsmagasinet har fått temaet «Massen» og er myntet på medieverdens måte å forholde seg til samfunnets ulike teknologiske, digitale og menneskelige masser på. Vi ønsket å rette fokuset mot noe som har vært avgjørende for medievitenskapens og kommunikasjonens utvikling, men som samtidig er definerende i vårt heldigitaliserte samfunn. Dette har resultert i en samling med tekster som utfordrer, kritiserer og åpner opp måtene vi kan forholde oss til vårt samfunns medierte masser på – på hver sine egne måter.

God lesning!

STEFFEN TOMT (f. 1997) fullførte våren 2020 en bachelorgrad i medievitenskap med fordypning i estetikk, ved Universitetet i Oslo. Tomt er sjefredaktør og hovedstifter av PRESSET, og interesserer seg for fotografiets rolle i samfunnet med en spesiell vektlegging på estetikken område.

IDA ANDERSEN (f. 1997) har en bachelorgrad i medievitenskap med fordypning i statsvitenskap og politisk kommunikasjon og fullfører våren 2021 en mastergrad i politisk kommunikasjon ved Universitetet i Oslo. Andersen er medstifter og nyhetsredaktør og fordypner seg i politikken rolle i medier.

EMMA MAGDALENA NEDREGOTTEN GLIMSTAD (f. 2000) studerer medievitenskap ved Universitetet i Oslo med fordypning i statsvitenskap. Glimstad interesserer seg spesielt for kulturens sfære og velger ofte å fokusere på større samfunnsproblemer og endringer.

MATEI NORBERT BALAN (f. 1991) studerer en mastergrad i screen cultures ved Universitetet i Oslo og er på sitt siste år av graden. Balan har en forkjærlighet for politisk film, samtidig som en dyptgående interesse for masse-mediterte bilder og ekkokammer preger Balans tilnærminger til filmmediet.

ANJA VRANIC (f. 1987) har en mastergrad i asiatiske studier fra Universitetet i Oslo og arbeider som vitenskapelig assistent ved Institutt for medier og kommunikasjon, UiO. Vranic liker å sette spørsmålsteget ved samfunnsnormer og er redaktør for Ideer-seksjonen.

ANDERS WIIG LETNES (f. 1992) fullførte våren 2020 en mastergrad i medievitenskap med vektlegging på den norske spillbransjen. Letnes er tidligere kulturelledelse og interesserer seg stort for spillkultur og spillutvikling.

AYLIN THORJUSSEN (f. 2000) studerer medievitenskap ved Universitetet i Oslo med fordypning i psykologi. Thorjussen har kjærlighet til fotografiering og en brennende iver for mennesker, kommunikasjon, sosiale medier og fotografiets påvirkning i samfunnet.

EMMA SKJELTEN DAASVATN (f. 1999) studerer medievitenskap ved Universitetet i Oslo med fordypning i statsvitenskap. Daasvatn interesserer seg stort for å bringe viktige nyhetssaker frem i lyset og ønsker å gi et virkelighetsnært bilde av aktuelle hendelser.

LINNEA JACOBY AASRUM (f. 1997) studerer enkelt emner i medievitenskap ved Universitetet i Oslo fullførte våren 2020 en bachelorgrad i samfunnsgeografi. Aasrum har fra tidligere studerte britisk og internasjonal politikk i England, og har en dyptgående interesse for mediers påvirkningskraft i samfunnet.

SUSANNA MATHEA ARSKY (f. 1996) studerer medievitenskap ved Universitetet i Oslo med fordypning i statsvitenskap. Arsky fokuserer mest på etikk og rettferdighet og har en stor interesse for nasjonale og internasjonale perspektiver.

SINDRE BRENNHAGEN (f.1997) studerer en mastergrad i filosofi ved Universitetet i Oslo og er på sitt siste år av graden. Brennhagen jobber på Det humanistiske fakultet ved UiO og er redaktør for tidsskriftet Filosofisk supplement.

Bidragstere

YLVA MALBYE BERGET (f. 1996) er utdannet produktdesigner ved OsloMet, og arbeider med grafisk design og illustrasjon utenom nåværende studier ved Prosjektskolen i Oslo. Instagram: @ylviiiis

CHRISTINE MARIE BRUU (f. 1994) har en bachelorgrad i kunsthistorie fra Universitetet i Oslo, og har også studert kulturledelse og journalistikk ved OsloMet. Hun begynte denne høsten på masterstudium i kunsthistorie ved Universitetet i Oslo. Bruu er tidligere redaktør for det kunsthistoriske tidsskriftet PARAGONE, og har designet jubileumsutgaven til PRESSET.

Litteraturhuset (etab. 2007) er Norges aller første litteraturhus og en scene som bringer litteratur og mennesker sammen. Litteraturhuset har gjennom utplassering og distribuering bidratt til jubileumsmagasinet spredning. Nettside: www.litteraturhuset.no

Kulturhuset (etab. 2013) er et av Norges mest aktive og varierte kulturhus – et yndet møtested for hovedstadens innbyggere. Kulturhuset har gjennom utplassering og distribueringsbidratt til jubileumsmagasinet spredning. Nettside: www.kulturhusetioslo.no

Tema

Massen



Foto: Darren Chan / Unsplash

Fra trussel til ressurs: massene i vår digitale verden 11

Massene har ofte blitt sett ned på som tankeløse og forsvarsløse. Dette synet finnes til en vissgrad fortsatt. Allikevel har massene gått fra trussel til svært viktig ressurs i dagens digitale verden. Hvorfor er massene så viktige?

Massen(e) har gjennom historien ofte blitt sett ned på. Et negativt syn på massene finnes fortsatt. Imidlertid, ifølge Andrew McAfee og Erik Brynjolfsson, har massene (eller «the crowd», som de sier) fått en spesielt viktig rolle i vår digitale verden. I boka *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future* snakker de om hvordan «the crowd» er i ferd med å bli vel så viktig som «the core».¹ Hvordan har man sett på massene før? Hvordan skiller McAfee og Brynjolfsson seg fra dette? Hvorfor er massene så viktige i vår digitale verden?

Hvordan har man sett på massene før?
Massemedier og mediens påvirkningskraft («media effects») er populære og omdiskuterte emner innen medievitenskapen. Aviser, radio og TV var (og er) medier rettet mot massene. Mange fryktet hvilken effekt de ville ha. Datidens motstand mot filmen var ikke ulik senere motstand mot gaming og sosiale medier. Frykten hang sammen med mediesynet og synet på massene.

Jostein Gripsrud deler «fortellingen» om forskningen på mediepåvirkning i tre deler. «Allmektige medier» er perioden fram til 1940. Her mente forskerne at medier kunne sprøyte verdier og atferd inn i et forsvarsløst publikum.²

I neste del, «Avmektige medier», fra 40- til 70-tallet, endret dette synet seg. Mediene hadde lite påvirkning om de ikke sa det folk mente fra før. I så fall måtte de først få med seg opinionsledere – altså noen som har innflytelse på andre i samme sosiale gruppe. I denne perioden ble publikum sett på som «selvstendig tenkende og handlende individer» som brukte mediene til egen informasjon og underholdning.³

Artikkel
av Anders Wiig Letnes

Tredje del begynner rundt 1970. I «Mektige medier» er dagsordenfunksjonen viktig. Denne innebærer at mediene setter dagsorden gjennom stoffet sitt.⁴ Mediene kunne kanskje ikke fortelle massene hva de skulle tenke, men kunne fortelle hva de skulle tenke på.⁵

De ulike synene har ikke oppstått i et vakuum. I mellomkrigstiden var stimulus-respons-modellen i vinden, og man trodde stimuli fra medier kunne påvirke mennesker slik som Pavlovs hunder.⁶ I tillegg til dette var synet på massene en viktig faktor. Massesamfunnsteorien prøvde å beskrive det moderne samfunnet. Overgangen fra jordbruk til industri førte til at folk flyttet fra bygd til by. Man gikk fra stabile relasjoner og normer til løsrevne individer. Når individene kom sammen igjen ble de en masse. Uten solide normer basert på tradisjoner kunne slike masser gjøre grusomme ting, mente man. Begrepet «masse» sier mye om elitens syn på resten av samfunnet, skriver Gripsrud. En masse kan for eksempel formes gjennom propaganda.⁷

Dette synet preget altså mye tidlig medieforskning, men dette har endret seg med årene. Vi lever kanskje fortsatt i perioden «Mektige medier». Allikevel dukker synet på massene og de allmektige mediene opp i ny og ne. Som nevnt ser man igjen trekk fra film-debatten i debatter rundt videospill og sosiale medier. Altfor lenge har folk spurt om man blir voldelig av skytespill. Mange frykter hva videotjenesten TikTok gjør med de unge. Man ser også synet i samtaler rundt Trump-velgere. Disse omtales gjerne som en masse som har latt seg manipulere av tweets fra en farlig politiker.

Som en motsetning til synet på massene i tidlig medieforskning, som fortsatt til en viss grad finnes, er massene ifølge McAfee og Brynjolfsson svært viktige for fremgang i vår digitale verden. Hvorfor bejubler de massene i så stor grad?

Hva sier McAfee og Brynjolfsson?

Boka Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future handler om tre trender som endrer både våre liv og vårt næringsliv. Tittelen på boka tar navnet fra disse. Den første trenden handler om hvordan maskiner raskt har blitt mye bedre enn de var før, og derfor har fått flere egenskaper. Kunstig intelligens vil for eksempel forme fremtiden i stor grad.⁸ Den andre trenden er knyttet til plattformer. Alle vet at Facebook, Amazon og andre Big Tech-selskaper er blant verdens viktigste, rikeste og største. Mange av disse unge selskapene har danket ut eldre konkurrenter. Mange av de nye selskapene er plattformer.⁹ De formidler hovedsakelig andres innhold eller eiendom. Den tredje trenden er viktigst for denne artikkelen. Her handler det om det de kaller «the crowd»: mengden menneskelig kunnskap, ekspertise og entusiasme over hele verden, som nå samles på nettet.¹⁰ Jeg mener at «the crowd» er synonymt med massene, bare at det nå ikke er snakk om en fysisk folkemasse, men heller en masse på nettet. McAfee og Brynjolfsson argumenterer ikke eksplisitt mot andre tiders syn på massene, men jeg vil hevde at man allikevel kan bruke deres tanker til nettopp dette.

Mønsteret forfatterne har funnet er altså at maskiner, plattformer og massene kommer til å bli viktigere og viktigere. Samtidig påpeker McAfee og Brynjolfsson at disse inngår i begrepspar med andre begrep: «the mind», «products» og «the core». Disse kommer fortsatt til å ha en plass i den nye verdenen. Forfatternes poeng er at bedrifter må klare å balansere disse begrepsparene på nye måter for å overleve. Den som ikke klarer det, er utdatert.¹¹

Biblioteket vs. Wikipedia

For McAfee og Brynjolfsson er biblioteket et perfekt eksempel på «the core» – eller kjernen. Dette er bedrifter, grupper, institusjoner og prosesser som dominerte før Internett. Et bibliotek blir da en samling av kunnskap som profesjonelle bibliotekarer har satt sammen. På den andre siden er «the crowd» nye deltakere og praksiser muliggjort av nettet. Nettet er et bibliotek skapt av massene som konstant vokser og forandrer seg.¹² Samtidig som nettet i seg selv er en stor samling av informasjon, inneholder det også samlinger av informasjon. Wikipedia, blant annet. Slike samlinger deler en viktig egenskap med nettet selv: «[A]s they accumulate the contributions of many people, they spontaneously generate new kinds of knowledge».¹³ Wikipedia er et godt eksempel på kraften og skaperviljen som ligger i massene.

Før i tiden mente man altså at massen enkelt kunne formes av medier og politikere. «The crowd» kan ikke kontrolleres. Hvis massene allikevel samler seg om noe, kan de skape noe som er bedre enn det kjernen noen gang kunne. Wikipedia er et slikt felles prosjekt. Verdens største leksikon er altså bygget av massene – som verken får lønn eller heder og ære for strevet. Forfatterne bruker Linus Torvalds og Linux til å forklare hva som skal til for at massene skal organisere seg. I 1991 ville Torvalds lage et operativsystem som var

gratis og åpent. På et forum spurte han andre om hjelp til å utvikle dette. Ifølge McAfee og Brynjolfsson fungerte Linux blant annet fordi: 1) Torvalds henvendte seg til alle – ikke bare eksperter eller noen med grad; 2) Alle som deltok visste hva målet var, og hva deres bidrag kunne bli brukt til; 3) Folk valgte selv hva de skulle gjøre, ingen autoritet bestemte; 4) Torvalds hadde erfaring med teknologi, og var selv engasjert i arbeidet.¹⁴

I 1999 jobbet Jimmy Wales og Larry Sanger med noe de kalte Nupedia. Dette skulle være nettets første encyklopedi som var gratis. Frivillige redaktører skulle sikre kvaliteten på artiklene. Disse måtte være eksperter med PhD. Nupedia hadde også strenge krav til redigering.¹⁵ Nupedia hadde altså ikke den samme åpenheten som Linux. Fungerte dette? Nei! Etter tolv måneder hadde de kun tolv publiserte artikler. Wales og Sanger så etter nye løsninger, og kom over «wikier». Her var større åpenhet mulig. I midten av januar 2001 var Wikipedia oppe. I slutten av januar hadde siden 617 artikler. I slutten av 2001 var det 19 000 artikler der.¹⁶

Jakten på hvite blodlegemers genstruktur

Man skulle kanskje tro at ekspertene visste bedre enn massene. Spesielt innen visse felt – som medisin, for eksempel. Jeg argumenterer slett ikke for å mistro eksperter – bare så det er sagt. Dette er knyttet til kjernens evne til problemløsning og innovasjon. Her utklasser massene kjernen igjen og igjen. McAfee og Brynjolfsson trekker blant annet fram jakten på genstrukturen til hvite blodlegemer. Maskiner gjør som regel selve arbeidet, men de beste algoritmene har tradisjonelt vært laget av medisinske institutter og universiteter. Forskere prøvde å finne ut om det var mulig å slå resultatet til idAb-algoritmen. Denne hadde 77 prosent nøyaktighet. For å gjøre dette, ba forskerne massene løse problemet. Først gjorde forskerne dette til et algoritme-problem – altså uten medisinske og biologiske detaljer.

Så la de ut utfordringen på Topcoder – et nettsted hvor 400 000 kodere som liker å løse vanskelige problemer møtes. På to uker hadde forskerne fått bidrag fra 122 personer eller grupper. Disse var i alle aldre og fra hele verden. Ikke alle forslagene var gode, men 16 var bedre enn idAb, og åtte nådde 80 prosent nøyaktighet.¹⁷

Hva gjør at «the crowd» utklasser «the core»?

Så hva er problemet med eksperter? McAfee og Brynjolfsson peker på at eksperter, som andre mennesker, har mange ulike bias. For eksempel har de for stor tro på seg selv, og er dessuten utsatt for bekreftelsestendens («confirmation bias»). Sistnevnte er at man legger merke til eller oppsøker informasjon som bekrefter det man allerede vet. Dessuten er det ikke sikkert at alle «eksperter» egentlig er eksperter. Allikevel er ikke dette grunnen til at massene ofte utklasser kjernen.¹⁸ To grunner skiller seg ut som spesielt viktige. Begge henger sammen med at kjernen ofte er satt sammen på en måte som ikke passer problemene den prøver å løse.¹⁹ Massen, derimot, rett og slett fordi den er så stor, vil nesten alltid passe.²⁰ En viktig grunn til dette er at ny kunnskap hele tiden dannes, men det kan ta lang tid før den blir fanget opp av kjernen. Organisasjoner som ikke konstant arbeider med å holde seg oppdatert, vil derfor i mange tilfeller bli utklasset av massene.²¹ Den andre grunnen er at svarene ofte finnes langt unna problemet selv. Det er dessuten vanskelig å vite nøyaktig hvor kunnskapen som trengs for å løse problemet faktisk befinner seg.²² Problemer har godt av ulike perspektiv, mener McAfee og Brynjolfsson. Man finner bedre løsninger med folk med ulik bakgrunn, utdanning, tilnærming til problemløsning og så videre. Eller rett og slett «the crowd». Dette er vanskelig å få til i kjernen, påpeker forfatterne. Hvilket farmasøytisk selskap ville ansatt en astrofysiker i tilfelle de en sjelden gang fikk bruk for hen?²³ Massen er altså svært viktig fordi den består av et stort antall smarte, høyt utdannede, erfarne og motiverte folk som i tillegg er langt unna – geografisk, intellektuelt og/eller sosialt – fra kjernen.²⁴

Nettet har gjort at alle menneskene og all kunnskapen som finnes i massene kan samles på produktive måter. Dette vil føre til innovasjon og fremgang. Med andre ord er massen, eller «the crowd», langt fra tankeløs og forsvarsløs. Massene utklasser eksperter, bedrifter og institusjoner igjen og igjen. De skaper hele tiden ny kunnskap og nye ting, og denne trenden vil bare bli enda viktigere i tiden fremover.



Sosiale mediers makt i massedemonstrasjonene: Hvorfor demonstrerer vi mer enn før?

De siste årene har vi sett en drastisk økning i antall fredelige massedemonstrasjoner verdenover. Hva er egentlig grunnen til dette?

En studie utført av Harvard University viser at antall fredelige demonstrasjoner har økt siden begynnelsen av 2000-tallet. ¹ En massedemonstrasjon er, som begrepet tilsier, en stor offentlig ansamling av mennesker for å støtte en sak eller protestere mot urett. ²

Greta Thunberg har stått i spissen for en fortsatt pågående global klimastreik hvor målet er å få myndighetene til å ta klimaendringene mer på alvor. Katalanske separatister har kjempet om uavhengighet fra Spania. I Hong Kong stiller demonstrantene krav til myndighetene om politisk frihet. ³ Black Lives Matter- bevegelsen blusset opp i USA, og har spredt seg til gater over hele verden. Nylig har vi også fått et innblikk i de store massene som demonstrerer mot antatt valgfusk i Hviterussland ⁴, for ikke å snakke om Sian- demonstrasjonene i Oslo som også ble møtt med motdemonstrasjoner. Lista over massedemonstrasjoner er, med andre ord, temmelig lang. Felles for mange av dem er at de stort sett har vært fredelige, men demonstrantene blir likevel møtt med voldelig motbør, selv fra myndighetenes hold.

Men hva er egentlig grunnen til at det oppstår flere massedemonstrasjoner i vår tid enn tidligere?



Årsaker til massedemonstrasjonene

I en litt eldre episode laget av Aftenpostens podcast Forklart tok de opp nettopp dette spørsmålet. Ekspertene ble invitert til en samtale, og flere mulige svar ble lagt på bordet. En av gjestene var Ole Jacob Sending, forskningsdirektør i norsk utenrikspolitisk institutt, også kjent som NUPI. Han sammenlignet demonstrasjonene vi har sett siden 2000-tallet, og to overordna faktorer ble trukket frem som mulige årsaksforklaringer på økningen av demonstrasjoner. Den ene er sosio-økonomiske faktorer som økt ulikhet, korrupsjon og misnøye med økte priser; den andre er politiske faktorer som ønske om økt selvstendighet og demokratiske friheter som rettferdige valg.⁵ Som følger av blant annet privatisering av offentlige tjenester, globalisering og tilhørende outsourcing av arbeidsplasser, øker forskjellene i samfunnet, på tvers av landegrensene. En studie gjort av Freedom House, en amerikansk forskningsstiftelse, viser også at det har forekommet en nedgang i antall demokratier de siste årene. Mistilliten til egne myndigheter innad i respektive land, demokratiske så vel som mer autoritære stater, er også økende. Dette har ført til en økning av såkalte hybridregimer; regimer som faller midt imellom med både demokratiske og autoritære trekk.⁶ Befolkningen tyr til gatene for å demonstrere når de ikke blir sett, hørt eller får utøvd sine demokratiske rettigheter innenfor disse regimenes rammer.

Disse faktorene har, ikke overraskende, vært årsaker til demonstrasjoner opp gjennom hele historien. Vi har for eksempel lest om kvinnebevegelsen som inntraff på 1800-tallet som førte til at flere kvinner tok opp kampen for å få flere rettigheter. Protester i gatene og Berlinermurens fall, som delte Tyskland inn i vest og øst-blokken, markerte den endelige slutten på den kalde krigen.⁷ De fleste kjenner også til Mahatma Gandhis ikke-voldelige massedemonstrasjoner i India på 1930-tallet. Men selv om disse eksemplene på mange måter passer under de to overnevnte årsaksfaktorene, er det likevel viktig å ikke generalisere her. Det finnes så mange underliggende og ulike trykkpunkter som utløste disse massedemonstrasjonene, for ikke å nevne de åpenbare forskjellene i tid (historisk epoke) og sted.

I intervjuet med Aftenposten hadde Sending en interessant innvending til spørsmålet om hvorfor vi demonstrerer mer enn tidligere. For selv om vi ser like demonstrasjoner i gatene i dag som de vi leser om i historiebøkene, er det allikevel en tredje årsaksforklaring som skiller dagens demonstrasjoner fra de vi har hørt om tidligere. Nåtidens massedemonstrasjoner befinner seg i et bedre (og bredere) medielandskap med større muligheter for kommunikasjon.⁸ Et lite klikk inn på sosiale medier gir oss muligheten til å holde oss oppdatert på det som skjer- ikke bare innenfor øynenes rekkevidde, men i det globale landskapet. Dette har resultert i at det oppstår flere massedemonstrasjoner nå enn tidligere, og at flere også deltar i demonstrasjonene. Sosiale medier kan derfor kanskje sies å være en utslagsgivende grunn til at vi ser et oppsving i antall demonstrasjoner, sosiale medier er et formidlingsverktøy, en informasjonskanal, og følger et samlende (som splittende) medium for større folkebevegelser. Sosiale medier har i den grunn vist seg å være sterke virkemidler i dagens massedemonstrasjoner.

Sosiale mediers makt i massedemonstrasjonene

Demonstrasjonene i Hong Kong fikk oppmerksomhet for demonstrantenes bruk av Tinder for å kommunisere møtesteder og klokkeslett. I Barcelona skrek demonstrantene: «Vi gjør en Hong Kong!»⁹ Facebook blir brukt til å arrangere skolestreiker over hele verden og Amnesty International deler innlegg på Instagram for å gjøre flere oppmerksomme på urett. Dette er eksempler på hvordan sosiale medier fungerer som et verktøy for å mobilisere folkemasser. Slik blir flere enn den lokale befolkningen bevisst på aktuelle situasjoner og hendelser. Det åpner også opp for at flere kan uttrykke sin frustrasjon, men også solidaritet.¹⁰

Sosiale medier som kommunikasjonskanal fører som nevnt til at flere får vite om hendelsene, og det blir enklere å mobilisere massene. Men selv om dette er tilfellet, betyr det ikke nødvendigvis at sosiale medier bidrar til at massedemonstrasjonene fører til reelle endringer av de bestående samfunnsstrukturene.

I en artikkel i The New York Times fra 2019, ble det hevdet at 200 000 demonstranter i dag ikke er det samme som 200 000 demonstranter før sosiale mediers storhetstid, eller internett generelt.¹¹ Det kan virke som at det er mindre engasjement blant demonstranter i dag sammenlignet med tidligere. Ifølge Erica Chenoweth, forsker ved Harvard universitet, tillater sosiale medier demonstrasjoner å hoppe over de mange stegene som før var nødvendig for å mobilisere massene.¹² For selv om flere mennesker er synlige i gatene i dag, mangle de, i følge Chenoweth sine funn, de underliggende strukturene som kan bidra til faktiske samfunnsendringer.

... men bidrar bruken av sosiale medier til samfunnsendring?





Å få 200 000 til å samle seg i gatene før krevde mye tid, krefter og organisatorisk teft. I dag kan man derimot poste et arrangement på Facebook, og selv om det er stor sannsynlighet for at mange trykker «skal», er det ikke like sannsynlig at disse møter opp fysisk. I faglitteraturen har skribent Evgeny Morozov kalt dette fenomenet «slactivisme»- en form for deltakelse som begrenser seg til å klikke «skal» eller «liker» på sosiale medier. Enkelte vil på denne måten føle at de er fritatt fra mer forpliktende deltakelsesformer når de engasjerer seg gjennom en skjerm.¹³ Chenoweth påpeker at årsakene til at dette fenomenet har funnet sted, er de samme årsaksforklaringene som gjør at antall demonstrasjoner har økt. Demonstrasjoner i dag lener seg for mye på sosiale medier for å mobilisere seg¹⁴. Selv om teknologien gjør det mulig å samle flere i gatene, så gjør den samme teknologien det også lettere å hoppe over viktige organisasjonsstrukturer som tidligere bidro til samfunnsendring.

Et mobiliseringsverktøy snarere enn en årsak til samfunnsendring

Sosiale medier erstatter derfor ikke virkelige og fysiske handlinger, men er heller et verktøy for å koordinere og organisere massedemonstrasjoner. Rekkevidden har blitt større, antall demonstranter har økt, men sosiale medier bidrar ikke i den forstand til at massedemonstrasjonene fører til samfunnsendring. Ole Jacob Sending har rett i at sosiale medier på mange måter har revolusjonert måten vi kommuniserer på for å mobilisere massedemonstrasjoner. Det er rart å tenke på at vi kan samles uavhengig av nasjonale grenser, tid og distanse. For selv om Chenoweth sin forskning legger frem bevis på at massedemonstrasjoner i dag ikke oppnår de samme resultatene som de en gang gjorde før sosiale medier sin storhetstid, så er det igjen viktig å ikke generalisere her. Det finnes tilfeller hvor engasjement og mobilisering på sosiale medier har blitt overført til fysisk engasjement som omsider har klart å rokke ved samfunnsstrukturer.

Medier er noe særegent i samfunnet, noe som hverken forholder seg til bestemte områder eller lar seg påvirke og endre av noe få, spesifikke hendelser eller situasjoner. Denne særegenheten som flyter rundt medienes tilstedeværelse, er på mange måter medienes egen bevegelse – medienes og kommunikasjonens evne til å nærmeste flyte gjennom samfunnet som en buktende elv. Så er det vi som et samfunn som endrer denne elvens retning og definerende egenskaper, eller kan det være at det er medienes flytende bevegelser selv som drar oss med langs ukjente bredder?

Massebevegelse

Massebevegelse – et ord man oftest forbinder med forflytningen av mennesker, samfunnsgrupper og himmeldekkende flokker med eksotiske fugler på vei sørover til og nye horisonter. Men begrepet «massebevegelse» er et begrep som inviterer til en hel rekke med fortolkninger, da også på tvers av fag- og samfunnsgrupper. Begrepet kan og benyttes i et forsøk på å illustrere hvordan mediene og kommunikasjonens påvirkningskraft har utviklet seg langs sentrale og avgjørende teoretiske punkter i historien – noe denne teksten har som agenda.

For selv om vi alle sitter inne med en tanke om at vi ikke blir påvirket av mediene og deres fokus, så tar vi alle så ufattelig feil – meg selv inkludert. Spørsmålet er riktignok hvordan vi kan forstå oss på denne påvirkningskraften, som romsterer der langs elvekantene mens den fråder og skummer stadig voldsommere.

Et historisk, nytenkende utgangspunkt

Fra og med begynnelsen av 1900-tallet hadde massemediene allerede påberopt seg en sentral plass i samfunnet. Dagsaviser og ukeblader nådde titusener av mennesker, og det raskere en noensinne før. Det kan likevel argumenteres for at fjernsynet var mediet som virkelig skulle befeste sin dominans over samfunnet og mennesket, noe den canadiske teoretikeren Herbert Marshall McLuhan (1911- 1980) ble kjent for å vektlegge. McLuhan har blitt stående som en mye omtalt og omdiskutert medieteoretiker. Innenfor medievitenskapelige studier er hans utfordrende tilnærming til massemedier nærmest umulig å komme unna. Der andre medieviteres arbeid hovedsakelig tok utgangspunkt i mer «tradisjonelle» former for medier på midten av 1900-tallet, ønsket McLuhan å rette fokuset mot massemedienes nye populærkulturelle medlemmer: TV-serier, livsstilsmagasiner, produktreklamer, underholdningsprogrammer og alskens hverdagslige medieringer.

McLuhans bok *Understanding Media: Extensions of Man* ble publisert i 1964 og motreaksjonene lot ikke vente på seg. Canadieren valgte å orientere seg rundt at det er mediene og teknologien i seg selv som er avgjørende i medieringen – innholdet i medieringen er uvesentlig. Det er her McLuhan bygger opp sitt grandiose fort av hardtslående nyteknikker.¹ Medienes kommunikasjonsformer oppførte seg som flokker med trekfugler i en samlet massebevegelse mot nye teknologier – hvorfor skulle da ikke academia gjøre det samme? Ved å anerkjenne nye former for medier som frem til da hadde bare hadde blitt sett på som uverdige populærkulturelle fenomener banet McLuhan veien fremover for nye forståelser av hva som kunne regnes som påvirkningskrefter på samfunnets masser. Underholdningsprogrammer og hårproduktreklamer fikk plutselig like mye tyngde som tradisjonelle medier. McLuhan anså mediene som en forlengelse av de menneskelige sansene, og teknologien fikk mye oppmerksomhet. Hvis det var slik at mediene forble en forlengelse av mennesket, da ville det jo være mediene selv som var av essens for vår forståelse, ikke deres innhold. Med utgangspunkt i disse argumentene arbeidet McLuhan videre med nye tolkninger og begreper. Hot and cold media, hybrid-energi og high-definition media & low-definition media var noen av de mange begrepene brukt i den nye forståelsen av medier. Spørsmålet var ikke lenger hvordan medieinnholdet kunne påvirke oss, men hvordan mediene og teknologien formet oss. Påvirkninger stammet ikke lenger fra innholdet i mediene, men fra mediene og teknologien selv.² Hvis en av de menneskelige sansene ble påvirket og forandret som følge av en bestemt mediebruk, ville dette også påvirke individets opplevelse av sine andre sanser og sin egen virkelighet. McLuhan skapte effektivt en helomvending i måten man forholdt seg til mediepåvirkning på – og det ved å avskrive all tidligere tradisjonell forståelse for medier.

Indeed, it is only too typical that the "content" of any medium blinds us to the character of the medium.³

Kultivering av onder

George Gerbner (1919-2005), den ungarske kommunikasjonsteoretikeren, er av denne mer tradisjonelle akademiske karakteren (jf. McLuhans kjendisverden). I likhet med McLuhan oppnådde også Gerbner stor suksess med sitt arbeid innenfor kommunikasjon og det med god, kultivert grunn. Ungareren er selve gudfaren til kultivasjonsteori, et merkevare innenfor kommunikasjonsstudier og medievitenskap.

I 1967 initierte Gerbner det som skulle bli kjent som The Cultural Indicators Project, et forskningsprosjekt myntet på fremstillingen av vold i media – mediert vold.⁴ Gerbners forskningsprosjektet ble den første studien som falt under daværende president Lyndon B. Johnsons National Commission on the Causes and Prevention of Violence. Det storslåtte forskningsprosjektet fokuserte i dybden på det amerikanske folkets TV-vaner, og hvordan visuell representasjon av vold på TV formet deres langvarige virkelighetsoppfattelse av samfunnet. Hvis det var noe innhold som måtte ha en effekt, så måtte det vel være det voldelige og brutale man fant i TVs visuelle verden? Kultivasjonsteori omhandler hvordan mediene og deres innhold – medieringen - kultiverer visse bestemte forståelser og oppfattelser hos publikum og massen. Denne kultiveringen og skreddersyningen av publikums virkelighetsforståelse baserer seg på en hel rekke med ulike faktorer: representasjon av kjønn, stereotypier, vold, seksualitet, moral, etnisitet og videre og videre går listen. Gjennom nye massemedier og innhold á 60-tallets TV-sendinger ble det i Gerbners øyne dannet stabile oppfatninger og normer hos publikum – som i verste tilfellet kunne være svært skadelig for samfunnets virkelighetsoppfattelse. TV hadde blitt en ny primær, felles kilde for sosialisering og informasjon for samfunnets alle lag, enten om man var av eliten eller arbeiderne.



Der McLuhan mottok bøtter og spann med både oppmerksomhet og kritikk, satt Gerbner derimot igjen med det sistnevnte. Ungareren mottok kritikk over manglende fokus og forståelse for kognitive og psykologiske prosesser. Selv om Gerbners tilnærming førte med seg kritikk, har kultivasjonsteori etter en hel rekke med endringer og forbedringer blitt stående som en av de viktigste teoretiske tilnærmingene innenfor kommunikasjonsstudier. Få medieeffekt-teorier har klart å vise hvordan langvarige påvirkninger former publikum og massene like bra som kultivasjonsteori. Hvordan mediernes innhold endrer publikums langvarige virkelighetsbildet og da særs med undersøkelser av dramatisk innhold, har blitt viet ekstremt mye fokus siden Gerbners originale prosjekt i 1967.

Hos både McLuhan og Gerbner artet det seg nye holdninger til hvordan mediepåvirkning formet seg hos publikummet og massen, for å ikke nevne den nytenkende måten å forholde seg til mediene i seg selv. Fokuspunktet flyttet seg fra det tradisjonelle fokuset på medieinnholdet og over i et større fokus på massen og hvordan massen endres. Noen oppnår orakel-status á McLuhan, mens andre ender som gudfedre for hele teoretiske retninger, á ungarske Gerbner – resultatet ble uansett en total omveltning av mediernes akademiske sfære (og det med varige endringer).

You know, who tells the stories of a culture really governs human behavior. It used to be the parent, the school, the church, the community. Now it's a handful of global conglomerates that have nothing to tell, but a great deal to sell.⁵

Samtidens realitet

Selv om den gylne gullalder på midten av 1900-tallet for respektivt både kommunikasjons- og mediestudier er over, finnes det og gylne tilfeller i vår egen samtid. Blant disse forgylte tilfellene finner vi W. James Potter - forsker, professor og underviser i medie- og kommunikasjonsteori.

Mediepåvirkning og effekter har vært et stadig voksende interessefelt innenfor medievitenskap siden dets skritt inn i rampelyset på midten av 50- og 60-tallet, med særskilte og spesialiserte avgreninger. Ulike teoretiske tilnærminger og forklaringer på hvordan mediene påvirker oss og samfunnet har sprunget opp like hurtig som irriterende varsler fra Facebook og Instagram en sen fredagskveld. Likevel er det en god håndfull av disse teoriene og perspektivene som går igjen og igjen, mens andre forsvinner i mengden. W. James Potter sitt bidrag i denne svulmende suppa med teoretiske perspektiver er boken Media Effects fra 2012, Potters dyptgående bok om den helhetlige rollen mediepåvirkningen har i samfunnet vårt.

Der tidligere teoretikere og forskere ofte har benyttet seg av et smått knippe med utvalgte teorier og tolkninger i sine publikasjoner om medieeffekter, samlet Potter mye av selve essensen ved mediepåvirkning i samme utgivelse. Historier om slike «allsidige» tekster som gaper over det meste av et større akademisk felt forbinder man gjerne med diffuse, tåkete og surrete «samlingsverker» som fremmer fullstendige forklaringer – men det er ikke slik med Potters tilfelle. Potter gjør en mesterlig og dyptgående undersøkelse av medieeffektens samlede teoretiske verden. Alt fra Gerbers grunnleggende prinsipper om kultivasjonsteori til mer spesifikke medieeffekter får plass og et solid fundament for hvordan mediene påvirker og former samfunnet rundt oss springer ut fra sidene. Det er altså ikke bare McLuhan som kan oppnå kjendisstatus i medievitenskapens akademiske verden.

You know, who tells the stories of a culture really governs human behavior. It used to be the parent, the school, the church, the community. Now it's a handful of global conglomerates that have nothing to tell, but a great deal to sell.⁵

Summeringens effekt

Mediepåvirkning og dets følgende effekter har ikke oppstått ut av tynn luft i vår egen samtid, selv om det kan til tider virke slik, spesielt med tanke på hvordan mye av dagens mediebilde domineres av debatter og spørsmål rundt profesjonelle påvirkeres (influencere) defineringsmakt og rekkevidde. Men mediepåvirkning har derimot vært en viktig og avgjørende del av hvordan moderne medievitenskap og kommunikasjonsteori har blitt utformet, tolket og forstått. Fra flytende og svevende ikke-tradisjonelle utgangspunkter om at påvirkning ikke stammet fra innholdet, men heller selve mediene og teknologien, til kultivering av visse bestemte virkelighetsforståelser. Selv om det kan argumenteres for at medievitenskapen og kommunikasjonsstudier hadde sitt senitpunkt på 50- og 60-tallet har ikke dette akademiske feltet svunnet hen siden, tvært imot.

Vårt forhold til medier og kommunikasjon har nesten ikke vært viktigere enn nå. Vår egen samtid har blitt transformert, nærmest heldigitalisert, og med det har vi også endret vår måte å forholde oss til våre medmennesker på (samt våre nye digitale kompanjonger). Undersøkelser om hvordan mediene påvirker oss, er vel kanskje mer relevant enn noensinne – for å ikke nevne hvordan vi påvirker mediene. For vet du egentlig hvordan du blir påvirket og hva du selv påvirker i samfunnets utallige lag med masser?

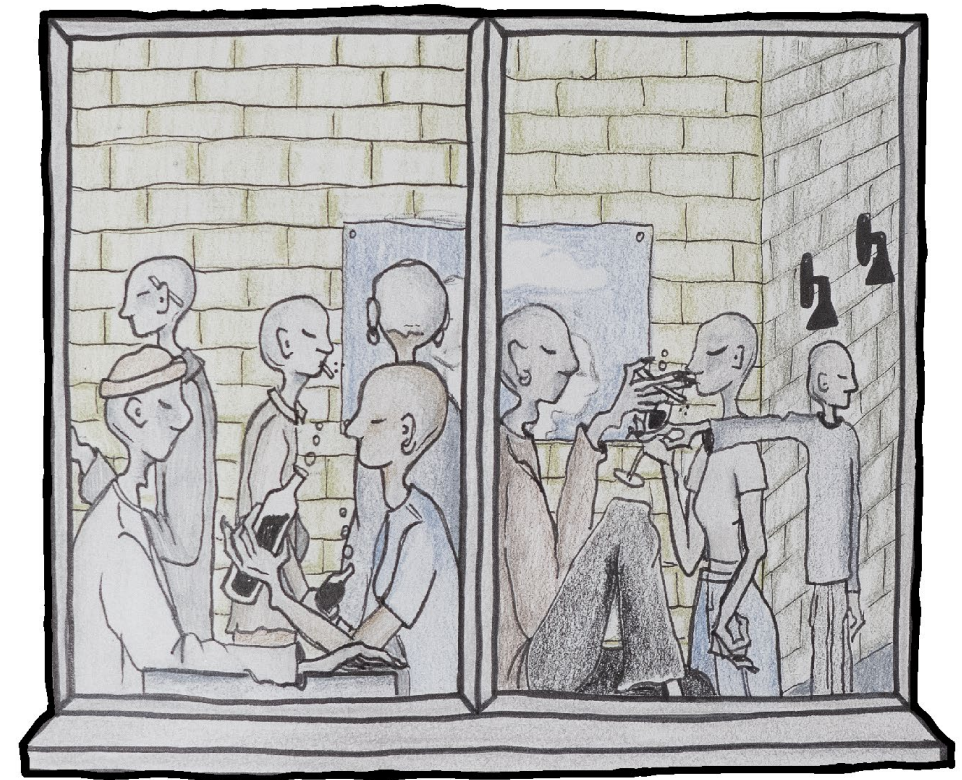
Massen og offentligheten

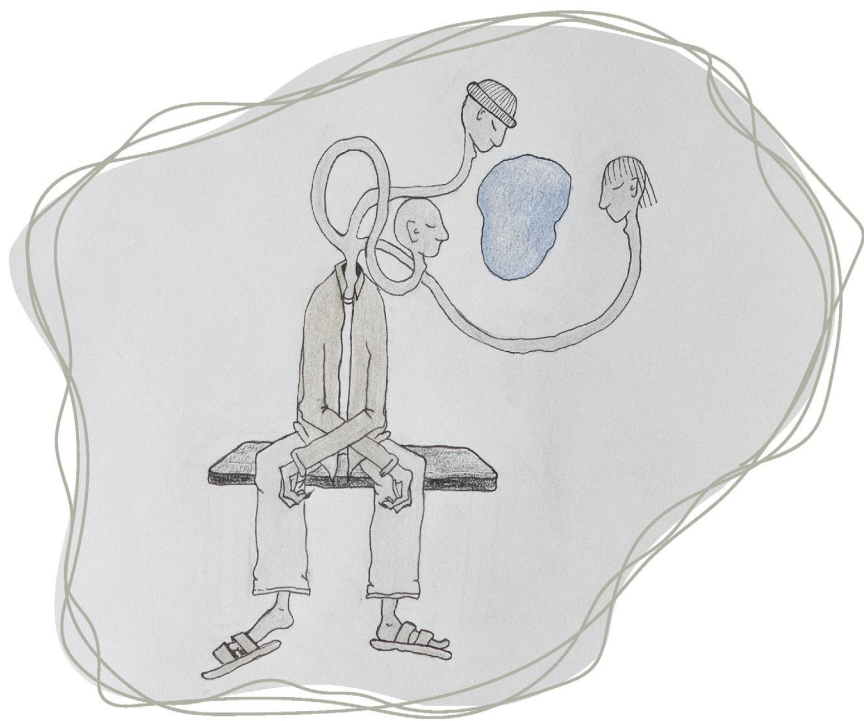
Det har blitt enklere og enklere å kommunisere med hverandre. Samtidig gir mediene oss muligheten til å delta og forme offentligheten på nye måter. Hva har dette å si for samfunnet vårt og hvorfor er meningene våre egentlig så viktige? Jeg skal forsøke å gi deg et kort innblikk i hva alt dette har med deg å gjøre.

Hvis vi tenker over hvor mange mennesker vi faktisk er, og hvor mange mennesker vi er nødt til å forholde oss til, kan vi fort føle oss ensomme. Vi kan føle oss ubetydelige - som små maur i en maurtue. Likevel får vi stadig påminnelser om hvor viktige vi er, og hvor mye tankene våre har å si. Vi får høre at vi er en del av noe større og at meningen vår faktisk er viktig. Når det gjelder politikk har du sikkert hørt at «stemmen din teller!». Det er ikke uten grunn. Vi er nemlig en del av noe som ikke bare er deg og meg. Vi kan nemlig fungere som en enhet, som en gruppe og som en masse med makt. Det er nå begrepet «folke mening» kan komme inn i bildet. Mener mange av oss det samme, får vi makt. På denne måten er du nemlig ikke så liten lenger, ikke så alene og ikke så ensom. Stemmen din har faktisk noe å si - og den kan også ha stor betydning. For hva skjer egentlig når vi er med på å forme offentligheten?

Et nettverk for kommunikasjon

Ordet folkemening eller folkeopinion handler om det folket mener. Det handler om holdninger, ytringer eller overbevisninger vi måtte ha, som blant annet blir uttrykt gjennom politiske valg. Den offentlige meningsdannelsen er et annet begrep som kan gjøre det hele litt vanskeligere. I bunn og grunn handler alt dette om hva vi mener og hvordan det kommer til uttrykk. Hvordan blir vi egentlig påvirket av hverandre og hvorfor mener du det du mener? I dette forsøket på å få deg til å tenke, handler det mer om medienes rolle i meningsdanning og hvordan vi som enhet faktisk har mer makt enn vi tror. Vi lever i et samfunn der massemediene spiller store roller i livene våre. Det å finne informasjon og følge med på hva som skjer, har aldri vært enklere.





Tett tilknyttet ordet "masse" kommer gjerne demokratisering, globalisering, massebevegelser og massemedier, i hvert fall under utviklingen mellom 1840 og 1940. Det var på denne tiden massene kom, og offentlighetens former og funksjoner ble gjennomgripende endret.¹ Disse endringene siktet den tyske filosofen og sosiologen Jürgen Habermas til med begrepet "offentlighetens strukturforvandling".² Habermas regnes som den viktigste kommunikasjonsteoretiker i vår tid, spesielt blant medieforskere.³ Om offentlighet mente Habermas at den «best beskrives som et nettverk for kommunikasjon av innhold og ytringer, altså av meninger. Kommunikasjonsstrømmene blir filtrert og syntetisert på en slik måte at de fortetter seg til offentlige meninger omkring bestemte tema». ⁴ Habermas mente at offentlighet er det sosiale rommet som skapes i kommunikativ handling.⁵ Videre snakket Habermas om hvordan offentlig meningsdannelse også er en viljesdannelse som uttrykker ønsker om endringer i praksis. «Det sivile samfunnets intervensjoner bør altså føre til at den offentlige meningen påvirker de politiske institusjoner slik at systemet omstiller seg». ⁶

Medienes makt

Ifølge Barbara Gentikow, som viser til Habermas, har massemediene særdeles stor makt i dette perspektivet, men at to sentrale betingelser må være oppfylt for at massemediene kan fungere som et legitimt talerør for den offentlige mening. Den ene at «mediene må være uavhengige av de politiske og økonomiske systemene, eller være selvregulerende». Den andre at «borgerne må få bedre muligheter til å delta i den medierte kommunikasjonen, eller at offentligheten «trenger input fra borgere som målbærer samfunnets problemer og responderer på de spørsmålene som formuleres i elitediskursen».⁷ Habermas var skeptisk til «medienes faktiske funksjon som aktører i legitime politiske menings- og viljesdannelsesprosesser», men at de «ideelt kunne de bidra til deliberativ sannhetssøking og dannelsen av veloverveide offentlige meninger».⁸ I Norge er mediene våre uavhengige og fungerer absolutt som et legitimt talerør for den offentlige mening. Ved å utnytte mediene våre til det fulle kan tankene våre strekke seg langt. De fungerer side om side til de er med på å forme offentligheten og sette dagsorden. Mye handler om hvordan vi velger å bruke mulighetene våre, i hvert fall når det legges til rette for det. Vi kan jo bruke mediene til å ytre omtrent hva vi vil?

Så hva har egentlig mediene å gjøre med hva vi mener? Det hele kan virke vanskelig å forstå, men noe vi kan hente fra alt dette er alle mulighetene som faktisk følger med mediene. Det at kommunikasjon på internett foregår rundt så mye, viser hvilke muligheter mediene gir oss. Vi har mulighet til å få med oss alt, og samtidig kunne mene noe om det. Som Habermas sa, kan mediene ideelt sett bidra til deliberativ sannhetssøking og dannelsen av veloverveide offentlige meninger. Det du ytrer er med på å forme offentligheten og folkemeningen. Det gir deg og meg også et uhyre stort ansvar.

Massen og sosiale medier

Hvis du ikke har falt av enda, kan jeg endelig fortelle deg hva dette har med deg å gjøre. Hvis vi spoler frem i tid – vekk fra alle endringene mellom år 1840 og 1940, har vi plutselig med internett og sosiale medier å gjøre. Tenker du noen gang på hva du faktisk driver med når du logger inn på alle de ulike plattformene dine? Du er nemlig med på å forme folkemeningen, enten du vil eller ikke. Vi er med på en kontinuerlig utvikling av offentligheten, og sosiale medier gjør det veldig enkelt, og på nye måter. Alt du ytrer deg om har betydning. Med sosiale medier er vi nemlig aktive deltakere i det offentlige ordskiftet. Vi er hele tiden med på å endre offentligheten, eller det offentlige rom, fordi vi som en enhet snakker sammen, kommenterer, liker, setter nye standarder og finner ting vi er enige om. Dette skaper forandringer.

Ordet «massekommunikasjon» kom i bruk i Amerika i løpet av 1920-tallet fordi nå kunne få mennesker kommunisere sitt budskap til mange mennesker. Det ble tydelig hvordan mediene preget samfunnet, og midten av det 20. århundre var preget av ulike forestillinger om masse-samfunnet. ix Massen ble sett på som noe større enn enkeltindividet og ble ofte oppfattet som ustabil og irrasjonell. I dag har vi fjernet oss litt fra forestillingen om folkeflertallet som en ensartet masse. Kulturteoretikeren Raymond Williams har for eksempel sagt: «Det finnes reelt sett ikke masser, bare måter å se folk som masser».¹⁰ Men, vi fungerer vel fortsatt på noen måter som en masse, gjør vi ikke? Når vi hele tiden er opptatt av å finne andre som oss, passe inn og finne andre som tenker akkurat det samme, ender vi opp med å forme samfunnet.

Massen er ikke ustabil eller irrasjonell, den er jo noe vi alle er en del av. Vi er enkeltindivider, ja, men det finnes jo flere som tenker som deg?

Det direkte og det digitale

Jeg ser deg, du ser meg. Øyne til øyne, ansikt til ansikt, én til én. Ikke gjennom en filtrerende instans eller et teknologisk medium – en mobilskjerm f.eks. – men i et direkte møte. I denne fysiske tilstedeværelsen ligger en grunnleggende etisk fordring som forsvinner fra bildet når vi i økende grad interagerer med andre mennesker på digitale plattformer.

Jeg og du, i møte med hverandre

En av de sentrale innsikter i nærhetsetikken er at det fysiske møtet *alltid allerede* er forpliktende – moralsk ladet. Møtet har en iboende normativitet, i kraft av at det man foretar seg er andre-berørende; enhver handling rører direkte ved subjektet man interagerer med. Med den danske teologen og filosofen Knud Løgstrups ord: «Den enkelte har aldri med et annet mennesket at gjøre uten at han holder noget af dets liv i sin hånd».¹ Vi kan tenke oss at dette går begge veier, at også vi står blottstilte, utleverte overfor en annen person; prisgitt dens beslutninger, underkastet dens vilje, så å si. Men det hersker ikke nødvendigvis en symmetri av den grunn. Dette gjør dog ikke møtet til et simpelt nullsumspill, ei heller er det slik at den interpersonlige blottstillelsen er utelukkende negativ, selv om den vel å merke ikke er risikofri.

Følger vi den franske filosofen Emmanuel Levinas, kan vi si at den andres ansikt vekker jeg-et ut av sin ontologiske (værensmessige) slummer; den Annen tiltaler oss, og kaller oss til ansvar. Idet jeg blir møtt av en annen person (du-et), kommer jeg samtidig til erkjennelse av min egen subjektivitet, som et situert selv stilt overfor andre.² Jeg forstår meg selv i lys av denne relasjonen; det ureflekterte *jeg-et* (nominativ) blir et reflektert *meg* (akkusativ).³ Som subjekt eksisterer jeg ikke i et introspektivt vakuum; jeg er ikke min egen årsak (*causa sui*), men kommer til visshet om meg selv gjennom å bli beveget av noen utenfor meg. Den andre markerer en grense for min selvopplukte, behovs- og begjærsorienterte gjøren og laden; jeg blir påminnet om at det finnes andre mål her i livet enn min egen (egosentriske) selvoppholdelse og selvutfoldelse, nemlig å være *med* og *for* andre.⁴



Situasjonen har et unektelig moralsk preg. Det utstedes alltid en appell – om tilstedeværelse, øyekontakt og svar; om trøst, sympati og ivaretagelse osv. – i den direkte konfrontasjonen med den andre. Måten jeg møter den andre på har reelle konsekvenser for dens velvære og selvforståelse, for hvorvidt vedkommende føler seg anerkjent og respektert som et likeverdig subjekt. Dette er en eminent ikke-valgbar setting. Ja, jeg kan velge hvordan jeg responderer, men jeg kan ikke velge bort valget, velge å ikke ta stilling til det – det er en beslutning jeg må ta.⁵ Heri ligger et unikt ansvar, et ansvar som er *suverent mitt*. Hvordan den andre reagerer – verbalspråk, toneleie, ansiktsuttrykk, gestikulasjoner⁶ – tilkjennegir hvorvidt min respons var adekvat; om jeg svarte tilstrekkelig, om svaret var godt eller dårlig, rett eller galt. Responsen vil uvegerlig berøre personen uansett, og en likegyldig eller rendyrket avvisende holdning kan arte seg sårende, for ikke å si krenkende.⁷ Er dette ansvaret en byrde? Ja, kanskje kan det føles sånn noen ganger. Men er det en hindring, noe som stikker kjepper i hjulene for min frihet? Nei, snarere tvert imot. At vi er satt til ansvar, truer ikke vår frihet, men gir vår frihet en oppgave – *noen* å være i verden for.⁸

Når vi i økende grad kommuniserer med hverandre i digitale fora, på interaktive plattformer, forsvinner møtets umiddelbarhet, situasjonens tvingende kraft. Når kontakten medieres gjennom et teknologisk verktøy – skjermen som hverdagsparadigme – vil den særegne normativiteten som kjennetegner det fysiske møtet også svinne hen. Spørsmålet blir således: Hvilken kvalitativ forandring skjer når virtuelle rom – til forskjell fra fysiske rom, geografisk lokaliserte steder – blir vår primære kommunikasjons- og sosialiseringssarena? Hvordan kommer ulikheten mellom dem til uttrykk, i måten vi snakker med og forstår hverandre?

Et grunnleggende skifte

På få år har det skjedd noe i retning av en revolusjon, en radikal omveltning av måten vi kommer i kontakt med hverandre, kjøper varer, deler og formidler informasjon, samt konsumerer underholdning. Nøyaktig *hvorfor* det har blitt sånn, altså den digitale tidsalders foranledninger, er her av mindre interesse. Det holder å konstatere at aldri før har vi benyttet oss av hyperteknologiske verktøy og tjenester i så stor grad – i så mange kontekster, på så mange områder – at bruken av dem opptar mesteparten av tiden vår, og kanskje etter hvert mesteparten av livene våre.

I 2019 gjorde NRK en relativt uhøytidelig undersøkelse, hvor en skoleklasse med 13-åringer registrerte deres aktive skjermbruk i løpet av en uke. Tallene er verdt å videreformidle: Mens jentene hadde en total skjermtid på 4 timer og 30 minutter i løpet av en dag, hadde guttene en gjennomsnittstid på 6 timer og 42 minutter daglig.⁹ Resultatet? Jo, de sluttet å besøke hverandre, traff ikke hverandre ansikt til ansikt lenger, men interagererte heller over interaktive spillplattformer, via chattetjenester og bildedelingsapper, eller ikke i det hele tatt.

Nå var kanskje ikke NRKs undersøkelse av den metodiske stringente sorten, men dens resultater stemmer likevel overens med lignende, mer omfattende og empirisk rigide studier. Det peker dermed i retning av en generell utvikling, et samfunnsfenomen, et tegn i tiden: Den digitale virkelighet er ikke lenger et ekstratilbud, et halvfiktivt mikrokosmos vi kan søke tilflukt i når ting ikke går helt vår vei i det faktiske liv, men en tilværelse vi bebor på nærmest samme måte som verden vi påtreffer *der ute*, som fysiske (kroppslige) vesener.

Foto: Franc Jacquire



Skjermen, barnets digitale andre

I forlengelse av dette poenget, må man også ek-splisere den eksessive skjermbrukens faretru-ende momenter, dens negative konsekvenser – dens påvirkning på kognitiv og emosjonell mod-ning. Å danne forhold til den ikke-menneskelige verden, allerede fra barnsben av, er en grunn- leggende psykologisk forutsetning for å kunne kultivere meningsfulle sosiale relasjoner i voksen alder. Som økopsykologen Paul Shepard skriver i verket *Nature and Madness*: «The multifold oth-erness-with-similarities of nonhuman nature is a training ground for that delicate equilibrium between the play of likeness and difference in all social intercourse and for affirmation instead of fear of the ambiguities and liveliness of the self».¹⁰ Evnen til å etablere meningsfulle forhold til den ikke-menneskelige andre er en forutset-ning for å kunne skape autentiske relasjoner til andre som sådan.

Dette begrenser seg ikke til interaksjon med den ikke-menneskelige verden (katten på tunet, fuglene i hagen, treet ved bekken), men gjelder generelt. Vi minnes her om psykoanalytikeren Da-niel Sterns verk *The Interpersonal World of the In-fant* (1985). Sterns utviklingspsykologiske innsikt er at vi ikke kommer til en ferdigstøpt, essensia-listisk selvbevissthet etter hvert som vi vokser til, men at vår subjektivitet (selvet) oppstår, utvikles og kultiveres gjennom førverbal kommunikasjon, emosjonell tilpasning til omgivelsene (*affective attunement*) og ulike kommunikasjonsmønstre å la «call and response». Denne kryssmodale kor-respondansen kan kun forekomme gjennom en ansikt-til-ansikt-interaksjon; vi blir til gjennom – rettere sagt: i og med – andre, men denne andre må være umiddelbart nær oss, i tid som i rom.

Overdreven skjermeksponering fra tidlig alder av setter effektivt en stopper for dette. Den luk-ker erfaringsverden; krymper virkeligheten, re-duserer den til en virtuell sfære. En studie ledet av Věra Skalická, postdoktor ved NTNUs Institutt for psykologi, fulgte 960 barn fra 4- til 8-årsal-deren, og undersøkte toveisforholdet mellom skjermbruk og utviklingen av følelsesforståelse. De fant blant annet at barn som brukte mer tid på skjermbaserte aktiviteter (f.eks. TV-titting eller spilling) utviste en lavere følelsesforståelse to år senere, sammenlignet med barn som brukte mindre tid på skjermbaserte aktiviteter.¹¹ Og mer alvorlig: Disse observerte effektene samsvarer også med andre langtiddstudier som rapporter-te om et negativt forhold mellom tidlig TV-ekspo-nering og kognitiv læringsutvikling hos førskole-barn.¹²

Hva kan vi utlede fra dette? Skalická gir oss et hint i et intervju med nettavisen *forskning.no*: Hovedproblemet er trolig at tid brukt foran skjer-mer er tid tapt for sosial interaksjon.¹³ Skjermen får et umiskjennelig surrogatpreg; som barne-vakt, deres fortrolige, kanskje til og med deres trygghetskonstant. Overført på det nærhetsetis-ke perspektivet jeg fremførte ovenfor, kan vi si: Skjermen blir barnets andre, det primære ansik-tet de møter og relaterer seg til (et forhold som kun går én vei, vel å merke; det er ingen *interak-sjon*, men kun barnet som er den aktivt handlen-de part, den agerende). Digitaliseringen risikerer å tilsløre – eller sterkere: utviske – skillet mellom det tekniske og det sosiale.¹⁴ Men noe går tapt i denne overgangen. Noe viktig forsvinner fra bil-det, og det rammer ikke kun barn i så henseende.

Den kritiske distansens konsekvenser

I brennhete diskusjoner og flammende debatter kan det være vanskelig å inngå kompromiss. Det gjelder naturligvis også når man møter sin me-ningsmotstander én til én. Men ser man den samme hardnete – enn si diskriminerende, ja, hatefulle – tonen i en meningsutveksling hvor partene står overfor hverandre, henvender seg til hverandre og møter den andres blikk, sam-menlignet med det som er normen i kommentar-felt på nett? Det blir riktignok for enkelt å hevde at den eneste årsaksforklaringen er at man ikke møtes ansikt til ansikt. Men det ligger likevel en kjerne av sannhet i det.

Når den andre blir et kornete bilde på flakken-de skjerm, eller reduseres ned til et par linjer tekst, glimrer også faktorer som toneleie, mine, kroppsholdning osv. med sitt fravær. Hvorfor er disse viktige? Jo, fordi de fungerer som indika-torer på hvorvidt vår respons er sømmelig; de er relativt sikre tegn som fungerer bekræftende/ avkreftende. Jeg må møte ethvert enkeltmen-neske med hele min tilstedeværen – hele min *væren-til-stede* – og utlevere meg selv, samtidig som den annen står utlevert til meg. Jeg søker å møte den andre slik jeg ønsker å bli møtt; med åpenhet, med et språk rettet mot forsoning el-ler respektfull uenighet, og ikke vitser, referan-ser og eufemismer som kun gir mening innenfor mitt smale, nøye selekterte ekkokammer. Er jeg på krigsstien, er det mer krevende å uttrykke fiendtlighet med stemme, blikk og kropp, sam-menlignet med å sende en vulgær kommentar, nedrig melding, eller en skjermdump av adressa-tens hus på Google Maps.

Fysisk separasjon, virtuell forbindelse

Vi kan selvfølgelig både se og snakke med hver-andre gjennom skjermen. Sosiologen Shanyang Zhao kaller denne digitale interaksjonen for *telecopresence*, en situasjon hvor vi er elektronisk tilkoblet, men fysisk (romlig) separert.¹⁵ Vi er langt borte (fra gresk: *tele*), men samtidig tilstedevæ-rende (*copresence*: samvær) gjennom at vi kan nå og kommunisere med hverandre. Men det fy-siske møtet kan ikke gjenskapes fullstendig. Det virtuelle møtet er mediert, en abstraksjon som skjærer bort en grunnleggende dynamikk som kun oppleves i det umiddelbart nærværende. Og her går noe kvalitativt avgjørende tapt.

I det fysiske møtet er den andres appell tid- og stedbundet, i et konkret *her* og *nå*. Når f.eks. en venn stiller et spørsmål, eller betror seg til deg, utstedes et krav om ivaretagelse, uavhengig av hvor implisitt (underkommunisert) det måtte være. Når denne appellen – den sårbare hån-den som søker en annen å holde i, et frustrert utrop, noen som søker råd – formidles gjennom et annet medium, transformeres appellens form. Her er ingen skjerpene omstendigheter; ingen skjelvende stemme, intet rådvilt ansikt, ingen åpne armer.¹⁶ Jeg kan plutselig *velge* hvordan jeg forholder meg til deg, eller om jeg i det hele tatt ønsker å agere på ditt opprinnelige utsagn. Når dette blir en *valgmulighet* (opsjon), og ikke noe som jeg kanskje er forpliktet til å gjøre, vil min eventuelle respons også forandre seg.¹⁷

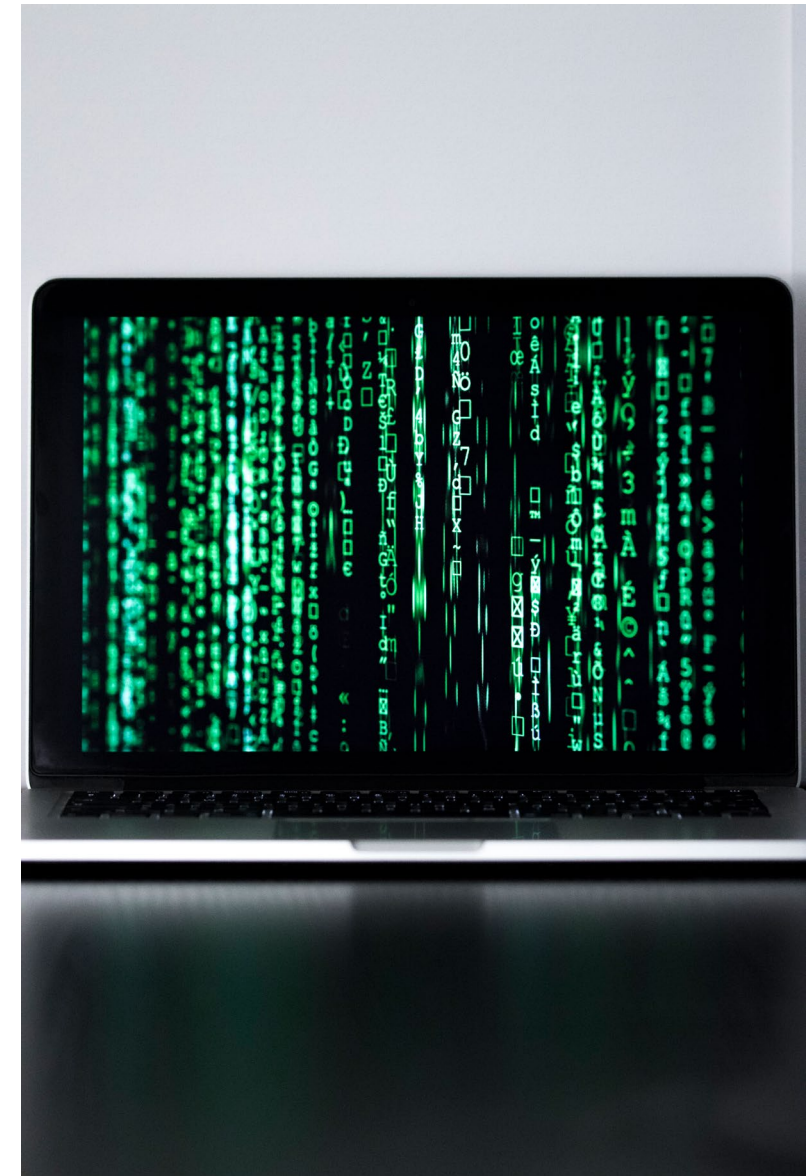
Mitt møte med den andre blir en abstrahert affære, mine handlinger frembringer ikke øyensynlige konsekvenser som jeg kan direkte erfare. Hele relasjonen kan følgelig få et solipsistisk – ja, nærmest uvirkelig – preg. Jeg behandler deg som en forhåndsprogrammert chatbot, en automatisert svarmaskin som spyr ut forutsigbare responser basert på en hvilken som helst algoritme. Du blir et rendyrket middel for mine formål: Jeg kontakter deg kun hvis jeg har tid og lyst, og svarer på dine meldinger etter eget forgodtbefinnende – når det *passer meg*. Du er ikke sansbar, ditt nærvær kan ikke erfares. Ergo blir møtet – den sporadiske, ujevne interaksjonen – moralsk nøytralt. Jeg kan ikke opptre klanderverdig overfor, eller holdes ansvarlig av, noen som i prinsippet ikke er der. Når vi til stadighet ser at enkelte uttrykker overraskelse, til og med indignasjon, over at deres uttalelser på netttora får faktiske konsekvenser, ekte represalier i den virkelige verden, kan nok en av årsaksforklaringene være dette misforholdet mellom det fysisk nærværende og det virtuelt abstraherte. «Jeg sa/gjorde det jo ikke på ordentlig» lyder gjerne forsvaret. Eventuelt: «Jeg ville bare provosere, *trolle*, og søkte kun en reaksjon. Jeg har jo ikke uttrykt/handlet/gjort noe i *det virkelige liv*».

I sum

Overgangen fra fysisk-direkte møter til virtuelle treff kan ha uforutsigbare og uintenderte, men likevel negative påvirkninger på måten vi forholder oss til hverandre som medmennesker – som moralske subjekter. Filosofene har siden Descartes' tid kanskje vegret seg for å hevde at den utadvendte for-andre-relasjonen går forutfor den innadvendte for-meg-relasjonen¹⁸ (med hederlige, hegelianske unntak).

Men ved økende fravær av fysisk tilstedeværende andre, blir vi smertelig klar over det. Online-kommunikasjonen med andre kan arte seg som en skinninteraksjon, hvor man kun rutinemessig påtreffer hverandre, svarer på en melding hver tredje dag, med den uunngåelige konsekvensen at relasjonen forvitrer, og følelsen av ansvar og forpliktelse overfor den andre svinner hen.

**Men hvem vet?
Kanskje vil
herværende
sosialfilosofiske
refleksjoner virke
som en ren
svovelpreken, som
uberettiget
skremselspropa-
ganda, allerede om
få år? Erttertiden vil
vise. Jeg tror
imidlertid at det
digitalt medierte
aldri fullt ut kan
erstatte det fysisk
nærværende.
Mon det.**



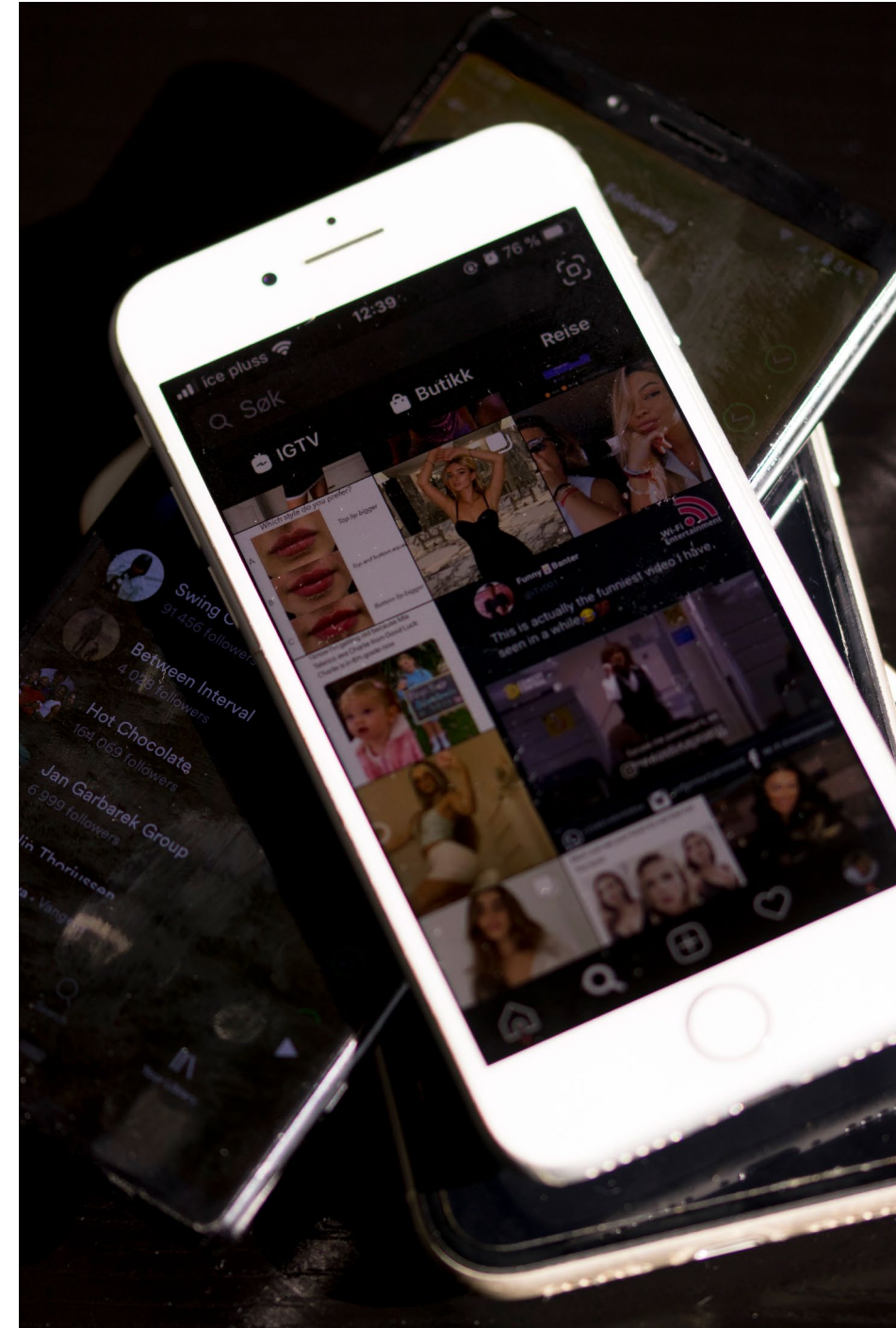
Fotoserie
av Aylin Thorjussen



2. Plattform

Forrige side: 1. Systemet / System / Kodeks

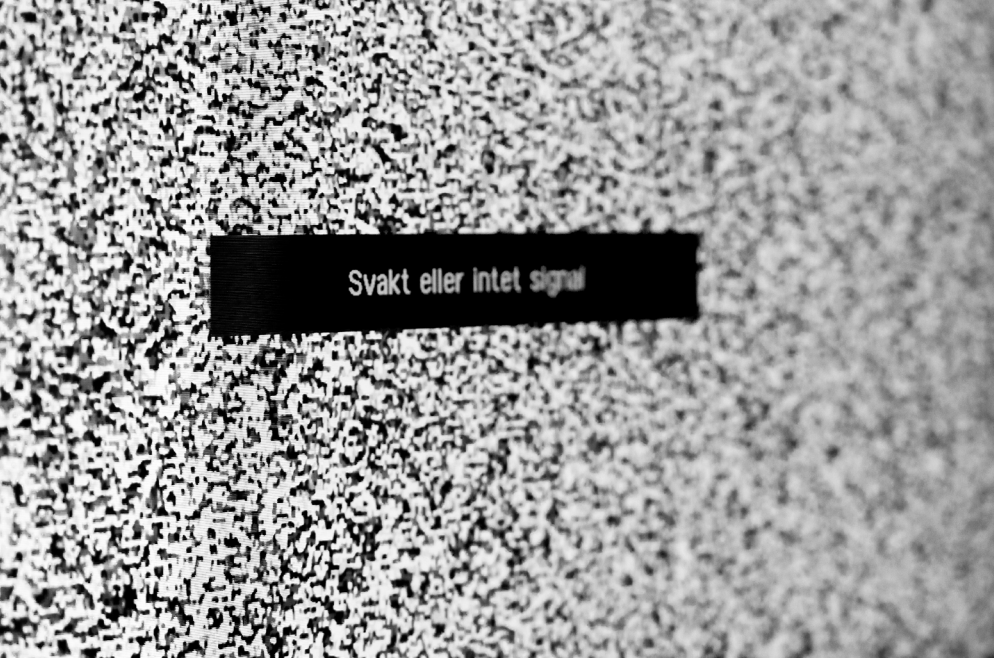
3. Stack of devices/stacking devices



4. Emptiness



5. Paperlike/Old days



6. No signal



7. Speed of light

8. Repetition

Sosiale medier og internett-aktivisme har blitt en arena der “massen” får ytre seg tilnærmet fritt om politiske temaer. Dette har fått enorme konsekvenser for hvordan det politiske bildet ser ut i dag, i motsetning til hvordan det hele så ut før internett kom på banen. “Leser” har blitt til “bruker”, og disse brukerne påvirker både det politiske innholdet som blir spredt på sosiale medier, blogger og i kommentarfelt. Mye godt har kommet ut av at massen nå har en finger med i spillet, samtidig som at moderne teknologi også kan hemme demokratiutviklingen – men hvor farlig kan det egentlig bli?

Artikkel
av Emma M. N. Glimstad

Demokrati og internett i det store bildet: hva skjer når massen tar over mediene?

Brukermakt og agendasetting – #Metoo og Black Lives Matter

Bare de siste årene er det flere eksempler på hvordan “massen” har satt saker på agendaen gjennom internettaktivisme. #Metoo startet som en internettbevegelse, og ble en verdensomspennende grasrotkampanje høsten 2017. Dette var etter at skuespilleren Alyssa Milano publiserte en Twitter-melding, der hun oppfordret folk til å svare med emneknaggen #metoo dersom de hadde opplevd seksuell trakassering eller overgrep.

Kristin Skare Orgeret ved Oslo Met beskriver i Store norske leksikon at bevegelsen manifesterer seg “i et samspill mellom millioner av enkeltpersoner som delte historier i sosiale medier og journalister som dekket kampanjen i redaksjonelle medier (...)”¹ Bevegelsen var og er, en pågående aktiv reaksjon mot seksuell utnyttelse, og har utviklet seg til å bli en global bevegelse. Dette skjedde som en konsekvens til det som startet som en kollektiv reaksjon blant opprørte sosiale mediebrukere.

I vår opplevde verden enda en omfattende kampanje som i stor grad også foregikk på sosiale medier. Den handlet om å sette problemet med rasisme på dagsordenen, og ble dermed også plukket opp av pressen. Black Lives Matter-bevegelsen startet, som kjent, med at George Floyd ble drept av en politimann. Dette markerte begynnelsen på massedemonstrasjoner og enda et hardt, historisk, støt mot politivold og systematisk rasisme verden over.

Foto: Rob Curran / Unsplash



Flere millioner mennesker deltok i store demonstrasjoner i gatene, og tilsynelatende deltok enda flere i “digitale demonstrasjoner”. Per dags dato har 24,7 millioner innlegg #BlackLivesMatter som emneknagg, og #BlackOutTuesday” har 22,3 millioner innlegg på Instagram. På mange måter ble Black Lives Matter-bevegelsen en stor internett-demonstrasjon, der massen organiserte seg, samlet og videreformidlet informasjon, og kommuniserte budskapet om rasisme seg i mellom. Omfanget ble omfattende, og videre nådde det også redaksjonelle medier.

Internettaktivisme og digital debatt

Internett har skapt plattformer som gjør det mulig å kommunisere politiske budskap på nye måter. Ifølge forskere ved Cambridge University innebærer dette kontakt med andre, å samle og dele informasjon, og å prøve å påvirke den politiske prosessen.² I dag er det ikke uvanlig at politikere gjør seg hørt i sosiale medier. I tillegg til dette, benytter “vanlige” borgere seg i stor grad av internett og digitale medier til å kommunisere og mobilisere politisk informasjon, slik vi så i både Metoo- og Black Lives Matter-bevegelsen. Dette er et resultat av dagens teknologi som gjør det mulig å kommentere på hver enkelt avisartikkel, skrive blogger, dele tanker og meninger på sosiale medier, enten om det er på egen eller andres plattform.

Algoritmer, populisme og annen faenskap

Det er ikke bare fryd og gammen at “massen” styrer hva som står på menyen. Algoritmer på sosiale medier og internett er programmert for å gi oss mer av det vi liker, og fanger våre personlige interesser – altså brukergenerert innhold. Det er et kjent fenomen at dette i sin tur kan skape ekkokamre, ved at man ikke blir utsatt for motstridende stemmer. Som et resultat, har høyre- og venstresiden har fått steilere fronter.

Siden flyktningstrømmene sto på sitt verste i 2015, har det politiske klimaet rundt om i verden vært mer polarisert enn på lenge. Høyreorienterte partier har de siste årene funnet sin vei opp til regjeringsmakt flere steder i verden. Det er nærliggende å tro at dette har en sammenheng med hvordan mediene har utviklet seg. Massen blir mer og mer splittet, og det ville vært urettferdig

og feil å legge all skyld på flyktningstrømmene. I en TED-Talk fra 2017, snakker teknologi-sosiologen Zeynep Tufekci om hvordan “artificial intelligence” brukes av folk med makt til å kontrollere massene.³ Dette gjør de ved gi massene flere muligheter til å klikke seg videre inn på ulike sider, skreddersydd for hver enkelt bruker. Og ikke bare dette, Tufekci argumenterer også for at algoritmene fører til radikaliserer: at et søk på YouTube ender opp med å gi deg mer av det samme, og i stadig mer polariserende retning. I tillegg mener hun at Facebook og Google optimaliserer for engasjement for pengenes skyld – uten å bry seg om de negative konsekvensene for samfunnet. Synderne bak det Tufekci kaller “persuasion architecture” – eller “overtalelsesarkitektur” – er digitale giganter som Google, Facebook og Amazon, der deres medvirkning er selve kjernen i problematikken rundt algoritmer og polarisering.

Andre digitale trusler for demokratiet er hvordan trollfabrikker, falske kontoer og falske nyheter roter seg inn i politiske valgkamper. I Russland jobber trollfabrikker aktivt med å undergrave vestlige demokratier ved å utvide og forsterke splittelser i befolkningen. Resultatet er hardere fronter og polariserte debatter. I mars avslørte NRK at “alle store norske medier har blitt lurt av russiske troll-kontoer.”⁴ Disse fenomenene er minst like viktige for å forstå hva massene er utsatt for i dagens digitaliserte, politiske verden.

Hvordan har digitaliserte medier, og dermed “massen”, påvirket demokratiet slik vi kjenner det i dag?

Aldri før har massene blitt utsatt for disse moderne, digitale fenomenene. Det er derfor vanskelig å si hvordan vi skal temme dem – og om det i det hele tatt går. Brukeren har altså fått mye mer makt etter internett kom. Gjennom internettaktivisme, digitale debatter, og artificial intelligence har dette sammensatt påvirkning. På den ene siden har internett bidratt til demokratiseringen av politikken, der massene får uttrykke sine politiske meninger i dagsaktuelle saker. Samtidig har argumentet om ytringsfrihet gjort at enkelte meninger og holdninger får spre seg fritt uten motstand, noe som ofte kan ende i ekkokamre og polarisering.

Targeting emotions: the subversion of democratic debate and the manufacturing of political momentum

On the 29 th of August, when most Muslims mark the Day of Ashura, the tenth day of Muharram (one of the four holy months in the Islamic calendar), SIAN held a demonstration in front of Stortinget, denouncing yet again an alleged islamization of Norway.

As it usually is the case with demonstrations that carry a racist and, in this instance, Islamophobic tone, counter-protesters showed up and by loudly pounding on drums and chanting anti-racist slogans, attempted to drown out whatever messages the SIAN speakers were trying to get through. But while one can speak or shout louder than their opponent, few people can restrain themselves to countering actions they find repulsive, right in front of them, with sound. Therefore, when Fanny Bråten (somewhat of a SIAN poster girl by now) opened the holy Koran in front of the Muslim counterprotesters' very eyes and announced “now I will desecrate the Koran”¹, the already rising tensions were bound to escalate. As she was ripping pages from the Koran and spitting on them, a counter-protester who got past the fences attacked her in an attempt to stop the desecration.

Bråten sustained no injuries, but the freedom of expression did end up getting a few (more) bruises as it has been dragged once again in front of the public as a token of legitimacy for the type of discourse SIAN encourages. The FrP leader, Siv Jensen, articulated this point in her response towards the Turkish Foreign Ministry's reaction, which saw the opportunity to assume moral high ground towards the Norwegian government, and strongly criticized the demonstration.

"We will not allow totalitarian forces or other states to restrict the constitutional freedom of expression we have in Norway," stated Jensen in a comment to NTB. "I distance myself from burning the Koran, in the same way I distance myself from burning the Norwegian flag or the Bible. It is still something we must endure in our society, because it is part of freedom of expression"² she added. Yet one must wonder if the very purpose of the rally, with the act of premeditatedly desecrating the Koran, were indeed to prove and test the limits of free speech.

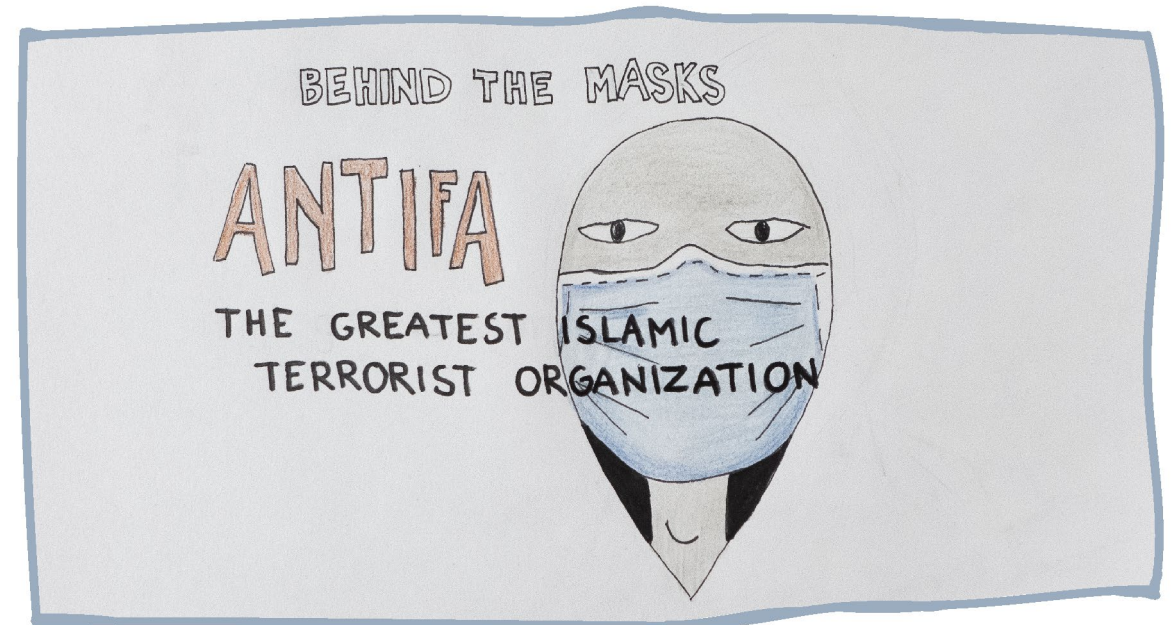
Siv Jensen's statement, with its equal acceptance of hateful and repulsive acts in the name of free speech, brings to mind an old Internet aphorism: I am not racist, I hate all people equally. And that's exactly what the SIAN demonstration was about, freedom of hate, not freedom of speech. Fanny Bråten tore pages from the Koran and spat on them because she has the right to hate, and to spark hate in others. And while freedom of speech is meant to carry with it a warranty for dialogue and democracy, freedom of hate carries with it a warranty for division and chaos. Intentional or not, Jensen's statement misses the point that the SIAN demonstration, judging by the actions of its members and how they've conducted themselves, was not meant to spark dialogue but an emotional response from the targeted Muslim community and its allies. Briefly put, the burning of the Koran did not invite arguments, it invited clenched fists.

What happened at the SIAN demonstration happens at similar events all over the world and as we very well know by now it happens in the politics of the mainstream too. Organizations and individuals seek to manipulate and trigger an emotional response from a targeted group, and when that response comes, the results can be used for whatever purposes. This falls as far from the notions of democratic debate and free speech as it is humanly possible, no matter how hard some may try to dress it as such.

In her recent book, *Twilight of Democracy: The Failure of Politics And The Parting of Friends*, the journalist and historian Anne Applebaum points out that "democracy itself has always been loud and raucous, but when its rules are followed, it eventually creates consensus" and that the way in which modern debate is conducted, be it on TV or (and especially on) online platforms, does not. "Instead, it inspires in some people the desire to forcibly silence the rest"³. However, we must note that this silencing is not as direct as we'd expect. Besides it sometimes being a means to an end, it is also, more than often, an end in itself. To better understand this, we only have to look at the subject of untruthful and outright manipulative political social media posts and ads and how they reach us, and, most importantly, how they find us worthy of being reached.

Almost a decade ago, when Facebook was only 7 years old, and the 2016 Trump moment hadn't happened yet, media scholar Mark Andrejevic took an interest in the promises some American marketing startups were making back then. More precisely, Andrejevic looked at how then-emerging forms of data mining such as 'sentiment analysis' and 'predictive analytics' sought to "manipulate consumer behavior by gathering data about emotional responses and conducting controlled experiments on consumers"⁴ and argued that the concept of affective economics (with the notion of affect, understood as non-articulated experience of intensity, at the center) should be expanded in order to cover all of this. By then, media scholar Henry Jenkins had already theorized the concept of 'convergence culture'⁵, which was about the mainstreaming of participatory culture and how fans and their feedback were starting to play a bigger and bigger role in the production of media.

What Andrejevic and other scholars like him saw was the potential danger of having the possibility to constantly tailor a product to fit the emotional response of the target group depending on the immediate feedback of that group.



Jenkins identified the emerging tendency to listen closer to what fans want. Scholars like Andrejevic observed the cyber tools that were developed in order to provide the highest bidder with a constant stream of valuable information and insight not into what the public will react most strongly to, and therefore tell the highest bidder precisely what fans want. The true danger in all of this did not lie in companies now having the potential to give people what they wanted, but by tapping into the pre-personal emotional capital of the masses 6 (something made possible by the emergence of social media and its affordances), these new tools could channel and crystalize that emotional capital and potentially manipulate consumers into wanting what they were sold.

This discussion seems somewhat benign when we think of what loungerie is sold to women and what type of jeans to men, in the sense that it tells us nothing new. But the tone changes when we use these concepts to understand why Trump's untruthful Twitter posts were so important to his followers. Or why the hundreds of thousands of fake political ads about refugees being undercover terrorists or about George Soros plotting to take over the world in the name of an alleged Jewish cabal, have plagued the European political landscape for the past half of decade and brought the public debate to a point that seems without return.

Through open acts of provocation, politicians and extremist organizations alike are able to receive constant feedback with the emotional response of their followers as well as that of their detractors. The more outrageous and repulsive the act, the stronger the emotional response. And with the existing data mining tools in place (they have long proved their worth since Andrejevic voiced his concerns in his 2011 article) whoever seeks to cause a stir and has the necessary resources can do so at the deepest and intimate of levels.

Anne Applebaum provides us with two chilling examples of how politics and ideology marketed and targeted as any other consumer products can influence the political debate in favor of the party who is willing to play the dirtiest. One example is of course the Brexit Leave campaign, where Britons were targeted even depending on their passion for tea. As Applebaum describes it, "tea drinkers were shown a grasping hand, marked with an EU flag, reaching for a British teacup, alongside an angry slogan: 'The European Union wants to kill our cuppa.'"⁷ Through these dirty algorithmic tricks, the Leave campaign won the Referendum. Employing similar marketing techniques, the Spanish far-right party Vox managed to position itself as the fastest-growing political party in 2019.

According to Applebaum, the support for Vox went from zero to ten percent that year, thus ending up with twenty-four members in the Spanish parliament. How did Vox get from a fringe far-right political movement to having a say in the democratic process of Spain? Through targeted and emotional-triggering posts and ads on Facebook which addressed what Applebaum names "leftover issues"⁸. These issues were those ignored and underrated by others, such as "opposition to Catalan and Basque separatism; opposition to same-sex marriage; opposition to feminism; opposition to immigration, especially Muslim immigration; anger at corruption; boredom with mainstream politics; plus a handful of issues, such as hunting and gun ownership, that some people care about and others don't". While political parties who struggle to follow what we can now call the old rules also struggle to form political alliances in order to gain voters, those who have no problem at all with playing dirty, appealing to the emotional capital Andrejevic analyzed in his work, need only to know what to lie about and how. So, what does all of this have to do with the Norwegian political landscape and the type of demonstrations and discourse SIAN adopts?



So, what does all of this have to do with the Norwegian political landscape and the type of demonstrations and discourse SIAN adopts?

For one, appealing to the emotions of the public and banking on the affective economics goes beyond social media campaigns. Getting the pulse of the electorate and triggering an emotional reaction based on that pulse, which would in turn rally political support, is the end about forging a moment of tension from scratch, and pushing it into the mainstream so that it seems so crucial that nobody has the option to avert their eyes and remain impartial.

Burning, spitting, or tearing the Koran to get Muslims riled up is not about showing that Muslims can't keep their cool when their very spiritual identity is mocked, but about manufacturing political momentum that can be then exploited even by mainstream parties with no strings attached. The Turkish government, with all its authoritarian skeletons under the bed seized the opportunity. FrP and its electorate seized the opportunity. Even Indian right-wing websites, such as OplIndia, a known portal for spreading false news and reports on the Muslim communities from around the world, seized the opportunity and presented what happened during the SIAN demonstrations as violent riots carried out by a 'Muslim mob'⁹.

Norwegian politicians might not be as ruthless as their American or British counterparts and they might not be so conniving as the emerging political figures of Vox, and they don't have to be. When you bank on the emotions of the masses you don't need to get your hands dirty in any way. You can very well pretend to defend democracy, with your last breath if need be, while you openly work to undermine it – of course, everything in the name of free speech.

Mennesker har så langt vi kjenner til alltid vært opptatt av å forskjønne seg selv og vise status. Med massespredningen av medierte avbildninger, ser vi ulike kroppstrender til ulike tider, og i dag i betydelig modifiserte former. Men bør kropp være en gjenstand for trender?

Medier – som både gjenspeiler samfunnsnormer og bidrar til å påvirke dem – tenderer mot å avbilde og legge fokus på masser av tilnærmet like kroppar til enhver tid, og dermed skape kroppstrender. 50-tallets kinolerreter kjennetegnes av Marilyn Monroe og hennes ikoniske timeglassfigur; kvinner skulle være formfulle og frodige, noe som representerte en sensuell og lystfulle kvinne. På 70-tallet var underholdningsverdenen karakterisert av en ny versjon av kvinnelig kroppsform, nemlig slankere kvinner med mindre bryster, hofter og lår, deriblant englene i actionkomedien *Charlie's Angels*.

Så kom 90-tallet, teknologiens fremgang muliggjorde silikonbryster, og vi ser en blanding av fyldigere kroppar med implantater – best illustrert med Pamela Anderson og resten av Baywatch-kvinnene – og syltynne, skyhøye modeller med kroppar som til tider kunne forstås, eller misforstås, som syke med anoreksi. Trenden fortsatte på 00-tallet med syltynne Paris Hilton, som ofte var å finne på forsiden av sladder magasiner, før den snudde motsatt vei på 10-tallet med Kardashian-klanens ekstremt modifiserte kroppsformer – til de grader at virkeligheten nå er en illusjon. Naturlig uoppnåelige kroppsformer med store hofter, overdrevet store bryster og bakdeler, blandet med smale midjer – nemlig timeglassfiguren i sin mest ekstreme versjon – har nå blitt den nye trenden. Ekte er ikke lenger «kult».

Kropp som gjenstand

Samtidens eksplosjon av kroppsmodifiserende prosedyrer som i 2020 er hverken lenger tellbare eller kjente for det alminnelige sinnet, har skapt et forvridd bilde av hva en menneskelig organisme er, eller bør forbli. Den teknologiske fremgangen har videre utviklet en digital arena med et hav av applikasjoner brukt for medierte, digitale

modifiseringer av kroppar, som igjen bidrar til endringer i kroppstrender – et gjensidig samspill mellom medietrender og kulturelle trender. Menneskelige avbildninger på Instagram er i stor grad redigerte, og de kroppslige fremstillingene blir stadig mer like hverandre. Individet er ikke lenger like gjenkjennbart, og linjen mellom ektehet og illusjon har blitt visket ut.

Kropp, og da særlig kvinnekroppen, har lenge vært en gjenstand for endring og forsøk på det samtidens anser som forskjønnelse (eller kanskje mer korrekt: korreksjon av noe som er iboende «feil»). Kvinnekroppen representerer formodentlig patriarkatets fostring av mannlige lysster. Dette både i form av det mannlige blikket der kvinnen som objektet besitter egenskapen, som filmteoretikeren Laura Mulvey kaller, *to-be-looked-at-ness*,¹ og som en effektiv metode for å holde kvinnen undertrykt; hun vil aldri kunne triumfere. Men målet herunder er primært ikke å utføre en kritisk analyse av patriarkatets «kvelertak» rundt kvinnekroppen, som stadig er lagt opp til å feile, men heller et forsøk på å slå i stykker ideen om at kropp i det hele tatt kan, eller bør, være en gjenstand for trender.

Et legeme med arvestoff

Kropp er først og fremst et legeme – det faste stoffet som er formet som en avsluttet helhet, og som er konkret avgrenset.² Kroppen, som filosofisk skilles fra ånden eller sjelen, er dermed den fysiske formen som utgjør individet eller selvet, menneskets organisme. Det er kroppen som fysisk holder oss i live, og har som oppgave å bære ånden, sjelen og/eller bevisstheten – hvis disse kan sies å skilles fra det fysiske – gjennom livsløpet. Kropp har også masse, som er en egenskap alt stoff har. Massen til et stoff gjør at det har treghet og tyngde (gravitasjon),³ og måles i kilogram. Kroppsmasse kan derfor måles i kilo-

gram som har som funksjon å definere legemets relasjon til tyngdekraften som trekker det mot jordoverflaten, til tross for at kilogram ofte feiltolkes som en måleenhet for menneskelig verdi (her forstått som diettkulturen).

Kroppens substans, dens egenskaper, sykdommer og utseende er i stor grad et resultat av arvestoffet som cellene bærer. Arvestoffet, DNA-et, består av omtrent 21 000 gener, som inneholder oppskrifter som brukes av cellene til å lage ulike produkter kroppen trenger. Alle produktene som genene produserer, utgjør til sammen alle egenskapene et individ har. Hvem du og jeg er, er derfor i stor grad – dog omstridt blant forskere i hvor stor grad – forutbestemt og kodet i vårt individuelle arvestoff. Der noen egenskaper har større potensiale for endringer gjennom miljøet, er blant annet øyefarge og høyde egenskaper som er tilnærmet stabile. Selv kroppsvekt og fedmemasse er betydelig mindre fleksible enn tidligere antatt, og det at alle mennesker skal kunne oppnå det samme idealet basert på ulike genetiske utgangspunkt strider imot all fornuft. Men likevel har kroppen, med sitt – i stor grad – forhåndsbestemte arvestoff, blitt en gjenstand som reflekterer sosiokulturelle endringer, og behandles adskilt fra dens opprinnelse som en organisme; kropp skal være trendy.

Alt det gode er det skjønne?

Mennesket har så langt vi kjenner til alltid vært opptatt av det skjønne. En tur til et historisk museum vil effektivt illustrere en svært åpenbar estetisk verdi blant en betydelig mengde av gjenstandene produsert helt fra antikkens tider. Mennesket har ikke bare tilknyttet estetisk verdi til kunstverk og artefakter, men også satt betraktelig fokus på å forskjønne eget legeme; støpning av smykker av blant annet leire, bly og sølv viser at mennesker har i årtusener vært opptatt av å forskjønne eget utseende, og vise status og tilhørighet.

I antikkens Hellas var skjønnhet en viktig del av hvem man var som person, og ble sett på som en velsignelse. For kvinner var fyldigere former ansett som idealet, og et hode fullt av rødt hår utgjorde den fullverdige kreasjonen av det kvinnelige kjønn. Det ultimate ytre ble sett på som en refleksjon av det indre; besittelse av ytre skjønnhet indikerte besittelse av et vakkert sinn.

Hvis man var så heldig å være vakker, var man essensielt også en god person.⁶ Uten et vitenskapelig fundament for denne antagelsen om en korrelasjon mellom det ytre og det indre, har verdien av skjønnhet lenge vært en egenskap som råder over mange andre. I motsetning til at skjønnhetsidealene i vestlig kultur fra antikkens Hellas ikke har gjennomgått bemerkelsesverdige endringer over tid, har for eksempel det øst-asiatiske skjønnhetsidealet gjennomgått tydeligere justeringer. I flere århundrer før Meiji-perioden i Japan, som startet i 1868, var det tradisjon å farge tennene svarte, både for å vise status og fremstå vakker. Kullsvarte, skinnende gjenstander ble betraktet som vakre, og tenner deriblant disse.⁷ Keiserinner og hoffdamer i Øst-Asia var arketyper for samtidens estetiske idealer, og de ble plukket ut av folkemassene basert på utseende. De måtte besitte bestemte trekk, ha et legeme av en viss proporsjonal standard og en viss kroppslig masse. I tillegg måtte de ta del i både tradisjoner og trender som doble øyelokk, endring av hudtone, og det kanskje aller mest kvinneundertrykkende: fotbinding (i Kina) – for å leve opp til den kulturelle ideen om at et skjønnere ytre gir bedre sikter for høyere status og et mer fullverdig liv.⁸

Det har dermed lenge vært en menneskelig tendens å anse skjønnhet som et viktig aspekt for å oppnå et godt liv; jo skjønnere, desto lykkeligere. Men historisk sett trodde man også at jorden var flat,⁹ og at svartedauden var en guddommelig straff for synder som grådighet og blasfemi.¹⁰ I dag, derimot, lever vi i vitenskapens tidsalder og har oppnådd en bred forståelse av fysiologi, og

følgelig av hvordan organismer samspiller med det ytre miljøet. Likeså har de siste snart hundre årene vært avgjørende for vår forståelse av psykologi og ytre impulsers innvirkning på indre, mental helse, samt at vi stadig får større forståelse av mediernes innvirkning på opplevelsen av selvet. Flere nyere studier viser at særlig unges mentale helse påvirkes negativt av medierte bilder av både fysisk og digitalt modifiserte kroppper som er uunngåelige å støte på i hverdagen, og da spesielt på sosiale medier.¹¹ Bør vi derfor ikke vite bedre nå?

Nyliberalismens marionetter

Til tross for vitenskapelig fremgang, befinner vi oss også i en nyliberalistisk virkelighet. Som et begrep, ble «nyliberalisme» først tatt i bruk på 1880-tallet, men forekom sjelden i hverken politiske eller akademiske diskurser før inntil hundre år senere. På 1980-tallet blusset begrepet opp på ny – denne gangen hånd i hånd med økonomiske reformer, først og fremst i USA og Storbritannia, men etter hvert også i Norge – og var kjennetegnet av deregulering, privatisering og markedsliberalisering.¹² Markedsøkonomiske prinsipper, som ligger til grunn for nyliberalismen slik den forstås i dag,¹³ har åpnet døra for markedskreftene til å kunne bruke, og misbruke, menneskets opprinnelige søken etter forskjønnelse i håp om et bedre liv for å fostre egne økonomiske gevinster. En blanding av patriarkatets behandling av kvinnen som et stadig feilende vesen, og markedskreftenes streben og strategier etter berikelse på bekostning av individets ønske om egen fremgang, kan sies å ligge til grunn for de drastiske kroppslige modifiseringene som utføres i dag.¹⁴ Markedskreftene forstørrer våre naturlige lyster mens de minker selvtiliten vår. Det er altså vi som er taperne.

Der andre enn de med samtidens «riktige» kroppsideal stadig feiler før og om de oppnår dette idealet, er det i realiteten ikke mulig å ikke feile. Til og med Kardashian-klanen feiler, og vil alltid feile – uansett hvor mange prosedyrer de

gjennomgår, og uansett hvor mye fett de velge å fjerne eller tilføye rundt på kroppene sine. For markedskreftene, som en del av patriarkatets utøvende makt, vil aldri tillate oss å være fornøyde og anerkjenne at vi er bra nok som vi er. I stedet vil de – i vår evige anstrengelse i omløpet mot idealet – fortsette å overbevise oss om at vi har et essensielt behov for å være noe annet enn det vi er. Og for å kunne oppnå dette, må vi stadig være på jakt etter det nye som kan «fikse» oss: slankepillen; detox-shaken; rynkekremen; shapewear-undertøyet; og kosmetiske behandlinger som fjerner naturlige fregner eller gir deg fregner, alt etter hva trenden tilsier. Ved å skape kroppstrender som aldri er stillestående, har markedskreftene hold om oss; vi er til syvende og sist nyliberalismens marionetter.

La kropp være kropp

Kropp er en organisme, ikke et plagg eller et smykke. På den ene siden har menneskeheten gjennomgått en enorm vitenskapelig fremgang siden antikkens Hellas og forrige århundrets Øst-Asia. Vi har en langt dypere og mer allsidig forståelse av de ulike vitenskapene – hva det vil si å være en menneskelig organisme med et kognitivt, mentalt indre. Men på den andre siden ser vi en vekst av kroppsmodifiserende prosedyrer og ulike slankekurer og produkter som lover å gjøre oss vakrere; vi blir stadig solgt og presset mot de ulike kroppstrendene og idealene. Vi vet bedre, og i det minste burde vite bedre, men våre handlinger strider imot.

Det er av den grunn ugunstig for oss å tillate nyliberalismens smarte triks – som tar nytte av det naturgitte, menneskelige ønske om et bedre liv – å vinne over vitenskapen, og gjøre oss til deltakere i et evig kappløp der stadig «feiling» og dårlig mental helse er resultatet. Sammen bør vi finne veien (tilbake?) til forståelse av kropp i sin sanne tilstand som en særegen, oppskriftsbasert organisme bestående av omtrent 21 000 gener, som har som formål å bære oss gjennom livet, og ikke som en gjenstand for stadig manipulasjon i en voksende masse av tilnærmet like kroppper.





Foto: Tom Barrett / Unsplash

Ved spørsmål om hvem du er kan det letteste svaret ofte være å identifisere seg med en eller flere grupper; «jeg er en student fra Norge». I en slik ytring viser de to ident - tetsnøklene til massene «studenter» og «nordmenn», men hvor ble det av individet? Det å finne sin plass i et samfunn som er lite interessert i de individuelle tennene på tannhjulet, så lenge de gjør jobben sin, er en kunstig, og ikke minst moderne, prosess. Hvordan havnet vi i denne situasjonen? I denne teksten gir jeg et overordnet, filosofisk perspektiv på hvordan massene har utviklet seg, og hvorfor individet ikke får utviklet seg i massene.

Artikkel
av Susanna Mathea Arsky

Medier – som både gjenspeiler samfunnsnormer og bidrar til å påvirke dem – tenderer mot å avbilde og legge fokus på masser av tilnærmet like kroppar til enhver tid, og dermed skape kroppstrender. 50- tallets kinollerter kjennetegnes av Marilyn Monroe og hennes ikoniske timeglassfigur; kvinner skulle være formfulle og frodige, noe som representerte en sensuell og lysten kvinne. På 70-tallet var underholdningsverdenen karakterisert av en ny versjon av kvinnelig kroppsform, nemlig slankere kvinner med mindre bryster, hofter og lår, deriblant englene i actionkomedi- en Charlie's Angels. Så kom 90-tallet, teknologiens fremgang muliggjorde silikonbryster, og vi ser en blanding av fyldigere kroppar med implantater – best illustrert med Pamela Anderson og resten av Baywatch-kvinnene – og syltynne, skyhøye modeller med kroppar som til tider kunne forstås, eller misforstås, som syke med anoreksi. Trenden fortsatte på 00-tallet med syltynne Paris Hilton, som ofte var å finne på forsiden av sladder- magasiner, før den snudde motsatt vei på 10-tallet med Kardashian-klanens ekstremt modifiserte kroppsformer – til de grader at virkeligheten nå er en illusjon. Naturlig uoppnåelige kroppsformer med store hofter, overdrevet store bryster og bakdelar, blandet med smale midjer – nemlig timeglassfiguren i sin mest ekstreme versjon – har nå blitt den nye trenden. Ekte er ikke lenger «kult».

Massenes historiske utgangspunkt

Veien til et samfunn bestående av anonymiserte masser startet allerede for 12 000 år siden. Det var på denne tiden at en jordbruksbølge spredte seg blant steinalder befolkningen, og deres nomadiske livsstil ble byttet ut med en statisk bosituasjon. Matproduksjonen ble effektivisert gjennom monokultur, altså dyrking av én type avling, og spesialiserte yrker vokste dermed frem. Denne spesialiseringen ble enda mer tydelig da den industrielle revolusjonens innmarsj skjedde seint på 1700-tallet. Ikke bare var man ansatt som tekstilprodusent, men man var spesialisert som spinnemaskinist. Altså var stillingene ensidige og ikke minst utbyttable.

Massene, som en betegnelse på store grupper mennesker uten individuelle meninger, hadde sin teoretiske storhetstid mellom 1920-1950-årene. Samfunnets borgere ble betraktet som en stor masse, som kunne mobiliseres til å utføre visse handlinger gjennom påvirkning fra massekommunikasjon gjennom moderne medier som radio og fjernsyn.¹ Denne kraftig forenklede historien av samfunnsutviklingen er nødvendig for å forstå massesamfunnet slik det eksisterer i dag. Til tross for at forståelsen av samfunnet som en mer opinionssterk gruppe enn det som først var antatt, er individet fortsatt kun en del av en masse. For at moderne byråkratiske samfunnsstrukturer skal fungere er det essensielt å kunne gruppere individer. Myndigheter og administrasjoner har mistet kontakten, med samfunnets borgere, en kontakt som kanskje aldri har funnet sted i vårt moderne samfunn. Å bli redusert til en demografisk gruppering med identitet som ikke strekker seg utover et ferdig utfylt skjema som behandles i et ansiktsblindt system, er tøft.

Samfunnet legger til grunn for anonymiserte masser

Artikkeltitler som *The Sterile, Efficient Life of a Millennial* slik det var publisert i den amerikanske avisen The New York Times, er med på å løfte frem en skadelig ideologi om at individene ikke er mer enn tilhørere av en gruppe, som i dette tilfellet er millenniumsgenerasjonen.² Samfunnet, slik det er bygd opp i dag, krever slike grupperinger for å kunne driftes noenlunde effektivt og, angivelig, for å kunne behandle borgere på likest mulig grunnlag. Systematisk rasisme er derimot et motargument for dette, og dermed også et bevis på at byråkratiet kan behandle mindre grupper på en mer individualisert måte, til tross for at det inntil videre er i negativ grad. Slik struktur belønner bare en privilegert del av samfunnet.

Samfunnskritiker Daniel Quinn har skrevet flere romaner som tar for seg hans ideologiske tilnærming til samfunnet slik det utspiller seg i moderne tid. I boken *Ishmael* deltar protagonisten i en diskurs som tar for seg individets rolle i samfunnet, for å endre hans syn på hva den ideelle samfunnsstrukturen er for at et menneske skal kunne utfolde seg slik hans natur tilsier.³

"Anywhere you go in the world, you'll find the same story being enacted, and if you don't take a place in it you won't get fed. (...) Mother culture teaches you that this is as it should be. (...) Your place is here, participating in this story, putting your shoulder to the wheel, and as a reward, being fed. There is no 'something else'. To step out of this story is to fall off the edge of the world. There's no way out if it except through death."⁴

«Fortellingen» som refereres til her er det moderne samfunnet slik det fungerer nå. Quinn mener at vi utspiller en kulturell myte som er skadelig for individet, samfunnet og planeten.⁵ Han mener at slik som det finnes naturlover for gravitasjon og termodynamikk, bør det også finnes en normativ levemåte for mennesker. Løsningen hans ligger i mikrosamfunn, altså et steg tilbake til steinalderen da samfunnet til stadighet var uspesialisert.⁶ Men som Quinn også peker på er dette en umulig vending å ta, når samfunnsutviklingen har kommet såpass langt. En nedskalering av samfunnets massive strukturer er, og forblir, en umulig oppgave. Om samfunnets problem er diagnostisert riktig av Quinn, vil symptomatisk behandling være den best kuren, dog problemet vil forbli.⁷

Medienes funksjon i identitetskrise

Som den fjerde statsmakt og innehaver av dagsordenfunksjonen, har mediene stor innvirkning på grupperingen, marginaliseringen og den pandemiske utbredelsen av mangel på individuell kraft i dagens samfunn. Mediebildet har endret seg drastisk i løpet av det siste århundre. Fra et fåtall tradisjonelle medier som radio og aviser der et fåtall, gjerne mektige skikkelser, ledet den offentlige diskursen, har det vokst frem et rikt medielandskap. Sosiale medier har gjort at ellers avmektige samfunnsborgere har muligheten til å gripe fatt på talerstolen. Men selv dette er vanskelig i et hav av stemmer som alle kjemper om å bli hørt. Muligens roper vår biologi om å bli hørt og sett slik et idealsamfunn hadde lagt merke til oss. «Spotlight-effekten» omtales i psykologien som et fenomen som gjør at folk kjenner seg mer lagt merke til enn det de nødvendigvis er. Jeg vil påstå at det er fruktbart å se på dette i sammenheng med å være et individ i massene – vi er spesielle og viktige, men samfunnet har ikke kapasitet til å dekke vårt behov for å utøve vår individualitet.

I et samfunn som i økende grad er preget av angst, depresjon og ensomhet, gjorde en verdensomspennende pandemi ikke situasjonen lettere for mange av dem som sliter i dag. Frykten for koronaviruset spredte seg blant massene som ild i tørt gress, og mediernes dekning av pandemien var som å helle bensin på bålet.

Massemediene i koronavirusets tidsalder

Mediene vil alltid fange massenes oppmerksomhet

En av mediernes hensikter er å nå ut til massene med dagsaktuelle temaer. I løpet av de siste månedene er det derfor ingen overraskelse at Covid-19-relaterte saker har tatt over store deler av nyhetsbildet, da det er noe som angår oss alle. Vår rolle som mediekonsumenter er å være kritiske til det som tas opp i nyhetsbildet, slik at vi som enkeltindivider – og som en del av massene – kan være informerte om *faktiske* samfunnsforhold. Denne rollen blir i større og større grad utfordret og de siste månedene har på mange måter vært "den ultimate test".

Nyhetsmediene – massenes viktigste informasjonsformidler under Corona-pandemien

Tidligere i vår var det mye usikkerhet rundt hva som var de rette tiltakene å innføre for en best mulig håndtering av korona-pandemien. Mange, naturlig nok, brukte nyhetsmediene som sin viktigste informasjonskilde. Det var stor usikkerhet blant det norske folket og mange så for seg dystre uker framover med mange dødsfall og mangel på kapasitet for å ta imot smittede. Eppersom Covid-19 da var et nytt og ukjent fenomen vi hadde lite kunnskap om, var det beste vi kunne gjøre å følge Regjeringen og Helsedirektoratets råd og anbefalinger, slik de ble formidlet av (blant annet) de ulike nyhetsmediene her i landet. I etterkant, som uttalt av blant annet helseminister Bent Høie (H) selv, viste det seg at resultatet etter innføringen av de nye smittevernstiltakene var mer effektive enn folk flest hadde sett for seg. Det bør også nevnes at Regjeringen fra starten av var klare og tydelige på at deres mål var å holde smittespredningen under kontroll – ikke å eliminere spredningen fullstendig, da det ville være en nærmest umulig oppgave før en eventuell vaksine ble tatt i bruk. Vi ble også fortalt at livene våre i stor grad ville være påvirket av pandemien.¹



For mye informasjon kan bidra til unødvendig panikk

Etter en relativt avslappet sommer, sammenlignet med vårens strenge smittevernsrestriksjoner, ble det i midten av august skrevet mange nyhetssaker om oppblomstring av smittespredningen. Massene, det norske folk, begynte igjen å gå inn i "panikk-modus". Mediene publiserte en rekke bilder av faddere og fadderbarn som satt i store grupper i parkene. Oslo ble sett på som et smitte-episenter og ordførere i andre kommuner ba folk om å unngå å dra inn til hovedstaden. De som dro, ble uglesett. Regjeringen ble kritisert på en rekke punkter og det var mye snakk om hvordan de hadde "feilet" ved å lette på noen av tiltakene.

Ett par uker i etterkant av dette kunne vi se at VG sitt smittetermometer igjen viste en flat kurve, altså ikke økende smitte. Tallet på antallet innlagte har også stort sett holdt seg under 20-tallet siden slutten av juni.

Til tross for at myndighetene tidligere i år ba oss være forberedt på opp- og nedturer i antallet smittede, kom økningen som et sjokk på mange. Er det noe som sprer seg blant massene forttere enn noe annet, så er det frykt. Og når folk er redde, tyr de gjerne til nyhetene i frykt for ikke å få med seg ny og viktig informasjon. Dette vet medieprodusentene, som sannsynligvis så smitte-økningen som en gylden mulighet til å anskaffe seg flere abonnenter.

Behov for en kritisk masse

Med økende smittetall i etterkant av sommeren, fikk mange en følelse av å være tilbake til våren, da viruset «blomstret» for fullt her i Norge. Dramatiske overskrifter og kritikk av Regjeringen bidro til å skape mye frykt. Det var naturligvis viktig å få ut informasjon om økende smittetall, og nyhetsdekningen av dette var nok en viktig grunn til at vi fikk bremsset spredningen. De fleste trengte nok også en oppstramning etter en noe slakkere sommer.

Det er også viktig å nevne at smittekapasiteten mot slutten av sommeren var betydelig bedre enn den var tidligere i vår.

Per i dag har hvem som helst mulighet til å teste seg, noe som også vil føre til høyere (registrerte) smittetall. Vi som mediekonsumenter må forsøke å skille ut hva som er viktig informasjon og hva som bare føles som viktig informasjon, men som i bunn og grunn bare bidrar til å spre unødvendig frykt. Fordi frykt i seg selv vil ikke ta knekken på koronaviruset. Det er det effektive tiltak, basert på empirisk forskning og fakta som vil, inntil en vaksine kommer på banen.

Mediene påvirker i stor grad hvor massene vier sin oppmerksomhet

Hvilke tiltak som har vist seg effektive, og informasjon om hvor smittespredningen er mest utbredt, er viktig informasjon. Det ble riktignok i etterkant av sommerferien gjort en rekke tiltak for å bremse spredningen. Men man kan stille spørsmål ved om noen av tiltakene som ble innført, ble gjort grunnet press fra massene, etter nyhetsmedienes fremstilling av utvalgte saker, som for eksempel fadderuken og gjenåpningen av ølkransen.

Var det for lett å gi fadderuken skylden for den økende smittetrenden?

Allerede første dag av fadderukens start tidligere i år, kunne vi i de fleste nyhetsmedier lese om faddere og fadderbarn som satt ute i parkene. Bilder av hundrevis av studenter som satt i store grupper og drakk øl og koste seg ute i sommerværet florerte på nettet. Kritikken faddere og fadderbarna fikk i nyhetsbildet, gikk ut på at det å samle seg i store grupper mennesker, bidrar til større smittefare. Dermed var et av tiltakene som ble gjort etter første dagen av fadderukens oppstart å slå ned på parkdrikkning. I Oslos parker kunne man se politibiler som patruljerte parkene kvelden lang.

Etter disse tiltakene minket antall studenter som satt ute i parkene betydelig, da det ikke er til å legge skjul på at alkohol spiller en viktig rolle i manges fadderuker. Da kan man stille seg spørsmålet, hvor dro fadderne og fadderbarna etter disse innføringene?

Mange, i stedet for å samles i parkene, med god plass og omgitt av frisk luft, flyttet sammenkomstene sine til private leiligheter, med mange mennesker samlet på små rom. Massemediens framstilling av fadderuken og de visuelle bildene vi fikk se, fremstilt på en måte som framhevet budskapet til nyhetsmediene, gjorde nok at mange ukritisk sa seg enig i de nye innføringene, uten å tenke over hva som kunne bli konsekvensene.

Selvfølgelig skal nye smittevernsinnføringer tas alvorlig, og i en presset situasjon som vi nå befinner oss i, må slike beslutninger ofte tas under stort tidspress. Det å samles så mange mennesker på ett område, selv ute i frisk luft, er ikke ideelt under dagens forhold. Men det er uansett viktig å tenke nøye gjennom hva som kan bli de eventuelle konsekvensene av slike tiltak.

Stengning av ølkranene

Et annet tiltak jeg stiller spørsmål ved, er beslutningen om å stenge ølkranene, ettersom vi har sett få tilfeller i Norge hvor serveringssteder og utesteder har bidratt til store smitteutbrudd. Serveringstedene, etter de fikk tillatelse fra myndighetene om å åpne igjen, ble tildelt en rekke strenge regler de har måttet følge for å få lov til å holde åpent, tiltak om bordsetninger, maks antall gjester per bord, og mer til. Til tross for dette, gikk det særdeles hardt ut over utelivsbransjen da smittetalene økte mot slutten av sommeren. Den 8. august ble det innført nasjonal skjenkestopp etter klokken 00:00, for hele landets utesteder.² Internasjonalt har man sett flere episoder hvor én enkelt bartender kan ha bidratt til hundrevis av smittetilfeller, men dette var under ukontrollerte forhold, før det var kjent hvor utbredt viruset allerede var i Europa. Vi har ikke sett lignende episoder finne sted i Norge.

Hjemmefester og nachspiel på den andre siden, har vist seg å føre til at mange har blitt smittet.³ Da kan man stille spørsmål ved hvorfor utestedene tvinges til å stenge tidligere, ettersom et resultat av dette er at folk i stedet velger å dra på nettopp hjemmefester. Med tanke på at alkohol endrer folks atferd og fokuset på smittevern blir mindre, skulle man jo kanskje tro at alkoholinntak under kontrollerte forhold var å foretrekke.

Slapp sydenturistene for billig unna?

Man kan også sette spørsmål ved hvorfor ikke sydenturister og andre reisende har blitt kritisert mer i mediene. Mange pådro seg smitte da de var i utlandet, etter at grensene ble åpnet for å reise til en rekke land. Dette har fått relativt lite oppmerksomhet, sett i forhold til for eksempel fadderuken eller de unge som fester. Oppfatter vi det å reise på ferie som mer akseptabelt, så fort myndighetene åpner opp for det?

Mediene gir ofte unøytrale fremstillinger av aktuelle hendelser

Tross alt, så vet ingen hva som egentlig foregår. Om fem, ti eller femti år vil vi sannsynligvis ha et mer oversiktlig bilde av hele denne situasjonen, hva som var de mest effektive tiltakene, og hvilke feil som ble gjort. Men det er umulig å få et nøytralt bilde når man står midt oppe i det, så la oss ikke alltid hoppe rett til konklusjoner eller prøve å finne syndebukker. I den krevende situasjonen vi nå befinner oss i, er det ekstremt viktig å holde hodet kaldt. Selv om vi alle er en del av den såkalte "massen", er vi også mennesker med evne til å ta selvstendige valg og vurderinger. Panikk i seg selv løser ingen ting, om ikke annet fratar det oss vår evne til å tenke rasjonelt, samt handle deretter.

Mediene gir ofte unøytrale fremstillinger av aktuelle hendelser

Tross alt, så vet ingen hva som egentlig foregår. Om fem, ti eller femti år vil vi sannsynligvis ha et mer oversiktlig bilde av hele denne situasjonen, hva som var de mest effektive tiltakene, og hvilke feil som ble gjort. Men det er umulig å få et nøytralt bilde når man står midt oppe i det, så la oss

ikke alltid hoppe rett til konklusjoner eller prøve å finne syndebukker. I den krevende situasjonen vi nå befinner oss i, er det ekstremt viktig å holde hodet kaldt. Selv om vi alle er en del av den såkalte "massen", er vi også mennesker med evne til å ta selvstendige valg og vurderinger. Panikk i seg selv løser ingen ting, om ikke annet fratar det oss vår evne til å tenke rasjonelt, samt handle deretter.

Mediene tar opp saker som fanger folks interesser. Derav navnet "massemedier" – av og for massene. Det er da vårt ansvar, som enkeltindivider, men også en del av nettopp massene, etter beste evne å være kritiske til informasjonen og inntrykkene vi utsettes for hver dag. På denne måten kan vi påvirke nyhetsmediene til det bedre. Hvorfor skrives noen saker og andre ikke? Hvorfor trykker vi oss (ofte ubevisst) inn på artiklene med de mest dramatiske overskriftene, framfor "tørre", men sannsynligvis like viktige nyheter? Dette er spørsmål vi, massene, må stille oss selv hver dag.

Gir massemediene de positive nyhetene for lite oppmerksomhet?

Til sist stiller jeg spørsmålet om det å fokusere på optimisme, i stedet for frykt, kunne være et like effektivt virkemiddel for å motivere for begrensning av smittespredningen. Da Covid-19 først kom til Norge, kunne vi se en samlet regjering som kjempet sammen for en felles sak, og budskapet til mediene var at dette er en felles dugnad vi alle måtte ta del i. Et budskap med fokus på samhold, spredt til massene gjennom nyhetsmediene, hadde en positiv effekt på de fleste av oss, og det gjorde folk motivert til å gjøre det de kunne for å bidra.

Motivasjon til å fortsette dugnaden, ved å fokusere på håp og samhold, er kanskje akkurat det vi trenger i massemediene akkurat nå. Nyheter som viser oss hvor bra noen av tiltakene faktisk har fungert, som minner oss på hvor heldige vi er som bor i velferdsstaten Norge i en slik situasjon, og støtteapparatet dette gir oss. Grunnene til å være optimistiske er tross alt mange.

66

Noter og bibliografi

 Sosiale mediers makt i massedemonstrasjonene: hvorfor demonstrerer vi mer enn før? Artikkel av Linnea J. Aasrum	 Det direkte og det digitale Artikkel av Sindre Brennhagen
Litteratur:	Litteratur:
Collins Dictionary. s.v. <i>Mass demonstration</i> . Collins Dictionary.	Bauman, Zygmunt. 1992. <i>Mortality, Immortality and Other Life Strategies</i> . California: Stanford University Press.
Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K. og Wollebæk, D. 2014. <i>Liker- liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet</i> . Oslo: Cappelen Damm Akademisk.	Habermas, Jürgen. 1987 [1968]. <i>Knowledge and Human Interests</i> . Oversatt av Jeremy Shapiro. Cambridge: Cambridge University Press.
Noter:	Litteratur:
¹ Christiansen og Hager-Thoresen. 22.11.2019. «Folkets opprør sprer seg i rekordfart. Men effekten kan være i ferd med å avta». Publisert på <i>Aftenpostens</i> nettside: https://www.aftenposten.no/verden/i/plx0Vo/folkets-opproer-sprer-seg-i-rekordfart-men-effekten-kan-vaere-i-ferd-me ² Collins Dictionary s.v. ³ Aftenposten Forklart 24.10.2019. «Demonstrasjoner verden over: Dette har de til felles». (red.: Rønneberg, Veberg, Lindholm, Bakke Foss og Nese). Episode 239, sesong 3. Publisert på <i>Aftenpos-ten Forklart</i> sin nettside: https://www.aftenposten.no/podkast -/forklart ⁴ Dagens Næringsliv. 10.08.2020. «Omfattende protester mot valget i Hviterussland». Publisert på <i>Dagens Næringslivs</i> nettside: https://www.dn.no/utenriks/hviterussland/lukasjenko/tikhanovska-ja/omfattende- protester-mot-valget-i-hviterussland/2-1-855384 ⁵ Aftenposten Forklart 24.10.2019. «Demonstrasjoner verden over: Dette har de til felles». (red.: Rønneberg, Veberg, Lindholm, Bakke Foss og Nese). Episode 239, sesong 3. Publisert på <i>Aftenpos-ten Forklart</i> sin nettside: https://www.aftenposten.no/podkast -/forklart ⁶ Freedom House, s.v. «Freedom in the World 2020». Publisert på <i>Freedom House's</i> nettsider: https://freedomhouse.org ⁷ Aftenposten Forklart 24.10.2019. «Demonstrasjoner verden over: Dette har de til felles». (red.: Rønneberg, Veberg, Lindholm, Bakke Foss og Nese). Episode 239, sesong 3. Publisert på <i>Aftenpos-ten Forklart</i> sin nettside: https://www.aftenposten.no/podkast -/forklart ⁸ Christiansen og Hager-Thoresen. 22.11.2019. «Folkets opprør sprer seg i rekordfart. Men effekten kan være i ferd med å avta». Publisert på <i>Aftenpostens</i> nettside: https://www.aftenposten.no/verden/i/plx0Vo/folkets-opproer-sprer-seg-i-rekordfart-men-effekten-kan-vaere-i-ferd-me ⁹ Aftenposten Forklart 24.10.2019. «Demonstrasjoner verden over: Dette har de til felles». (red.:Rønneberg, Veberg, Lindholm, Bakke Foss og Nese). Episode 239, sesong 3. Publisert på <i>Aftenposten Forklart</i> sin nettside: https://www.aftenposten.no/podkast -/forklart ¹⁰ Christiansen og Hager-Thoresen. 22.11.2019. «Folkets opprør sprer seg i rekordfart. Men effekten kan være i ferd med å avta». Publisert på <i>Aftenpostens</i> nettside: https://www.aftenposten.no/verden/i/plx0Vo/folkets-opproer-sprer-seg-i-rekordfart-men-effekten-kan-vaere-i-ferd-me ¹¹ Fisher og Taub. 25.10.2019. «The Global Protest Wave, Explained». Publisert på <i>The New York Times'</i> nettside: https://messaging-custom-newsletters.nytimes.com/template/oakv2?uri=nyt://newsletter/375eeb8b-49fd-4a0f-933c-9ef2ed0a10d8 ¹² Chenoweth i Fisher og Taub. 25.10.2019. «The Global Protest Wave, Explained». Publisert på <i>The New York Times'</i> nettside: https://messaging-custom- newsletters.nytimes.com/template/oakv2?uri=nyt://newsletter/375eeb8b-49fd-4a0f-933c-9ef2ed0a10d8 ¹³ Enjolras mfl. 2014, s. 9 ¹⁴ Chenoweth i Fisher og Taub. 25.10.2019. «The Global Protest Wave, Explained». Publisert på <i>The New York Times'</i> nettside: https://messaging-custom- newsletters.nytimes.com/template/oakv2?uri=nyt://newsletter/375eeb8b-49fd-4a0f-933c-9ef2ed0a10d8	Kempton, Alexander Moltubakk. 2019. «The Digital is Different: A Realist Reinterpretation of Socio-materiality». <i>Proceedings of the 27 th European Conference on Information Systems (ECIS)</i> . ISBN 978-1-7336325-0-8 Research Papers.
	Levinas, Emmanuel. 1991. <i>Otherwise than Being, or Beyond Essence</i> . Oversatt av Alphonso Lingis. Dordrecht: Kluwer Aoademic Publishers.
	Løgstrup, Knud Ejer. 1991 [1956]. <i>Den etiske fordring</i> . København: Gyldendalske Boghandel. Sartre, Jean-Paul. 1956. Being and Nothingness . Oversatt av Hazel E. Barnes. New York: Philosophical Library.
----- , 1993. <i>Eksistensialisme er humanisme</i> . Oversatt av Carl Hambro. Oslo: J.W. Cappelens forlag.	Shepard, Paul. 1998. <i>Nature and Madness</i> . Athens, Georgia: University of Georgia Press.
	Skalikć, Věra et.al. 2019. «Screen Time and the Development of Emotion Understanding from Age 4 to Age 8: A Community Study». <i>British Journal of Developmental Psychology</i> , Vol. 37: 427-443. Wiley-Blackwell.
	Stern, Daniel. 1985 [2018]. <i>The Interpersonal World of the Infant</i> . London: Routledge.
	Vetlesen, Arne Johan. 2009. <i>Frihetens forvandling</i> . Oslo: Universitetsforlaget.
----- , 1995. «Levinas – en ny etikk». <i>I sporet av det uendelige</i> (red.: Hans Kolstad, Hall Bjørnstad og Asbjørn Aarnes): 36-47. Oslo: Aschehoug.	
----- , 1998. «Moral, den uvelkomne grense». <i>Emmanuel Levinas. Underveis mot den annen</i> (red.: Asbjørn Aarnes): 211-221. 2. utgave. Oslo: Vidarforlaget	
	Zhao, Shanyang. 2005. «The Digital Self: Through the Looking Glass of Telecopresent Others». <i>Symbolic Interaction</i> , Vol. 28 (No. 3): 387-405. Wiley-Blackwell.
	Aarnes, Asbjørn. 1998. <i>Emmanuel Levinas. Underveis mot den annen</i> . Oslo: Vidarforlaget.
Noter:	
¹ Løgstrup 1991, 25. ² Levinas skriver: «The knot of subjectivity consists in going to the other without concernng oneself with his movement toward me» (1991, 84). Subjektivitet blir dermed ensbetydende med ansvar, som Zygmunt Bauman skriver: «My uniqueness, my selfness is grounded in my being called upon, and i hence being someone no one else can replace» (1992, 44). ³ Vetlesen 1995, 36. ⁴ Aarnes 1998, 185. ⁵ For å gjenskalle et sitat fra Jean-Paul Sartres <i>Being and Nothingness</i> : «Not to choose is, in fact, to choose not to choose» (1956, 481). Eller, med en lignende formulering fra <i>Eksistensialisme er humanisme</i> : «Valget er mulig i en betydning; men det som ikke er mulig, er å ikke velge. Jeg kan alltid velge, men jeg bør vite at hvis jeg ikke velger, så velger jeg da også» (1993, 31). ⁶ I verket <i>Knowledge and Human Interests</i> skiller Jürgen Habermas mellom tre kategorier, eller tre nivåer, av kommunikasjon som et fysisk møte består av, som roft svarer til det jeg her nevner (1987, 217-9). ⁷ Vetlesen 2009, 68. ⁸ Vetlesen 1998, 214. ⁹ Ditlefsen, Heidi. 20.05.2019. «Bruker seks timer av fritida på skjerm». Publisert på <i>NRKs</i> nettsider: https://www.nrk.no/sorlandet/bruger-seks-timer-av-fritida-pa-skjerm-1.14535434 ¹⁰ Shepard 1998, 108. ¹¹ Skalikć et.al. 2019, 437. ¹² Ibid., 438. ¹³ Stabell, Hedda. 04.11.2019. «Høy skjermbruk kan hemme barns utvikling». Publisert på <i>forskning.no</i> : https://forskning.no/barn-og-ungdom-ntnu-partner/hoy-skjermbruk-kan-hemme-barns-utvikling/1587963 ¹⁴ Kempton 2019, 12. ¹⁵ Zhao 2005, 390. ¹⁶ Det er ikke for å si at man ikke kan bli rørt og beveget av det man leser eller ser på en skjerm, men at man stilles overfor en (prinsipielt) uendelig betenkningstid og svarmuligheter. Men ved å utsettes for triste enkeltskjebner ved ethvert interaktivt gatehjørne, omringes og bombarderes av lidelseshistorier til enhver tid, kan det føre til en overstimulering med den unngjelige konsekvensen av likegyldighet, apati, eller det man i sosiologien kaller <i>compassion fatigue</i> (Vetlesen 2009, 72). ¹⁷ Dette utdypjer jeg nærmere i essayet «Fysisk nærhet, virtuell distanse», publisert på PRESSET, sin nettside: https://www.preset.no/ideer/2020/11/30/fysisk-nrhet-virtuell-distanse ¹⁸ Vetlesen 1995, 45.	
Demokrati og internett i det store bildet: hva skjer når "massen" tar over mediene? Artikkel av Emma M. N. Glimstad	
Litteratur:	
Dalton, Russel J. (2020). <i>Citizen Politics</i> . 7. utgave. London: SAGE Publications Inc. 	

Trendy kropp

Essay av Anja Vranic

Litteratur:
<p>Broad, David B. 2015. «Review: The Search for the Beautiful Woman: A Cultural History of Japanese and Chinese Beauty by Cho Kyo». <i>International Social Science Review</i>, Vol. 90 (No. 1): 1-2.</p>

Gill, Rosalind. 2017. «The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on». *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 20 (No. 6): 606-626. DOI: 10.1177/13671549417733003.

Mulvey, Laura. 2006 [1975]. «Visual Pleasure and Narrative Cinema». I *Media and Cultural Studies. Keyworks* (red.: Meenakshi Gigi Durham og Douglas M. Kellner): 342-352. Malden, Oxford og Victoria: Blackwell Publishing.

Steinnes, Kamilla Knutsen et.al. 2019. *Photoshop, fillers og falske glansbilder? En studie blant ungdom om kjønn, kropp og markedsføring i sosiale medier*. Rapport 3 – 2019. OsloMet. Tilgjengelig via https://fagarkivet.oslomet.no/en/item/asset/dspace:15952/SIFO- rapport%203%20-%202019%20-%20Photoshop%20fillers%20og%20falske%20glansbilder.pdf.

Noter:
<p>¹ Mulvey 2006 [1975], 342-352.</p> <p>² Store norske leksikon, s.v. «Legeme». Publisert på <i>Store Norske Leksikons</i> nettside: https://snl.no/legeme.</p> <p>³ Holtebekk, Trygve. 19.09.2019. «Masse». Publisert på <i>Store Norske Leksikons</i> nettside: https://snl.no/masse.</p> <p>⁴ Bioteknologirådet, s.v. «Arv og genetik». Publisert på <i>Bioteknologirådets</i> nettside: https://www.bioteknologiradet.no/temaer/arv-og-genetik/.</p> <p>⁵ Ringgaard, Anne. 12.03.2020. «Forskere: Overvekt er sjelden selvforskyldt». Publisert på <i>Forskning.no's</i> nettside: https://forskning.no/genetik-overvekt-samfunn/forskere-overvekt-er-sjelden-selvforskyldt/1652532.</p> <p>⁶ Hughes, Bettany. 10.01.2015. «Would you be beautiful in the ancient world?». Publisert på <i>BBQ News</i> nettside: https://www.bbc.com/news/magazine-30746985.</p> <p>⁷ Japan Info. 17.08.2020. «Ohaguro: Why did the Japanese dye their teeth black?». Publisert på <i>Japan Info's</i> nettside: https://jpinfo.com/38502.</p> <p>⁸ Broad 2015.</p> <p>⁹ Sett bort ifra nåtidens konspirasjonsteorier om at jorden er flat.</p> <p>¹⁰ Brown University. 2010. «Religious Interpretations of the Causes of the Plague». Publisert på <i>Brown University's</i> nettside: https://www.brown.edu/Departments/Italian_Studies/dweb/plague/causes/religious.php.</p> <p>¹¹ Se f.eks. Steinnes et al. 2019.</p> <p>¹² Nordbakken, Lars Paedler. 07.01.2020. «Hva er nyliberalisme?». Publisert på Cevitas nettside: https://www.oivita.no/politisk-ordebok/hva-er-nyliberalisme.</p> <p>¹³ Thoresen, Dag Einar. 20.10.2014. «Ilyliberalisme». Publisert på <i>Store Norske Leksikons</i> nettside: https://snl.no/nyliberalisme.</p> <p>¹⁴ Se f.eks. Gill 2017.</p>

Massemord av individer Artikkel av Susanna Mathea Årsky
Litteratur:
Griprud, Jostein. 2011. <i>Mediekultur, mediesamfunn</i> . 4. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
Quinn, Daniel. 1992. <i>Ishmael</i> . New York: Bantam Books.
Noter:
¹ Griprud, 2011, 57. ² Stauffer, Rainesford. 2019. «The Sterile, Efficient Life of a Millennium». Publisert på <i>The New York Times</i> nettside: https://www.nytimes.com/2019/09/28/opinion/sunday/millennial-dining-car-am-trak.html ³ Quinn, 1992 ⁴ Ibid, 37. ⁵ Ibid. ⁶ Ibid. ⁷ Ibid

Massen og offentligheten Artikkel av Ida Andersen
Litteratur:
Gentikow, Barbara. 2009. «Habermas, medienes rolle for den offentlige meningsdannelsen, og en fotnote om Internettet i fire versjoner» <i>Norsk medietidsskrift</i> 18 (1): 65-72.
Griprud, Jostein. 2017. «Massenes tidsalder». I <i>Allmenningen</i> , redigert av Jostein Griprud, 228 - 301. Oslo: Universitetsforlaget.
Ytreberg, Espen. 2015. <i>Medie- og kommunikasjonsteori</i> . Oslo: Universitetsforlaget.
Noter:
¹ Griprud, 2017, 255-256 ² Griprud, 2017, 256 ³ Gentikow, 2009, 1 ⁴ Gentikow, 2009, 2 ⁵ Gentikow, 2009, 2 ⁶ Gentikow, 2009, 2 ⁷ Gentikow, 2009, 2 ⁸ Gentikow, 2009, 3 ⁹ Ytreberg, 2015, 48 ¹⁰ Ytreberg, 2015, 79

Massemediene i koronavirusets tidsalder Kronikk av Emma S. Daasvatt
Noter:
¹ Lilleårs, Heidi Schei, 12.09.2020. «Du er kanskje møkklei etter seks måneder med Corona, men Camilla Stoltenberg vet råd». Publisert på <i>Nettavisens</i> nettside: https://www.nettavisen.no/nyheter/fhi-sjef-seks-maneder-etter---derfor-er-vi-mer-optimistiske-na/3424017351.html
² Hobson & Sommerfeldt, 25.08.2020. «Vil kvele hjemmefestene – ber regjeringen droppe skjenkestopp på utestedene.» Publisert på <i>NRKs</i> nettside: https://www.nrk.no/vestland/vil-kvele-hjemmefestene---ber-regjeringen-droppe-skjenkestopp-pa-utestedene-1.15134388
³ Hobson & Sommerfedt, 25.08.2020, 25.08.2020. «Vil kvele hjemmefestene – ber regjeringen droppe skjenkestopp på utestedene.» Publisert på <i>NRKs</i> nettside: https://www.nrk.no/vestland/vil-kvele-hjemmefestene---ber-regjeringen-droppe-skjenkestopp-pa-utestedene-1.15134388

Fra trussel til ressurs: massene i vår digitale verden Artikkel - Anders Wiig Letnes
Litteratur
Cohen, Bernard Cecil. 1963. <i>The press and foreign policy</i> . New Jersey: Princeton University Press.
Griprud, Jostein. 2011. <i>Mediekultur, mediesamfunn</i> . 4. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
McAfee, Andrew og Erik Brynjolfsson. 2017. Machine, platform, crowd: harnessing our digital future. New York: W. W. Norton ∓ Company.
Noter:
¹ McAfee og Brynjolfsson 2017, 14-15. ² Griprud 2011, 57. ³ Ibid, 57. ⁴ Ibid, 57-58. ⁵ Cohen 1963, 13. ⁶ Griprud 2011, 59. ⁷ Ibid, 59-60. ⁸ McAfee og Brynjolfsson 2017, 14. ⁹ Ibid, 14. ¹⁰ Ibid, 14. ¹¹ Ibid, 15. ¹² Ibid, 230-231. ¹³ Ibid, 235. ¹⁴ 2017, 241-245. ¹⁵ McAfee og Brynjolfsson 2017, 246-247. ¹⁶ Ibid, 247. ¹⁷ Ibid, 253-255. ¹⁸ Ibid, 256. ¹⁹ Ibid, 275. ²⁰ Ibid, 257. ²¹ Ibid, 257. ²² Ibid, 275-276. ²³ Ibid, 259. ²⁴ Ibid, 259.

Targeting emotions: the subversion of democratic debate and the manufacturing of political momentum Essay av Matei N. Balan
Literature:
Applebaum, Anne. 2020 «Cascades of Falsehood». In <i>Twilight of Democracy: The Failure of Politics And The Parting of Friends</i> , 105-142. New York and London: Allen Lane.
Andrejevic, Mark. 2011. «The Work That Affective Economic Does». <i>Cultural Studies</i> , Vol. 25 (No. 4-5): 604-620. doi: 10.1080/09502386.2011.600551.
Jenkins, Henry. 2006. <i>Convergence Culture: Where Old and New Media Collide</i> . New York and London, New York University Press.
Noter:
¹ NTB, 29.98.20. «Sian-profil rev i stykker koranen foran motdemonstrantene - ble lagt i bakken». Published on <i>Dagsavisen's</i> website: https://www.dagsavisen.no/nyheter/innenriks/sian-profil-rev-i-stykker-koranen-foran-motdemonstrantene-ble-lagt-i-bakken-1.1764980 ² NTB. 31.08.20. «Tyrkia fordømmer Sian-handling – Siv Jensen reagerer kraftig». Published on <i>Dagsavisen's</i> website: https://www.dagsavisen.no/nyheter/innenriks/tyrkia-fordømmer-si-an-handling-siv-jensen-reagerer-kratig-1.1765578 ³ Applebaum, 2020, 117. ⁴ Andrejevic, 2011, 604. ⁵ Jenkins, 2006. ⁶ Andrejevic, 2011, 609. ⁷ Applebaum, 2020, 88-89. ⁸ Applebaum, 2020, 123-124. ⁹ OpIndia Staff. 30.08.20. «A day after burning the streets of Sweden, Muslim mob clashes with anti- Islamization protestors in Norway». Published on <i>OpIndia's</i> website: https://www.opindia.com/2020/08/a-day-after-burning-the-streets-of-sweden-muslim-mob-clashes-with-anti-islam-ization-protestors-in-noway/

¹ Orgeret, Kristin S. 28.08.2020. «metoo». Publisert på Store norske leksikons nettside: https://snl.no/metoo

² Dalton 2020, 59. ³ Tufecki, Zeynep. 20.09.2017. «We're building a dystopia just to make people click on ads»- Publisert på *TEDs* nettside: https://www.ted.com/talks/zeynep_tufecki_we_re_building_a_dystopia_just_to_make_people_click_on_ads

⁴ Grut, Ståle. 03.03.2020. «NRKbeta avslører: Alle store norske medier har blitt lurt av russiske troll-kontoer». Publisert på *NRKs* nettside: https://nrkbeta.no/2020/03/03/nrkbeta- avslorer-alle-store-norske-medier-har-blitt-lurt-av-russiske-troll-kontoer/

Sjefredaktør Steffen Tomt

Nyhetsredaktør Ida Andersen

Kulturredaktør Emma Magdalena Nedregotten Glimstad

Filmredaktør Matei Norbert Balan

Ideer-redaktør Anja Vranic

Illustratør Ylva Melbye Berget

Skribenter Steffen Tomt Aylin Thorjussen
 Ida Andersen Matei Norbert Balan
 Anders Wiig Letnes Anja Vranic
 Sindre Brennhagen Emma Skjelten Daasvatn
 Susanna Mathea Arsky Emma Magdalena Nedregotten
 Linnea Jacoby Aasrum - Grimstad

Designer Christine Marie Bruu

Kontakt post@presset.no

Nettadresse presset.no

Trykkeri Merkur Grafisk AS

Opplag 500

Font Stratos

Utgis med støtte fra IMK, Universitetet i Oslo
 FriFond

PRESSET er et medierett nettmagasin som drives av medievitenskapstudenter ved Universitet i Oslo. Vi ønsker å være et område for undersøkelser av tendenser, samtidsdebatter, og utviklinger i medielandskapet, samt skape en interesse for mediene selv. PRESSET har som mål å være et kritisk orientert nettmagasin som dekker samtidens medielandskap slik det utfolder seg, både nasjonalt og internasjonalt.

Vi arbeider under redaktørplakaten, pressens Vær Varsom-plakat, samt Åndsverksloven.

IDEER

Har du lyst til å skrive for oss?

Vi er et medierett nettmagasin drevet av studenter ved Institutt for medier og kommunikasjon, UiO. PRESSET har helt siden starten hatt fokus på medierettede nyheter, kultur og film & tv.

Våren 2020 startet vi en ny seksjon kalt «Ideer», og vi søker skribenter utenfra. Tematikken er bred og allsidig, men må være tilknyttet medier. Vi ønsker å publisere alt fra essays til kronikker, og alt imellom.

For å skrive for oss må du:

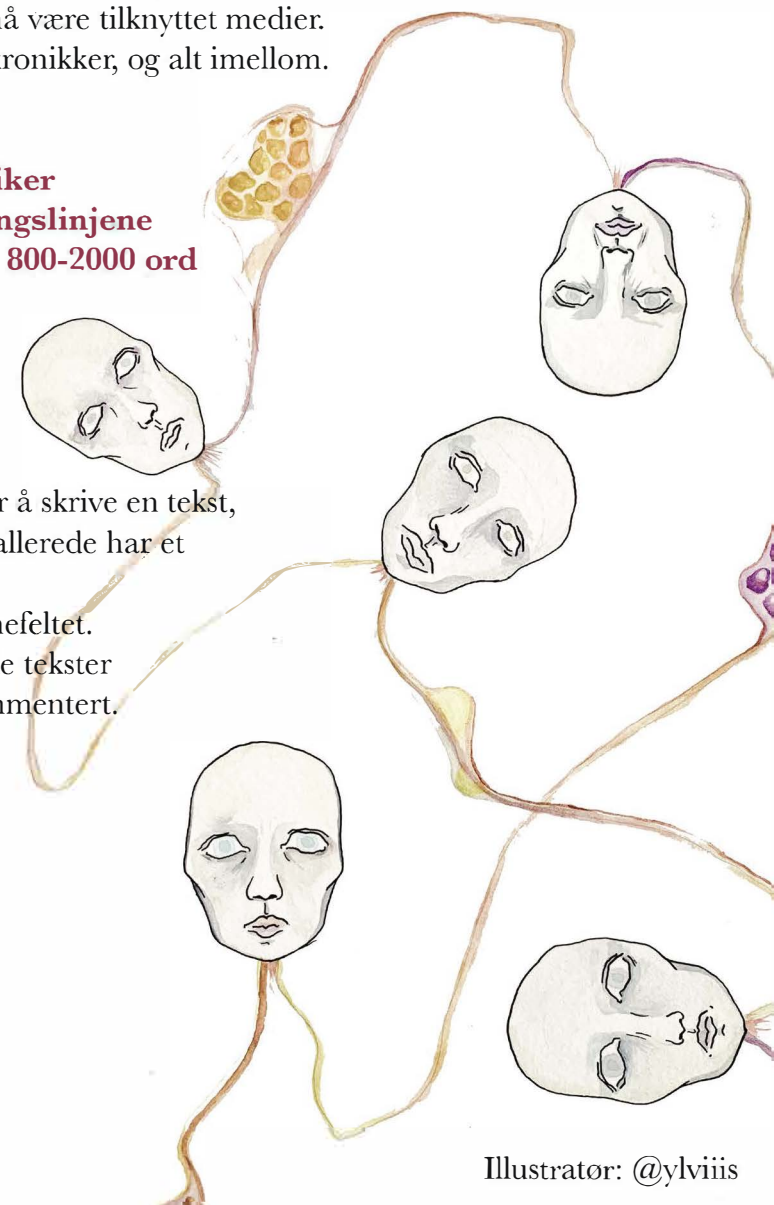
- Være student eller ung akademiker
- Skrive en tekst som følger retningslinjene våre (se presset.no) og er mellom 800-2000 ord
- Sende oss noen ord om deg selv

Høres dette spennende ut?

Hvis du har generelle spørsmål, ønsker å skrive en tekst, men trenger tips til ideer, eller om du allerede har et første utkast klart, send en e-post til post@presset.no med «Ideer» i emnefeltet. Alle henvendelser vil bli besvart, og alle tekster som går videre vil bli redaksjonelt kommentert.

Vi gleder oss til å høre fra deg!

Hilsen Anja Vranic,
 redaktør for Ideer



Illustratør: @ylviiiis