

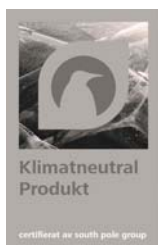
Fritt från fältet

Fritt från fältet

om medier, generationer och värden

Festskrift till Göran Bolin

Peter Jakobsson & Fredrik Stiernstedt (red.)



Södertörns högskola
(Södertörn University)
Biblioteket
SE-141 89 Huddinge

© Författarna



Denna publikation ges ut under en
Creative Commons-licens
Erkännande 2.5 Sverige (CC BY 2.5 SE)

www.sh.se/publications

Omslag: Jonathan Robson
Inlaga: Per Lindblom & Jonathan Robson
Tryckt av Elanders, Stockholm 2019

Mediestudier vid Södertörns högskola 2019:1
ISSN 1650-6162
ISBN 978-91-88663-62-7

Förord

Den tionde april 2019 fyllde Göran Bolin 60 år. Vänner och kollegor inom medie- och kommunikationsvetenskapen i Sverige och utomlands tog tillfället i akt och förärade honom denna bok. Bokens titel – *Fritt från fältet* – anspelar dels på det faktum att vi formulerar oss utifrån positioner på medievetenskapens fält, ett fält i vilket Göran är en centralgestalt. Men titeln anspelar också på ett viktigt tema i Görans forskning och i flera av bidragen i den här boken. Fält är nämligen ett centralt begrepp i den franska kultursociologen Pierre Bourdieus teorier, i relation till vilka en stor del av Görans forskargärning formulerats. Friheten under vilken bidragen i den här boken har formulerats möjliggörs av bokens genre, vilken inte är underställd samma strikta regler som forskningspublikationer i allmänhet och tillåter en blandning av det vetenskapliga och det personliga.

Göran tillhör den generation av svenska medieforskare som kom efter ”pionjärgenerationen” på 1970- och 80-talen. I grunden utbildad i ämnet filmvetenskap disputerade han år 1998, som en av de första inom ämnet medie- och kommunikationsvetenskap vid Stockholms universitet. Avhandlingen hette *Filmbytare: videovåld, kulturell produktion och unga män*. Redan i denna första stora studie etablerades flera av de teman som Göran arbetat med sedan dess: relationen mellan mediebruk och medieproduktion, offentlighet, makt och generation.

I den generation av medievetares som Göran tillhör, som kan kallas för den ”konsoliderande” generationen, blev en viktig uppgift att bygga upp och befästa ämnet medie- och kommunikationsvetenskap inom den högre utbildningen i Sverige. I detta arbete har Göran varit en central person, som organisatör, nätverkare, redaktör, handledare, lärare och forskare. Från slutet av 1990-talet var Göran en av dem som fick förmånen att från grunden bygga en helt ny medievetenskaplig avdelning vid den då nystartade Södertörns högskola i Flemingsberg utanför Stockholm. Ämnet på Södertörn har präglats av betydande inslag av humaniora samt kulturkritiska och historiska perspektiv, som anlagts för att förstå det nuvarande och framväxande medielandskapets dynamik. Den anda som Göran förkroppsligar – frihetlig, demokratisk, nyfiken, kollegial och i bästa bemärkelse ”entreprenöriell” – präglar alltjämt institutionen. Det stora intresse och djupa engagemang som Göran

haft för att odla internationella kontakter och samarbeten har vidare bidragit till att göra MKV på Södertörns högskola till en dynamisk forskningsmiljö.

Bidragen i festskriften tar upp en rad olika teman och ämnen som på olika sätt anknyter till Görans gärning: texter om mediegenerationer, medialisering, makt, fält och kulturell produktion återfinns i boken och vår förhoppning är att den återger något av den spännvidd som finns i dagens medievetenskapliga forskning. Vi hoppas också att bokens kapitel i någon mening fångar den slags medievetenskap som vi uppfattar att Göran står för: en medievetenskap som kombinerar samhällsvetenskapliga och humanistiska traditioner, en empirisk, kritisk forskning som närmar sig tidens stora frågor med ett historiskt grundat och teoretiskt välinformerat perspektiv.

Stockholm, april 2019

Peter Jakobsson & Fredrik Stiernstedt

Innehåll

The value of being first

LARS LUNDGREN

9

A deep generational shift?

Some remarks on media generations and deep mediatization

ANDREAS HEPP

21

Loving and hating media

TRINE SYVERTSEN

37

Du blir väl lönsam på plattformen lille vän?

Mediegenerationer, undervisningsteknologi, och mediemedborgarens fostran

MICHAEL FORSMAN

47

I'm a 21st century digital boy

– skatepunk masculinity

LINUS ANDERSSON

69

Is the 'field of power' really a field?

Meditations on the reach of Bourdieu's field theory

NICK COULDRY

89

Journalistik och underhållning till döds.

Vem är skyldig till (för)skjutningarna på fältet?

PATRIK ÅKER

99

Intellektuella moden

ERLING BJURSTRÖM

115

Från potlatch till techlash

– om regleringen av digitala plattformar

PETER JAKOBSSON

135

Trumpean nation branding
– strange attraction and information policy

SANDRA BRAMAN

149

The role of mediatisation in the dynamic
stabilisation of surveillance capitalism

RITA FIGUEIRAS

169

Fängelse, arbete, medier

FREDRIK STIERNSTEDT

187

Notes on media, culture and resilience

JOHAN FORNÄS

207

The Lecture Room (1962)

– on dark rooms, antennas, and the synchronization of education

STAFFAN ERICSON

219

Vad jag lärt mig under 38 år inom akademien

HANS STRAND

233

Författarpresentationer

243

The value of being first

LARS LUNDGREN

Göran was my doctoral supervisor. And I was Göran's first doctoral student. I initially met Göran as an undergraduate student at Stockholm University, where he taught at the time. After completing my bachelor's thesis, I went on to study at University of Copenhagen, where, one day, to my considerable surprise, I received a phone call from Göran. He wanted to ask me if I was interested in pursuing a master's degree at this new university south of Stockholm, Södertörn, where he now worked. I must admit it was pretty flattering to be called on like that, and as I remember it, while I might not have given a positive reply right there and then, I more or less decided on the spot. On arriving at Södertörn University I discovered something that I had not realized before: a career in teaching and research actually did not seem like a bad prospect. After completing my thesis, I applied for a doctoral position at Stockholm University, and Göran was, together with the late Jan Ekecrantz, appointed as my supervisor.

The title of this essay paraphrases one of Göran's early international publications, *The Value of Being Public Service*, and it nods (bluntly, I admit) to a key concept in most of Göran's work, that of value (Bolin 2004). We share that interest to a degree, as the idea of cultural values was present already in my bachelor's thesis, supervised by Göran, and it played an important role in my dissertation as well. And Göran has also elaborated on the idea of value in relation to game shows, generations, or nation branding to name just a few areas.

We also share an interest in the idea of being first. To me it is a theoretical and empirical interest, whereas for Göran it is a bit more of a practice. Following this introduction, I will present (an incomplete account of) Göran's academic biography in order to point to his practice of being first. Then I turn my interest to firsts in media and communication studies, both in the intellectual history of media and communication research and in communication firsts as empirical objects of study. In conclusion, I argue that firsts in the intellectual history of the field may be hazardous objects of study, whereas firsts in communication may help us better understand communication history as well as communication technologies in their contemporary forms.

Göran's firsts

Göran defended his doctoral dissertation on *Film Swappers* in early 1998. He was not first doctor among the pioneers at Södertörn but was beaten by Hillevi Ganetz, who defended in late 1997, by a few months. As a new doctor Göran was thus one in a group of young scholars, supported by professors Kjell Nowak and Jan Ekecrantz from Stockholm University, that had been given the opportunity to establish Media and Communication Studies at the new university college in the southern suburbs of Stockholm. A couple of years later, however, he was the first in the department to become docent, associate professor. In 2004 he was also the first to become full professor of media and communication studies at Södertörn, even though the university later hired a professor senior to Göran, his former supervisor Johan Fornäs.

Göran was also among the first in the department to receive external funding for research. In 1999, together with Michael Forsman he attracted a large research grant from the Swedish Foundation for Humanities and Social Sciences, the project was called *Bingolotto – ett spel om svenskhet*, and was about a then immensely popular television game show. Since then he has headed a large number of research projects, securing the inflow of doctoral students to the department, and often working together with other faculty members at Södertörn.

Göran was also among the first in the department to publish his work in international journals such as *Media, Culture and Society*, *Social Semiotics* and *International Journal of Cultural Studies*. Since the early 2000s publication patterns have changed, and today faculty and doctoral students alike publish their work in such journals. At the time though, the pace and number of Göran's articles astounded at least this author. Many of the articles published first appeared as conference papers, and while Södertörn faculty always was eager to participate and present papers at Nordic and international conferences Göran was the one pushing other faculty to participate in conferences like the ICA, and created scholarly networks and exchanges already early on. This list of firsts can, I am sure, be made a lot longer. But as we will see later, my interest lies not so much in chronicling "firsts", as trying to grasp their meaning and value.

Firsts in communication

What is the value of studying the first? In media and communication studies there are at least two types of "firsts" that have garnered considerable interest.

Communication history has produced numerous studies of emerging communication technologies and their societal impact. The intellectual history of communication research is another field rich with scholarly accounts of the introduction of concepts, the formation of schools and intellectual traditions, etc. In the balance of this essay I will use these discussions as a means of addressing the value of being first.¹

Innovations, breakthroughs and moments of imagination

Research into the history of communication has long since abandoned the practice of chronicling firsts and dedicating innovations to individual geniuses. Or has it? When I decided some years ago to read seriously the literature on communication and change, a wise man suggested I begin with Brian Winston. In Winston's "How are media born and developed?" (1995) he scrutinizes two types or cases of technological determinism, as well as two cases of cultural determinism. He presents his case as a critique of technological determinism, and particularly the idea that eureka moments of "great men" serve as starting points where technological innovations are introduced and historical and social change are spurred. In its place, he advocates a cultural determinism qualified by what he describes as an interplay between "supervening social necessities" and "the 'law' of suppression of radical potential", both forces of the social sphere that influence the diffusion of technology (Winston 1995, 1998). To Winston, this model allows for going beyond a mere technological history, making it possible to "pose more general questions about how the pattern of innovation and the diffusion of electrical and electronic communications illuminates the broader role played by such technologies in our civilization" (Winston 1998, 2). By pointing to our civilization he thus asks us to consider a wider set of forces as drivers of change in media and communications. At the same time, his model also asks us to look at innovations in media and communication in order to unveil these forces and gain a better understanding of how our culture and society works.

To some this focus on innovation is a red flag. David Edgerton, writing about the history of technology, laments the focus on radical breaks and how historical accounts tend to reflect past boosterism about technology. In

¹ Coincidentally, the division between, on the one hand, the history of communication, and, on the other, the intellectual history of communication research, has been foundational in the undergraduate programme at Södertörn University. Already the very first course designs, which Göran developed together with colleagues, included the courses "Media history: Technology and cultural form", and "Intellectual traditions in communication research".

reviewing some of the most influential books in history of technology, Edgerton notes that there is a tendency to confuse the history of technology with the history of innovation, and that the “innovation-centric” perspective most often fails even to be a history of innovations in a particular period (Edgerton 2006, 2010). Rather, most studies are histories of some successful innovations, failing to consider failures or faded technologies.² Further, he argues that the problem is not so much the interest in innovation than the conflation of innovation and of use, since there is often “a focus on the early history of selected technologies which later came into widespread use”, constituting “neither a history of technologies in use at a particular time, nor yet a history of invention or innovation at that time.” (Edgerton 2010, p. 687).

I can sympathize with Edgerton’s perspective. There is a certain irony in the way that media and communication historians (this author included) sometimes lament mainstream media and communication research’s “presentism” even as they engage in a kind of presentism of yore, echoing past boosterism. But other than that, does Edgerton hit the nail or is there still a value in studying firsts, as in early reincarnations of contemporary media?

There are a number of hugely influential books in communication history that engage in early histories. I am thinking for instance of Elizabeth Eisenstein’s *The Printing Press as an Agent of Change* (1980) or Carolyn Marvin’s *When Old Technologies Were New* (1988).³ And if we take a closer look at Marvin’s argument we can notice already in the introduction that she proposes a move away from “artifactual approaches” to a model where “the focus of communication is shifted from the instrument to the drama in which existing groups perpetually negotiate power, authority, representation, and knowledge with whatever resources are available” (Marvin 1988, p.5). To Marvin, and a large number of scholars who have followed her example, the shift toward power, authority, representation and knowledge is clearly an attempt to situate new technologies in a historical context that extends beyond artifacts, innovations and geniuses. And I also believe that in histories of communications we may find fine examples that neither neglect failures nor conflate innovation and use, and that nevertheless focus on communication firsts, on the emergence of communication technologies.

² In communication this is perhaps less so than in more general writing on the history of technology. For examples of histories of failed media, see for instance Schwoch 2002, 2009, Light 2006.

³ Both of these books are on the top ten of The Atlantic’s “The Atlantic Tech Canon” published in 2010, with Marvin in the number one spot (Madrigal 2010).

Failure. I have already hinted at James Schwoch (2002, 2009) and Jennifer S. Light (2006) who have presented the short life and eventual failure of *Ultrafax* as an example of a late 1940s proto-internet. *Ultrafax* – a trans-oceanic airborne radio relay system designed not just to transmit texts but ultimately also television images – was the brainchild of David Sarnoff of the RCA. Similar attempts were made in efforts to globalize the television broadcasting system, such as for instance *Narcom*, consisting of extended terrestrial networks that would bind together North America and Europe by means of relay towers on Greenland, Faeroe Islands and Iceland, before reaching the United Kingdom. Another interesting example is Benjamin Peters’ book length study of the failed Soviet Internet, which was in the making from the 1950s up until the 1980s (Peters 2016). This is not the place to evaluate the arguments of individual studies, but it is noteworthy that these accounts of failures of communication share one important historical context – the Cold War. *Ultrafax* and *Narcom* were both children of the Cold War and thoroughly entangled in a dual ambition, at once increasing capabilities of surveillance and security, and to foster friendship and understanding. And Peters’ story about a failed Soviet Internet is very far from a US triumphalist account, but instead attempts to challenge some of the taken-for-granted notions about the development of communication infrastructures during the Cold War.

Innovation and the everyday

Another study of communication infrastructure is anthropologist Brian Larkin’s *Signal and Noise* (2008), in which he studies the introduction of the railway, the radio and the cinema in Nigeria. As an anthropologist, the everyday is never far away for Larkin, and he introduces what he calls the colonial sublime in order to account for how the construction and maintenance of communications infrastructures such as the railroad and radio is deeply embedded in colonial power and rule, and thereby inseparable from everyday life.⁴ But not only anthropology has widened our perspective and moved beyond what Marvin called the artifactual approach, while retaining an interest in the early years of a new medium: William Boddy underscores the way in which industry perspectives, regulation, and audiences are inseparable and must be studied in relation to one other. In doing so, they offer an opportunity to gain insight, by looking at the public’s earliest experiences of a medium, those “privileged moments of uncertainty and improvisation,

⁴ Larkin (2008) draw more on Immanuel Kant and Edmund Burke when discussing the sublime, than on historian of technology David E. Nye who famously wrote about the technological sublime.

where the prospect of destabilizing technological innovation served to throw into relief prevailing industry models, regulatory rationales, and consumer practices.” (Boddy 2004, p. 3).

In my own work on communication infrastructures I have emphasized another argument for looking at these early moments. With infrastructures tending to be invisible and taken for granted by users once they are in place, it makes sense to turn back the clock to the moments when they first were imagined and introduced (Hu 2015: xii), and look for “infrastructure in the making” (Bowker et al. 2010: 99; cf. Bowker, 1994). Doing so is not so much a quest for radical breaks and innovation, but a means as to uncover the contested, disputed and negotiated in media infrastructures that today are all too familiar and naturalized.

Firsts and founding fathers, or figures, formations and flows

There is no shortage of “founding fathers” in the field of media and communication research, and especially not if we turn to writings on the history of its American branch, which will serve as my main example in the following.⁵ In Bernard Berelson’s much debated 1959 article on ‘The State of Communication Research’ he points to what he calls “four innovators of communication research”: Harold Lasswell, Paul F. Lazarsfeld, Carl Hovland and Kurt Lewin (Berelson 1959). After celebrating the innovations the four founding fathers brought to communication research, Berelson declared that the field was “worn out” and the debate that followed often engaged the question of whether the field was dead or not. Besides noticing that the field seems to live on, commentators have also noted that Berelson’s innovators all came from outside the field of communications, being imported from psychology, political science and sociology.⁶ While Wilbur Schramm was not exactly content with the diagnosis provided by Berelson, four years later he turned the same four “innovators” into the “founding fathers” of the field (Schramm 1963).⁷ Schramm’s 1963 article was republished on several occasions, even

⁵ And of course, if directing our interest outside the US a different roster of innovators and founding fathers would appear. In Sweden such as roster would be names such as Karl-Erik Rosengren, Karl-Erik Wärnerud, Kjell Nowak, Olof Hultén, Stig Hadenius and Lennart Weibull (Carlsson 2007, Höskoleverket 2001).

⁶ The Swedish “founding fathers” also originated in other disciplines, to a large extent the same as their American counterparts.

⁷ Schramm published a comment immediately following Berelson’s article, noting that being dead “is a somewhat livelier condition than I had anticipated.”

posthumously, despite being, as described by Jefferson Pooley, an “unabashed origin myth”, cartoonish and without a single reference to back up its claims (Pooley 2008, p. 46).

A different path to fame and fatherhood is to write one self into the history of the field. In the perhaps most influential of influential books in the field, *Personal Influence* by Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld (1955), the authors make a case for a paradigmatic shift in communication research. In the introduction they present pre-war communication research as naïvely invested in the idea of powerful effects, or the so-called magic bullet or hypodermic needle theory. To be fair, though, these terms were never used by Lazarsfeld and Katz in *Personal Influence* but in the received history of communication research the Columbia School was firmly positioned as a counterweight to the simplistic effects model of communication. Again, as noted by Pooley, the portrait of pre-war communication research was to a large extent a caricature or a straw-man, but one that served its authors well (Pooley 2006, 2008).

Innovators and founding fathers make for good stories. But recent scholarship has repeatedly criticized these good stories for also being flawed histories. One such critique has been that surely every child must not only have a father, but also a mother? Consequently, the question follows; where are the founding mothers? There have been two strategies employed in order to address this question. The perhaps most obvious is to look for mothers and matriarchs, identifying women that have made important contributions to the field. Staying in the American context this would typically mean pointing towards Herta Herzog’s pioneering work.⁸ Casting the net a bit wider, even in the American academy, female researchers are conspicuously unknown. Aimee-Marie Dorsten, for example, has argued that scholars such as Mae D. Huettig, Helen MacGill Hughes, and Hortense Powdermaker ought to be seen as innovators, firsts and founding mothers in that they “helped define communication studies during its emergent, interdisciplinary development” (Dorsten 2012). Dorsten follows in the footsteps of Gertrude J. Robinson (1998) who argued the need to “think dirty” in order to illuminate the contributions made by feminists and female scholars to our field. Robinson, somewhat rhetorically asks why so few have heard of, much less read, scholars such as Lana F. Rakow or Linda Putnam who published important work in the 1980s. One reason, argues Robinson, is that too few of the authorities of the field have read these authors.

⁸ For an overview, see Klaus and Seethaler 2016.

Another way of addressing the issue is to look further into the complexity of research and how in the end the limited space on the spine of a book often reduce authorship to one or two persons, and typically a man. Returning to the Columbia School, recent scholarship, digging into the archives, has illuminated the collective effort behind books such as *Personal Influence* and *Mass Persuasion*. Authorship, it is argued, is pinned down on a few highly recognized men only, while the actual empirical research was done with the help of a large roster of people, many of whom were women (Simonson 2012). Particularly in the 1940s, due to the war, work in places like the Bureau of Applied Social Research at Columbia relied heavily on women. In the case of the Bureau this also had consequences for the type of research conducted. According to Karen Lee Ashcraft and Peter Simonson, communication research at the Bureau in the 1940s and early 1950s “was possessed by gender in a radically different way” (Ashcraft and Simonson 2016, p. 61). For instance, qualitative interviews had a more prominent role in the early years than the quantitative methods and surveys that is now part of the remembered history of the Bureau. However, “[b]y the mid-1950s, spaces for women in communication research contracted considerably, in tandem with a masculinization-professionalization of the field that dominated into the 1970s (and after). The gendered labor market changed drastically. Beyond secretarial occupations, the market for women in academic communication research became severely limited” (ibid. p.66).

The above critique is grounded in a gendered perspective, that the idea of innovators and founding fathers neglects female scholarship and obscures the work put in by women in large scale projects resulting in publications such as *Personal Influence* and *Mass Persuasion*. The feminist critique is, of course, highly revealing and relevant. But the significance of the problem is wider than that. The assumption that the intellectual history of a field such as media and communications could be drawn by invoking innovators and founding fathers may in itself rightfully be challenged.⁹ Rather than dismissing or disputing what have been considered influential or defining texts in the field one may develop strategies for writing intellectual histories that are more sensitive to the nuances and historical contexts in which research traditions find their forms. Recent years have seen a few such attempts, such as Jefferson Pooley and David W. Park’s call for “a more serious and sensitive historiography” (Pooley and Park 2008, p. 5) suggesting a number of distinct

⁹ To challenge this assumption is, of course, to join the ranks of scholars that have debated the limits and possibilities of canonized texts the academy.

practices to guide future work. To them this means engaging in *qualified historicism* (contextualizing ideas, figures and struggles), being open to *explanatory eclecticism*, and not being afraid of *dirty fingernails* (making use of previously untapped archive material), and doing more *international and comparative histories*, and keeping in *dialogue with the historiography of the other social sciences* (Ibid. 5-8). This sounds all good. But it is also easy to see most attempts failing to reach beyond even one of these suggestions, making them more of a research agenda for an emerging or developing field of “new history” in communication research.

In a move toward creating a model that would acknowledge the nuances and complexities of the intellectual history of the field, Karen Ashcraft and Peter Simonson suggest a shift from founding fathers toward what they call figures, formations and flows. The term figure is used in order to problematize “the individual” behind the founding father myth. It is also an attempt to point out that these figures are “*inhabitants* rather than agents of history” (emphasis in original). Figures are always historically situated, and Ashcraft and Simonson use the concept of formations in order to move beyond the intersubjective co-creation of reality, also considering the human and non-human, the discursive and material, etc. Consequently, to them formations are “the historical habitats in which inhabitants dwell, the habits that routinely possess them.” Finally, then, the term flow is used to underscore the constantly changing nature of these formations, “flows are the particular, fleeting inhabitations that constantly animate them.” (Ashcraft and Simonson 2016, p. 58-60). Engaging in the intellectual history of the field thus entails studying the relations between figures, formations and flows – acknowledging how figures rarely are agents of historical change on their own, but that their acts are inscribed in the flow of constantly changing formations.

Last words

Looking at the history of communication and the intellectual history of media and communication studies I have come to two opposed conclusions regarding the value of being first.

The history of communication is complex and notoriously hard to address. Firsts in communication occur continuously through history, with new means of communication being introduced and old ones being gradually transformed. While the conflation of innovation and use, the spectacular and the everyday in new media and communication is a real historiographic problem, I would argue that zooming in on firsts, media technologies in the

making, is an important means for making the familiar strange. Firsts help us to grasp the role of media and communication in their historical settings as well as their contemporary forms.

With respect to the intellectual history of the field I have argued that we perhaps need to devalue our founding fathers. Not necessarily because their work has been of lesser importance, but because naming founding fathers has tended to overshadow other work in the field and obscure the way in which research is carried out. I would nevertheless suggest a continued interest in firsts – in what is perceived as pioneers in local, national and international contexts – but with a sensitivity that acknowledges their positions not as founding fathers or mothers, but rather as figures inhabiting a position in a field which is governed by its formations or structural relations, and flows within those structures. In doing so I would think that we are getting closer to what Göran suggested in the article inspiring this essay, a Bourdieusian field analysis (Bolin 2004).

References

- Ashcraft, K. L., & Simonson, P. (2016). Gender, Work, and the History of Communication Research: Figures, Formations, and Flows. In P. Simonson & D. W. Park (eds.), *The International History of Communication Study* (pp. 47–68). New York: Routledge.
- Berelson, B. (1959). The state of communication research. *Public Opinion Quarterly*, 23(1), 1–6.
- Boddy, W. (2004). *New Media and Popular Imagination: Launching radio, television, and digital media in the United States*. Oxford & New York: Oxford University Press.
- Bolin, G. (1998). *Filmbytare. Videoväld, kulturell produktion & unga män*. Umeå: Boréa.
- Bolin, G. (2004). The Value of Being Public Service: The Shifting of Power Relations in Swedish Television Production. *Media, Culture & Society*, 26(2), 277–287.
- Bowker, G. C., Baker, K., Millerand, F., & Ribes, D. (2010). Toward Information Infrastructure Studies: Ways of Knowing in a Networked Environment. In *International Handbook of Internet Research* (pp. 97–117). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Carlsson, U. (2007). Media and Mass Communication Research Past, Present and Future. Reflections from a Nordic Horizon. *Nordicom Review*, (Jubilee Issue), 223–229.
- Dorsten, A.-M. (2012). “Thinking Dirty”: Digging Up Three Founding ‘Matriarchs’ of Communication Studies. *Communication Theory*, 22(1), 25–47.
- Edgerton, D. (2006). *The Shock of the Old. Technology and global history since 1900*. London: Profile Books.
- Edgerton, D. (2010). Innovation, Technology, or History: What Is the Historiography of Technology About. *Technology and Culture*, 51(3), 680–697.
- Eisenstein, E. (1980). *The Printing Press as an Agent of Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hu, T.-H. (2015). *A Prehistory of the Cloud*. Boston: MIT Press.
- Högskoleverket (2001). Utvärdering av medie- och kommunikationsvetenskapliga utbildningar vid svenska universitet och högskolor. Högskoleverkets rapportserie 2001:25R.

- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe, Ill: Free Press.
- Klaus, E., & Seethaler, J. (eds.). (2016). *What do we really know about Herta Herzog? Exploring the Life and Work of a Pioneer of Communication Research*. Frankfurt & New York: Peter Lang.
- Larkin, B. (2008). *Signal and Noise. Media, Infrastructure, and Urban Culture in Nigeria*. Durham and London: Duke University Press.
- Light, J. S. (2006). Facsimile: A forgotten “new medium” from the 20th century. *New Media & Society*, 8(3), 355–378.
- Madrigal, A. C. (2010). The Atlantic Tech Canon. *The Atlantic*, Sep 20, 2010.
- Marvin, C. (1988). *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*. Oxford: Oxford University Press.
- Peters, B. (2016). *How Not to Network a Nation. The Uneasy History of the Soviet Internet*. Boston: MIT Press.
- Pooley, J. D. (2006). Fifteen Pages that Shook the Field: Personal Influence, Edward Shils, and the Remembered History of Mass Communication Research. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 608(1), 130–156.
- Pooley, J.D. (2008) “The New History of Communication Research”, in Park, D. W., & Pooley, J. (eds.). (2008). *The History of Media and Communication Research. Contested memories*. New York: Peter Lang.
- Pooley, J and D. W. Park (2008) “Introduction”, in Park, D. W., & Pooley, J. (eds.). (2008). *The History of Media and Communication Research. Contested memories*. New York: Peter Lang.
- Robinson, G. J. (1998). Monopolies of Knowledge in Canadian Communication Studies: The Case of Feminist Approaches: The Dallas Smythe Memorial Lecture. *Canadian Journal of Communication*, (23), 62–72.
- Simonson, P. (2012). Mail and Females at the Bureau: The Happiness Game in the Gendered Contexts of Early U.S. *Communications Research*, 6, p. 1277–1289.
- Schramm, W. (1963). Communication Research in the United States. In W. Schramm (Ed.), *The Science of Human Communication* (pp. 1–16). New York.
- Schwoch, J. (2002). Crypto-Convergence, Media, and the Cold War: The Early Globalization of Television Networks in the 1950s. Presented at the Media In Transition Conference, MIT Boston, May 2002.
- Schwoch, J. (2009). *Global TV: New media and the Cold War, 1946–69*. Chicago: University of Illinois Press.
- Winston, B. (1995). How are media born and developed? In J. Downing (ed.), *Questioning the Media. Critical introduction*. London: Sage.
- Winston, B. (1998). *Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*. London & New York: Routledge.

A deep generational shift?

Some remarks on media generations and deep mediatization

ANDREAS HEPP

One of Göran Bolin's major fields of research is media generations where he has dealt with the appropriation of mobile communication technologies across different generations of media users (Bolin & Westlund, 2009), the relationship between age and media generation (Bolin & Skogerbo, 2013), the role of changing media landscapes for media generations (Bolin, 2014) and with nostalgia as an aspect of the media-generational experience (Bolin, 2016). More recently Bolin has integrated his research in this field into a theoretical framework (Bolin, 2016) and in so doing has presented a fundamental approach that accounts for media generations.

In referring to these works by Bolin, I would like to deal with media generations from a very specific perspective. Seizing upon our joint engagement in mediatization research (Bolin & Hepp, 2017), I am concerned with the question of to what extent deep mediatization has coincided with a deep media-generational shift. More generally, I understand deep mediatization as an advanced stage of mediatization in which all elements of our social world are intricately related to digital media and their underlying infrastructures (Couldry & Hepp, 2017: 7, 34). As I hope to demonstrate, such an advanced stage of mediatization also has media-generational implications in two specific areas: First, it can be argued that the advancement of digitisation by the pioneers of digital media and their infrastructures has been a generational project, that is, it was connected with a certain generation's vision of changing society through technology. It is precisely this societal change that has been repeatedly constructed as a shift from 'digital immigrants' to 'digital natives' (Prensky, 2001). But second, and compared to *empirically-based understandings of media generations*, such considerations remain vague. This forces us to question the ways in which deep mediatization has constituted a deep generational shift.

The background of this engagement between deep mediatization and media generation stems from a very concrete question: What would a *Gestaltung* of deep mediatization look like if it was to be productive towards the notion of a

‘good life’ (Wang, 2015) for as many people as possible – and operating across generations? The expression of the ‘good life’ is a dazzling term. What the ‘good life’ actually is varies according to one’s own values, cultural background, and the variety of contexts in which one’s life may be integrated. The possibilities of a ‘good life’ are correspondingly diverse – and one almost tends to say that a part of a ‘good life’ lies in this plurality and diversity. But, if one follows more strongly an argument that is oriented to an Aristotelian virtue ethic further statements are possible. One way to approach the ‘good life’ is to consider the various needs a person has in this context. Adopting a conception of human needs based on general human ‘capabilities’ (cf. Sen, 1992, 1999), we see needs as socially constructed and shaped by the common pressures of material and historical conditions. Couldry (2012: 163–179) offers the example of seven fundamental needs based on these assumptions: ‘economic needs’ (which are related to economic security), ‘ethnic needs’ (togetherness in ethnic groups), ‘political needs’ (political inclusion and participation), ‘recognition needs’ (reflecting social ‘acceptance’ within various contexts), ‘belief needs’ (concerning the field of religion), ‘social needs’ (those of social connection), and ‘leisure needs’ (recreation). While these needs intersect and are open to extension, these examples offer a point of departure to reflect on the ways in which deep mediatization might enable or constrain the satisfaction of such needs by affording the relevant capability.

With progressing deep mediatization and the media saturation of our contemporary lives that it comes with, this means that virtuous social practice raises questions involving us all, and not just media professionals. Therefore, the ethical question we all face is, how should we act in relation to deep mediatization so that we contribute to lives that, both individually and together, we would value at all levels? It is this question that finally stands behind what I would like to call the *Gestaltung* of deep mediatization. *Gestaltung* as a German term means to give something a form, a shape. The corresponding verb is *gestalten*. Due to the diversity of its implications, the term is difficult to translate directly into English. *Gestalten* does not just mean ‘to design’, ‘to make’ or ‘to craft’, it is much more about forming something in a positive way and this can also be meant in a figurative sense. The *Gestaltung* of one’s own life, for example, can just as well refer to the way of leading life at its best and productively. We are, therefore, dealing here with a broad field of implications which is why it seems sensible to me to also use the expression of *Gestaltung* and *gestalten*, especially since the word ‘Gestalt’ as such is often harnessed in English prose, at least in academic discourse.

When we think about the *Gestaltung* of deep mediatization, it is necessary to reflect upon the way in which it represents a far-reaching generational shift. There is a plethora of popular writing on the generational shift in relation to the latest media technologies. An incomplete list would contain book titles like ‘Generation X’ (Coupland, 1992), ‘Net Generation’ (Tapscott, 1998) or ‘App Generation’ (Gardner & Davis, 2013). For journalists, too, the enthusiasm to coin myriad terms to describe different generations in relation to emerging media is even greater. The ‘Facebook Generation’ is here replaced by the ‘WhatsApp Generation’, quickly succeeded by the ‘Instagram Generation’ and the ‘Snapchat Generation’.

We could dismiss the explosion of these different media generations which represent the profound change stimulated by deep mediatization as superficial journalistic generalisations. But that would be too easy: If we follow sociological analyses, the acceleration of social change in general can be seen in the relationship between generations. In this sense, popular writing about media generations represents a public negotiation of the relationship between generations with regard to the relevance and position of digital media and their infrastructures in society. Such negotiations are largely about the acceleration of change: Looking back historically, more comprehensive social changes took place over three or four generations. In the last century this ‘intergenerational’ tempo of change has, as Hartmut Rosa suggests, become an ‘intragenerational’ one (Rosa, 2013: 109f.). Profound transformations no longer take place from one generation to the next but are contained within the lifetime of one single generation. This is particularly evident for the processes of deep mediatization: driven by digitisation, the media environment of an entire generation is changing before their eyes. This alone reveals how questions of the *Gestaltung* of deep mediatization refer, to a considerable extent, to generation.

On the basis of these general considerations, I would like in this chapter to argue as follows: The next section deals with the attempt of digital media’s pioneers to portray deep mediatization as a ‘generational project’. I then contrast this idea of a ‘generational project’ with an understanding of media generation based on empirical research in order to develop arguments for the extent to which the original generational promise never materialised. This then leads me to some conclusions about the *Gestaltung* of deep mediatization as a generational task.

Deep mediatization as a ‘generational project’

From the perspective of the pioneers of digital media the changes we connect to the term deep mediatization started as a ‘generational project’. As Fred Turner has argued, we cannot understand the emergence of digital media and their underlying infrastructures without taking into consideration the influence of American counterculture, from which the pioneer communities of the Whole Earth Network – the hackers, the makers and the quantified-sellers – emerged. The counterculture represented a generational project that criticized the mainstream way of life while seeking new forms of community beyond what they saw as an American post-war society in stasis. Just as important was the ‘felt sense of generational togetherness’ (Turner, 2006: 54); when communes as new forms of community failed, media technologies offered a chance to transfer this feeling of a generational awakening to a new terrain. Here, media theorists like Marshall McLuhan were vital to the idea of alternative community building as their writing ‘allowed young people to imagine the local communities they built around these media not simply as communities built around consumption of industrial products, but as model communities of a new society’ (Turner, 2006: 54).

The narrative of a generation building a ‘new society’ through media technologies runs through the entire process of deep mediatization. Since the 1960s, Stewart Brand, a pioneer of the Whole Earth Network, has repeatedly referred to the idea of generational change as has Louis Rossetto in his first editorial for Wired magazine in his role as co-founder, editor-in-chief and publisher of the legendary technology periodical. Wired makes claims of its dedication to the ‘digital generation’; as Rossetto himself puts it: ‘Wired is about the most powerful people on the planet today – the Digital Generation... These are the people who not only foresaw how the merger of computers, telecommunications, and the media is transforming life at the cusp of the new millennium, they are making it happen’ (Rossetto, 1993: 1). The transformation of the world through digital media technologies is now represented here as the main project of a digital generation. From here it was only a small step to contrast a generation of ‘digital natives’ – those born after 1980 who grew up with digital media – with a generation of ‘digital immigrants’ (Prensky, 2001; Palfrey & Gasser, 2008a): those who learned to use digital media at an advanced age and, so we might assume, would never interact with them as seamlessly as the ‘digital natives’. What we can see here is a remarkable discursive construction: The generation of those who wanted to change society with digital media technologies imagined the next as the

children of this grand project, those who would actually be the ones to carry it out: the digital generation of the millennials.

However, if one wants to deal with the possibilities of the *Gestaltung* of deep mediatization, it is necessary to be cautious of unsophisticated grand narratives of generational change. We need a broader sociological understanding of generation or more concrete media generations if we are to capture the relevant generational dynamics of deep mediatization. We need to ask, what does generation mean more generally? And what are media generations in particular?

An appropriate point of departure from which to answer these questions are the reflections on generation by Karl Mannheim, often cited in empirical communication and media research.¹ According to Mannheim, it is necessary to distinguish concepts of generation from an age-group construct based on cohorts. As he points out, every generation is marked by a ‘social location’ (Mannheim, 1952: 291) within a historical context. This ‘social location’ tends to accord with generation-specific ‘experiences’ and ‘events’ (Mannheim, 1952: 297) that occur during certain phases of an individual’s biography. In this respect, Mannheim assumes that a generation is especially influenced by the experiences and events that occur in the formative phase of an individual’s younger years. However, one should not neglect the life events that take place in one’s later years, especially when these are connected with decisive, generation-specific turning points in individuals’ biographies (Mannheim, 1952: 282).

From this assessment, the American counterculture can indeed make a certain generation tangible: Shared experiences included the social consequences of the Second World War, the American incursions into Korea and Vietnam, the Cold War and the arms race that followed. But to what extent can we speak of a different media generation? Approaching media generations in such a way means to focus on media-related experiences and events. In so doing, media is to be understood in a dual sense: namely, in connection with experiences and events with certain media content on the one hand, and on the other, with regard to the experiences of and involvement with certain media technologies and their infrastructures. In this line of thinking, this means that the concept of media generation refers to a type of ‘social location’

¹ See for example Bolin, 2016; Siibak, Vittadini, & Nimrod, 2014; Vittadini, Siibak, Carpentier Reifová, & Bilandzic, 2013; Volkmer, 2006; and Wachelder, 2016, who all base their reflections on media generations by referring back to the sociological concept of Karl Mannheim.

that is constituted via characteristic media-related experiences and involvement. At the subjective level, therefore, belonging to a media generation must always result from an individual's personal media biography which is obviously socially mediated as each biography is shaped by the typical sequences of 'life courses' (Heinz, Huinink, Swader, & Weymann, 2009: 15) in the sense of a typical sequence of biographical phases.

We can grasp this latter point as part of an increasingly individualised biography (cf. Volkmer, 2006). Thus, media biography denotes each individual's subjective but nonetheless generationally typical history of use and appropriation of media as technologies and content.² When it comes to media biographies, therefore, we have to address the central question of 'the significance and relevance of media for the individual construction and reconstruction of a biography, and how the pattern of media use and media appropriation develops and undergoes change' (Vollbrecht, 2009: 25 [author's translation]). Subsequently, to understand what a media generation is, we have to include the typical elements of media biographies and their relation to one another.

However, we cannot assume that every age cohort is likely to be a 'generation as an actuality' (Mannheim, 1952: 302-303) in the sense of consciously perceived, shared experiences and events. It would be misleading to say that a 'generation of digital pioneers' has emerged out of the cohort of the American baby boomers, just as it is misleading to simply characterise all those born between the early 1980s and early 2000s as 'digital natives'. If we approach media generations in the sense outlined above by common media-related experiences, media generations can encompass several age cohorts. Conversely, in phases of accelerated media change, it may also be the case that different media generations follow on from one another in quick succession.

Media generations as a process

Taking this discussion to another level, in the light of a figurational approach it is possible to grasp media generation in a processual perspective. One can then define media generation as a thickening of one or more age groups of people who, in their media appropriation, share the experience of a specific

² At this point I refer to the discussion about media and biography within German speaking media and communication research, especially to Hickethier, 1982, Rogge, 1982, Mohn, 1987, Sander & Vollbrecht, 1989, Charlton & Neumann-Braun, 1992, Prommer, 1999, Aufenanger, 2006, Jörissen & Marotzki, 2009.

media environment and subsequently, based on their personal media biographies, develop a shared self-perception as a media generation.

In concrete terms, this means that we cannot assume that a media generation, for example, as a generation of ‘digital natives’, would share the same ways of dealing with digital media, would have the same degree of media literacy, or would try out the same forms of new participation through digital media. This would be a naïve understanding of media generations – an understanding just as proposed by the pioneers of digitalisation. Media generations are highly diverse, contradictory, and multifaceted. What its members share is not the homogeneity of media use, what they do share is their mutual growth into a certain media environment. This conveys what they regard as ‘normal’ forms of communication; which media technologies and infrastructures are ‘naturally’ available, which content and media events were ‘widespread’ in a certain phase of life and, therefore, representing a common point of reference. The appropriation of such a media environment in the respective media repertoire and in the media ensembles of the various figurations of which one is a part is manifold and stands for the variances within a media generation. However, the defining reference point to a particular media environment is shared. This has considerable consequences for the respective media repertoires and media ensembles. To provide an example: while for older media generations it was ‘meaningful’ when individuals had a mobile phone as part of their own media repertoire at a young age, for the current media generation it is just as ‘meaningful’ when individuals do not have a mobile phone as part of their own media repertoire at a young age.

This concept of media generations originates from its processual character in a dual sense: On the one hand, media-related experiences take place in relation to certain life phases on an ongoing basis through the course of one’s life. On the other hand, the media-generational self-perception is generated in an ongoing ‘doing’. A media generation is continuously re-articulated with respect to a constantly changing media environment. This processual character must be seen in relation to three aspects of media generations: their media-relatedness, the subsequently associated understanding of media-generational specifics, and generational positioning.

With regard to *media relatedness*, I want to point out that the aforementioned definition deliberately refers only to media generations. By so doing, I want to make it clear that it makes a difference if we speak about general experiences or refer solely to the media experiences and subsequent processes of communicative construction that are characteristic for one generation. So while media are essential to the ‘fundamental learning and appropriation

processes that lead to the formation of generation-specific conjunctive spaces of experience' (Schäffer, 2003: 89) in general, "media generation" does not refer to a generation and all the experiences it shares, but rather solely to those experiences that are media-related. As a consequence, one should not conclude that the term actually corresponds to a particular generation in the general sense of the word – like the 'baby boomer generation' or the 'sixty-eight generation'.

As already argued, the existence of *media-generational specifics* does not mean that media generations are in themselves homogeneous. We are therefore confronted with specific 'generational constellations' (Paus-Hasebrink, Schmidt, & Hasebrink, 2009: 18) of media appropriation in the respective socio-cultural context of different figurations. For an understanding of generational specifics, it is important that the term 'media generation' is not merely taken to mean that all members of a media generation share identical practices of media appropriation. Rather, it is argued that a generation-specific experience of mediatization encompasses different practices of media appropriation depending on precisely where one is located in this experiential space. That said, if we consider the overall 'constellation' of a media generation, it is not characterised merely by an arbitrary collection of different practices. Rather, in the case of a shared media environment, people build different practices of appropriating its media, but all these practices are in a 'generational constellation' as they refer to this same media environment. This is reflected in individuals' biographies: Thus, a once-learned practice with a particular medium does not result in a 'constant pattern of use' with this medium throughout the whole course of an individual's life. Other media will follow, certain ways of dealing with a medium change over an individual's life course and its typical transitions (school, career, parenthood, retirement etc.).³ For any media generation, therefore, we are able to identify typical patterns of change in the overall constellation of media-related practices which, in turn, point to typical patterns of the generation-specific media biography. However, this again is not to mean that every pattern of media use can be interpreted as an expression of a particular media generation. To the contrary: the specific patterns shared by a media generation can only provide but a section of the overall pattern of how media are appropriated.

The third central aspect of a media generation is their *media-generational positioning*. In summary, this refers to how members of a particular media

³ See, Beck, Rosenstock, & Schubert, 2007; Bolin & Skogerbo, 2013; Claessens, 2013; Westlund & Weibull, 2013; from a sociological perspective: Green, 2010; and once again, Heinz, Huinink, & Weymann, 2009.

generation position themselves within the horizon of the shared experiences which they themselves consider as characteristic of their generation. They position themselves as part of a generation which grew up with digital media, knows how to use a computer and so on. This once again underlines the argument that the term media generation entails more than an age cohort. Accordingly, the term also entails a certain collectively shared perspective on one's individual position within a media generation (Opermann, 2013; Vittadini, Siibak, Carpentier Reifová & Bilandzic, 2013). For example, as members of a generation that grew up without electronic media during their formative years and for whom television is still something special; as members of a media generation that grew up with television, radio and record player and later entered into the computer era; or as members of a generation that have grown up in an age when the computer and digital media are simply matters of course. The foregoing illustrates once again why it makes sense to grasp media generations as phenomena of thickenings.

On the basis of this understanding of media generations, we can assume that the different waves of mediatization signify relevant tipping points between generations. Therefore, it is not simply the arrival of a 'new' medium in the process of mediatization which marks the difference between media generations and it makes no sense to speak of a Facebook, WhatsApp or Instagram generation. Rather, reaching beyond, a wave of mediatization means the emergence of a qualitatively new media environment. The most recent wave of mediatization we can identify is digitalisation which entails much more than merely the emergence of a 'new' medium such as social networks, for example, it also shapes 'old' media such as television, cinema, radio, etc. By the same token, digitalisation does not affect one specific media generation – it affects the media environment of different media generations albeit in different phases of their media biography and life course. At this point, we can see the acceleration of change as the generational experience of which Hartmut Rosa spoke.

The missing generational promise

It is here where we can refer all the reflections developed so far on what distinguishes a media generation back to the original promise of the pioneers of digitisation. In popular publications a certain picture of the 'digital natives' was drawn:⁴ 'Digital natives' would have a high level of digital literacy, would

⁴ See in particular, Palfrey & Gasser, 2008b: ii-xv and Prensky, 2001.

spend much of their lives online and make no distinction between online and offline. ‘Digital natives’ would be reachable everywhere and at any time and would exchange ideas openly with people all over the world. ‘Digital natives’ are enormously creative with digital media giving their creativity a very different expression than the generations that came before them. For the information they need ‘digital natives’ rely entirely on that available from the internet. Digitally based, they build new forms of community and at the same time new forms of political activism. In short: Through digital media and their infrastructures this generation would change the world to a better one.

If we argue on a more empirical basis, we must draw a different picture of the current range of media generations.⁵ First of all, there is not one sole generation confronted with digitalisation but at least three different ones. First, the *mass-media media generation* that experienced the radio, cinema, print, post, and the landline telephone in their formative phase, later on became familiar with television, and in old age is confronted with digitalisation as a wave of mediatization. At the other extreme, there is what we can call the *digital media generation* that grew up after the emergence of digital media and for whom the change brought about by digitalisation is a natural component of their overall media environment. Finally, between these two – a quasi- ‘sandwich generation’ – the *secondary digital media generation* that also grew up with the television, cinema, radio, print, post and the landline telephone, but then more or less comprehensively embraced digital media in the course of their (vocational) life and made it an integral part of their individual media repertoires.

Of interest here are findings concerning the creation of (new) communities by means of digital media. As our own research in Germany shows, many members of the digital media generation have a much more diverse repertoire of digital media used for community building than most members of the mass media generation. However, if we then turn our attention to the types of communities that are most relevant, the different media generations vary much less than expected with regard to the discussion on ‘digital natives’. As we were able to show, five overall ‘mediatized horizons of community’ – that is the totality of relevant communities in which a person positions themselves – can be distinguished across the three media generations: minimalism, localism, centrism, multilocalism and pluralism. These

⁵ See our own research, Hepp, Berg, & Roitsch, 2014a; Hepp, Berg, & Roitsch, 2014b; Hepp, Berg, & Roitsch, 2017), the results of which results are similar to Bolin, 2017; Opermann, 2014; Siibak et al., 2014; Vittadini, Siibak, Carpentier Reifová, & Bilandzic, 2013.

differ in relation to the types of relevant communities, in relation to communicative networking, and in relation to the dominance of individual topics of community building.

For minimalism, the horizon of communitization is reduced to very few people and themes. Accordingly, community-based communicative networking is severely restricted in both local and translocal terms. We are dealing with a reduced level of mediatized communities. Localism is characterised by a primarily local communicative networking. When it comes to community building, this horizon is dominated by (local) mediatized communities such as families, the local circle of friends or the neighbourhood. All in all, this horizon focuses on the local experience of community in the city, district or village. Centrism is characterised by a pronounced thematic focus and equally communicative networking. This refers to the dominance of a particular community in the horizon, for example, a particular cultural scene or religious community. The prominent community superimposes a coexistence of further communities. The fourth type is called multilocalism. Its decisive factor is the existence of a translocal communicative network in relation to certain persons or themes at individually defined locations (e.g. two cities). We are dealing with a locally related coexistence of different communities. Pluralism, finally, is characterised by very strong local and translocal communicative networking. People with such a horizon of communitization are very interested in communities being related to very different topics, this is reflected in a scattering of different thematic orientations and in a diversity of communities they are involved in.

The stability of the occurrence of these types across the three media generations we investigated is remarkable. It becomes evident that while with deep mediatization the ways of communicatively creating a community have changed considerably, the overall orientations of communitization are much more stable over the generations. Put simply, we can say that as deep mediatization progresses not everyone becomes a pluralist even if a variety of different communities are accessible through digital media. Or put differently, as a *media generation*, the media environment of deep mediatization is a matter of course for today's young people. But this does not mean that as a *social generation* they are completely different from previous generations in terms of community building – more cosmopolitan, more pluralistic, more open. Therefore, if one looks at more fundamental aspects of life, many statements made with regard to the digital media generation are put into perspective.

This does not mean that the new digital infrastructure would not also make a generational difference. But again, we must be careful not to refer this

difference to the idea of *media* generations only. If we take a look at the platform economy at this point, as it is operated by Uber and Lyft, for example, the generational ambivalence of such offerings becomes clear. On the one hand these services – as Alex Rosenblat formulates in her broad ethnographic study on drivers for these platforms in the USA – operates with a ‘myth of glamorized millennial labor’ (Rosenblat, 2018: 34). As a platform, Uber, for example, addresses an archetypal image of the ‘millennials’, that is, the generation of ‘digital natives’ as ‘active technology users’ (Rosenblat, 2018: 35) who know how to use such services as employers (and passengers) as part of a flexible lifestyle. This is a construction as we would connect with the pluralistic horizon of community described above. The point here is that through such a generational discourse, platforms and the work carried out through them are framed as of socially higher value. As Rosenblat puts it, ‘[B]y using the image of a millennial to identify who workers are in the gig economy, Uber and other on-demand platforms project a higher social status onto work that has long been associated with lower-status workers.’ (Rosenblat, 2018: 37)

This image of a certain media generation conflicts with the economic situation of the social generation. In the USA, the ‘millennials’ are particularly affected by the Great Recession of 2007–2008, which resulted from the dramatic bursting of the American real-estate market bubble. Practically this means for many, especially those from weaker income groups, that the salary of one job does not suffice to earn a living. Therefore, there is a need for additional sources of income as can be gained from work via platforms such as Uber, Lyft or Mechanical Turk or by monetising (rented) property such as renting out one’s own apartment through Airbnb. In this sense, it can be argued that ‘the “need” for extra work has been reframed by the gig economy as a positive opportunity for “extra” income’ (Rosenblat, 2018: 38).

This example clearly illustrates the general contradiction of the generational promise associated with deep mediatization: Digital media technologies and their infrastructures saturate the life of a digital media generation like no other. The figurations in which their members live are comprehensively interwoven with media technologies; a digital infrastructure exists beyond these figurations, offering opportunities of communicative networking but also platforms and other services. However, the idea that this generation would be one of ‘digital natives’ that could realise a new and better form of society through these technologies has proved to be merely utopian. In many areas ‘new’ digital media technologies are used to rearticulate ‘old’ patterns and inequalities. Furthermore, inequalities spread globally through

the digital infrastructures that enable different platforms. The problem here is that, based on the general myths of the chances afforded by technological change, the discourses of a generation of ‘digital natives’ continue to be served in order to cover up the problems associated with deep mediatization while the generational promise of the pioneers of digitisation has not been realised.

The *Gestaltung* of deep mediatization as a generational task

Let us reflect on the considerations made so far by referring to where we began, namely the question of the *Gestaltung* of deep mediatization. In so doing, it becomes clear the extent to which this has become a generational task: It is a matter of replacing transfiguring myths of a generation of ‘digital natives’ with a serious interpretation of what deep mediatization means for different generations, understood here both as media generations and as social generations. A first step towards this goal is to accept the extent to which deep mediatization represents a generational tipping-point: for people who are currently growing up, the ‘natural’ media environment is completely different than for previous media generations. In the best-case scenario, this opens up a variety of possibilities, exemplified by the potential of globalised communicative networking, but also by the many and varied risks that are currently becoming ever more tangible, particularly with regard to data processing. Precisely because of these ambivalences, however, there is no automatic route to a better life for an entire generation associated with deep mediatization. Or to put it another way: Deep mediatization does not necessarily lead to a better life for an upcoming generation.

There are three points we need to keep in mind here. The first is to avoid simplistic generational narratives. Deep mediatization cannot be understood as a transformation in which ‘digital natives’ would create a new society through technology. The making of deep mediatization is far too contested that such a narrative of change would be appropriate. If one wants to deal with questions of the *Gestaltung* of deep mediatization, the point is to break with such simple narratives.

Secondly, an acceptance of ‘needs’ across different (media) generations should be a fundamental starting point. Often the diversity of different ‘needs’ is forgotten and – if one thinks of the advertising and self-presentation of platforms such as Uber – questions of ‘economic’ and ‘social needs’ are put against

each other or discussed only in a very reductive way. A comprehensive perspective on the diversity of different needs, therefore, is important for any reflection on the *Gestaltung* of deep mediatization.

Third and finally, it's also about intergenerational justice. Deep mediatization cannot be the project of one sole generation that creates a social world highly saturated with digital media technologies without reflecting on the potentially problematic consequences or side effects. In the sense of generational responsibility, it is therefore necessary to discuss questions of the *Gestaltung* of deep mediatization.

In this sense, the *Gestaltung* of deep mediatization is an urgent generational task.

References

- Aufenanger, S. (2006). Medienbiographische Forschung. *Handbuch erziehungswissenschaftliche Biographieforschung*, 515–525.
- Beck, K., Rosenstock, R., & Schubert, C. (2007). Medien im Lebenslauf. In K. Beck, R. Rosenstock, & C. Schubert (eds.), *Medien im Lebenslauf. Demographischer Wandel und Mediennutzung* (pp. 7–16). München: Kopaed.
- Bolin, G. (2014). Media Generations: Objective and subjective media landscapes and nostalgia among generations of media users. *Participations*, 11(2), 108–131.
- Bolin, G. (2016). Passion and nostalgia in generational media experiences. *European Journal of Cultural Studies*, 19(3), 250–264.
- Bolin, G. (2017). *Media generations. Experience, identity and mediatized social change*. London: Routledge.
- Bolin, G., & Hepp, A. (2017). The complexities of mediatization: Charting the road ahead. In O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, & S. Hjarvard (Eds.), *Dynamics of mediatization* (pp. 315–331). London: Palgrave.
- Bolin, G., & Skogerbo, E. (2013). Age, generation and the media. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 11(1), 3–14.
- Bolin, G., & Westlund, O. (2009). Mobile generations: The role of mobile technology in the shaping of Swedish media generations. *International Journal of Communication*, 3(2009), 108–124.
- Charlton, M., & Neumann-Braun, K. (1992). *Medienkindheit – Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung*. München: Quintessenz.
- Claessens, N. (2013). Nursing home residents media use from a life course perspective. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 11(1), 35–50.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
- Coupland, D. (1992). *Generation X – Tales from an Accelerated Culture*.

- Gardner, H., & Davis, K. (2013). *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*. New Haven and London: Yale University Press.
- Green, L. (2010). *Understanding the life course. Sociological and psychological perspectives*. Cambridge: Policy Press.
- Heinz, W. R., Huinink, J., Swader, C. S., & Weymann, A. (2009). General Introduction. In W. R. Heinz, J. Huinink, & A. Weymann (eds.), *The life course reader. Individuals and societies across time* (pp. 15–30). Frankfurt a.M.: Campus.
- Heinz, W. R., Huinink, J., & Weymann, A. (eds.). (2009). *The life course reader. Individuals and societies across time*. Frankfurt a.M.: Campus.
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2014a). *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung: Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Wiesbaden: VS.
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2017). A processual concept of media generation: The media-generational positioning of elderly people. *Nordicom Review*, 38, doi:10.1515/nor-2017.
- Hepp, A., Berg, M., & Roitsch, C. (2014b). Mediatized worlds of communitization: Young people as localists, centrists, multi-localists and pluralists. In A. Hepp & F. Krotz (eds.), *Mediatized worlds: Culture and society in a media age* (pp. 174–203). London: Palgrave.
- Hickethier, K. (1982). Medienbiografien – Bausteine einer Rezeptionsgeschichte. *Medien und Erziehung*, 26, 106–215.
- Jörissen, B., & Marotzki, W. (2009). *Medienbildung – Eine Einführung*. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. In P. Kecskemeti (ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276–320). Oxford: Oxford Univ. Press.
- Mohn, E. (1987). Fragen an die Medienbiographie- und Medienalltagsforschung. *Medien und Erziehung*, 31, 261–267.
- Opermann, S. (2013). Understanding changing news media use: Generations and their media vocabulary. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 11(1), 123–146.
- Opermann, S. (2014). *Generational Use of News Media in Estonia. Media access spatial orientations and discursive characteristics of the news media*. Södertörn University, Stockholm.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008a). *Born digital. Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2008b). *Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben, Was sie denken, Wie sie arbeiten*. München: Hanser.
- Paus-Hasebrink, I., Schmidt, J.-H., & Hasebrink, U. (2009). Zur Erforschung der Rolle des Social Web im Alltag von Heranwachsenden. In J. Schmidt, U. Hasebrink, & I. Paus-Hasebrink (eds.), *Heranwachsen mit dem Social Web: Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen* (pp. 13–40). Berlin: Vistas.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. Retrieved 25.3.2006, from <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Prommer, E. (1999). *Kinobesuch im Lebenslauf. Eine historische und medienbiografische Studie*. Konstanz: UVK.
- Rogge, J.-U. (1982). Die biographische Methode in der Medienforschung. *Medien und Erziehung*, 26, 1982, 273–287.

- Rosa, H. (2013). *Social acceleration: A new theory of modernity*. New York: Columbia University Press.
- Rosenblat, A. (2018). *Uberland: how algorithms are rewriting the rules of work*. Oakland: University of California Press.
- Rossetto, L. (1993). Why Wired? *Wired*, 1, 1.
- Sander, U., & Vollbrecht, R. (1989). Biographische Medienforschung. BIOS, *Zeitschrift für Biographieforschung und Oral History*, H, 1(1989), 15–30.
- Schäffer, B. (2003). *Generationen – Medien – Bildung. Medienpraxiskulturen im Generation-envergleich*. Opladen: Westdeutscher.
- Sen, A. (1992). *Inequality reexamined*. Oxford: Oxford University Press.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford: Oxford University Press.
- Siibak, A., Vittadini, N., & Nimrod, G. (2014). Generations as media audiences: An introduction. *participations.org*. Retrieved from [http://www.participations.org/Volume 11/ Issue 2/7.pdf](http://www.participations.org/Volume%2011/Issue%202/7.pdf)
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the net generation* (302). New York: McGraw-Hill.
- Turner, F. (2006). *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Vittadini, N., Siibak, A., Carpentier Reifová, I., & Bilandzic, H. (2013). Generations and media: The social construction of generational identity and differences. In N. Carpentier, K. Schröder, & L. Hallet (eds.), *Transforming Audiences* (pp. 65–81). London: Routledge.
- Volkmer, I. (2006). Globalization, Generational Entelechies, and the Global Public Space. In I. Volkmer (ed.), *News in Public Memory: An International Study of Media Memories Across Generations* (pp. 251–268). New York: Peter Lang.
- Vollbrecht, R. (2009). Der medienbiografische Ansatz in der Altersmedienforschung. In B. Schorb, A. Hartung, & W. Reißmann (Ed.), *Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis* (pp. 21–30). Wiesbaden: VS.
- Wachelder, J. (2016). Regeneration: Generations remediated. *Time & Society*, Online First, 1–20. doi:10.1177/0961463x16678253
- Wang, H. (ed.). (2015). *Communication and “The Good Life”*. Berlin, New York: Peter Lang.
- Westlund, O., & Weibull, L. (2013). Generation, life course and news media use in Sweden 1986–2011. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 11(1), 147–172.

Loving and hating media

TRINE SYVERTSEN

Göran and I belong to the same generation. Our mothers are born one year apart and so are we. In his book *Media Generations: Experience, identity and mediatised social change* (Bolin, 2016), we belong to the second generation studied, a pre-digital generation formed in part by the arrival of cassette tape recorders, videos and CDs. We came into universities strongly marked by a generation that had seen the arrival of media we took for granted: television, tape recorders, tabloid press and LPs. We have taught successive generations of students marked by the arrival of increasingly diverse, mobile and embedded media technologies. As other generations, ours would distinguish itself both from the earlier and later generations, but as media academics of all generations we would delight in the constant arrival of fascinating objects to study.

I have always been pleased with my generation, and not least the men of my generation. I have been grateful for the influx in universities of men less paternalistic, less dogmatic, more curious and reflexive than the preceding generations. I am happy that in my time, a generation of men that seemed to treat women as equals with more ease than preceding generations, entered universities. As a student I watched the world around me with a certain dread, expecting academic life to be brutal at worst, unrewarding at best. But it turned out to be much better than I expected. A crucial factor was that more women came in. But the influx of men of my generation and younger also helped.

However, when I say this I realise that I am taking part in an exercise of defining a generational “we” that is a product of not only objective but rather subjective factors, and which contains a large dose of generational blindness. Our generation was the best – a unique generation – a ray of light in the grey passing of generations through history! Well, probably not. Age, as usual, breeds complacency and self-satisfaction, and the danger of losing sight of one’s cohort’s privileges and shortcomings.

Still, one thing is certain: “my generation” (now in quotation marks) are indebted to those who constructed the Nordic media research arena. Without the other Nordics I would not even have been able to speak of a generational “we”. “We” would have been just too few. I am eternally thankful for the many meetings, conferences, seminars, doctoral committees, plenaries, anthologies,

projects (the list goes on) that have enabled a generational “we” far beyond what we could have achieved on the national level.

Love and hate objects

Media objects easily invite both love and hate. At the turn of the millennium there was as an endless number of fascinating love-and-hate television objects to study. Commercial television had broken down some barriers and granted us programmes that were both intensely popular and intensely despised. Göran and his colleagues chose to study *Bingolotto* in Sweden (Bolin & Forsman, 2002). I and my colleagues chose to study the dating game *Reisesjekken* in Norway (Bakøy, Hagen, Skogerbø, Syvertsen, & Langestrand, 2001; Syvertsen, 2001). We soon discovered that we had sister projects and that both projects and objects had lots in common, and spent enjoyable nerdy moments delving into details in our common meetings.

Both shows marked a historical shift, and a degree of commercialisation previously alien to Scandinavian television. Both were shown on commercial channels with a short history. Both continued the popular entertainment tradition bred by public service television – but with much less of a pedagogical slant. Both were the subject of endless fascination in the popular press and magazines. And both distinctly reflected the participatory turn in media and media studies – a new interest in interactive formats granting ordinary people a bigger role. From the early 1990s a more interactive media landscape appeared before our very eyes as participants young and old became visible through call-ins and call-outs, not-so-scripted performances, and conversations with down-to-earth hosts also known for their spontaneity and loved for their ordinary-guy-next-door charm.

Bingolotto and *Reisesjekken* were deeply loved, but also deeply despised. Both were seen as symbols of vulgarisation, Americanisation, low-taste, commercial television. They served – as many media objects before and after – as objects of distinction. For those who loved them they were a sign of liberation, that television finally was released from its chains. For those who disliked them they were the very markers of how bad it had all become – showing the true nature of television – a medium no longer reined in by cultural and political guardians. Many also reacted with dismay when they heard that we studied these objects academically. As we all know, our objects of study are contagious. Those who study Grieg and Ibsen are thought of as high-brow. Those who study news are seen as serious. Those who study slasher film fans are thought of as cool, but also a little scary and nerdy. Those

who study children's programmes are talked down to. Those who study dating programmes and game shows are considered superficial and slightly stupid. It is not uncommon to dislike both the media object and those studying it with the same fervour.

Media resistance, scepticism and dislike

In the rest of this article I will concern myself with media as objects of hate, more than as objects of love.¹ Study of dislike, scepticism and resistance is a small, but growing, part of media studies. Historically, resistance is studied as moral panics (Nicholas & O'Malley, 2013; Rowbotham & Stevenson, 2003), as technological resistance (Wyatt, 2003) and more rarely as media resistance (for overview, see Syvertsen, 2017). More recently, several studies have targeted media non-use and avoidance, including studies of television resisters (Krcmar, 2009), Facebook rejectors (Baumer et al., 2013; Portwood-Stacer, 2012), users taking a break from Twitter (Schoenebeck, 2014), Grindr quitters (Brubaker, Ananny, & Crawford, 2016), news avoiders (Woodstock, 2013) and non-use of social media platforms more generally (Light, 2015). Studies of non-use show how online and social media are perceived to be superficial, invasive, narcissistic and alienating, and how abstaining from for example cell-phone use is perceived as a road to liberation and control (Rosenberg & Vogelmann-Natan, 2018). I have been interested in historical media resistance, and how resistance to online media succeeded earlier forms such as resistance to mass culture and television. In two current research projects, I have with my research group moved into the field of digital detox where the aim is to study intrusive media, resistance and disconnection from an industry, politics and user perspective.

Drawing on insights from studies of fandom, adaption and media consumption, and using key concepts such as generation, differentiation, identity, work, and the active audience, I make four points in this article: First, media generations distinguish themselves on the basis of media hate objects as well as love objects; second, media dislike is a resource for identity building; third, avoiding media is a demanding and laborious form of media work, and four; media resistance is mediated and paradoxically involves similar online work as other forms of media engagement.

¹ The article is based on insights from a historical project on media resistance (Syvertsen, 2017) and two current research projects on invasive media, user ambivalence and digital detox. The projects are funded by The Norwegian Council for Applied Media Research (2018-19) and the Norwegian Research Council (2019-2023) respectively.

Each generation has their own hate objects

Media Generations: Experience, identity and mediatised social change (Bolin, 2016) demonstrates how media function as a resource for defining a generational “we”. The media define generations, both objectively in terms of characteristics of the media landscape and the constant arrival of fresh objects, and subjectively through content, taste, fascination and memories. Particular objects stand out for each generation as drawing the most attention, often dividing populations into lovers and haters. The popular commercial entertainment shows of *Bingolotto* and *Reisesjekken* were such objects of division, loved, but also despised. Ultrabad horror and violence, so-called “video nasties” (Bolin, 2011, p. 73) were even more divisive. Throughout history there has been many such love-and-hate objects: popular fiction, cinema, comics, soap operas, reality shows, online games – the list goes on.

Love turns into nostalgia, while hate pales. As new media take over as hate objects, old hates are deserted. I grew up without television and my parents were television resisters. Nowadays, kids wouldn’t know if what they are watching is television or not. The anti-comics campaign divided nations. Nowadays it just wouldn’t make sense to hate comics. In *Media Generations* (Bolin, 2016) we read about parents who have saved all their comics, but the kids are uninterested. Not because the comics are vulgar and in bad taste. Because they are in black and white, old and boring.

In the recent history of media and communications, television and the mobile phone stand out as media technologies particularly invoking dislike, resistance and hate, and as media resistance markers for different generations. Studying the narratives of haters, just like the narratives of fans, yields valuable insights. While studying the narratives of fans tells you more about content, studying the narratives of haters also tells you much about the industry and how it struggles to catch, sustain and monetize our time and attention. Consider these two media hate narratives from two people of different generations, told forty years apart, one from the late 1970s about television, one from the late 2010s about internet and mobile phone:

The first is a testimonial cited in *The Plug-In Drug* (Winn, 1980 [1977]) where the owner of a handbag repair shop describes how television took over his life:

All the while we were watching I’d felt terribly angry at myself for wasting all that time watching junk. I could never go to sleep until at least the eleven o’clock news, and then sometimes I’d still stay up for the late night talk show. I had the feeling that I had to watch the news programs, that I had to know

what was happening, even though most of the time nothing much was happening and I could easily find out what was by reading the paper the next morning. Usually my wife would fall asleep on the couch while I was watching. I'd get angry at her for doing that. Actually, I was angry at myself. I had a collection of three years of back issues of different magazines that I planned to read sometime, but I never got around to reading them. I never got around to sorting and labelling my collection of slides I had made when travelling. I only had time for television. We'd take the telephone off the hook while watching so we wouldn't be interrupted! We liked classical music, but we never listened to any, never!

The second is “a confession” in a blog post 40 years later describing online and social media:

I cannot contain my frustration any longer. I am addicted to social media and the screen of my smart phone and I hate it. I hate that I have to write this blog on a screen. One of the things I hate about myself the most is that I am addicted to scrolling, posting, liking, sharing, viewing, retweeting, pinning and posting. I hate that I'm not the only one. We are a society that is consumed with what technology has to offer us. We have endless options to fill our spare time with Netflix, social media and the Internet in general. In fact, we are so addicted, we take every spare second to look at the screen at red lights, waiting for food at a restaurant, on the toilet, and the list goes on.

Despite time and media differences, the narratives are similar. These are stories of frustration, intrusiveness, time-waste. These are also stories of value and what are considered valuable activities at different historical junctures: classical music, magazine reading and sorting slides are “better” activities than watching television in the 1970s. However, these are also stories of how media consumption breeds other sentiments than pleasure and fascination, namely self-loathing, anger, irritation and loneliness. As such they are interesting testimonies of the felt negative impact of scheduling, notifications, algorithms, windowing and all the other mechanisms that industry employs to turn users into consumers and keep them engaged and attached.

Dislike as distinction

Media use and fandom are ways to express everyday identities. Distinction and difference are part of the work done by media audiences, as analysed in *Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets* (Bolin, 2011). Media users produce difference, distinction, identity and culture based on the products they love and consume.

The two narratives above are steeped in frustration. But hate and dislike is not without its positive sides. One can like to dislike. Like fandom, anti-fandom can build identity, solidarity and community. In societies of abundance, dislike and avoidance are perhaps even more effective to mark identity than adaption and use. Not eating animals. Not having a car. Not having a smartphone. *You know the type.*

Laura Portwood-Stacer analyses the quitting of Facebook as a form of “conspicuous non-consumption”, the opposite of “conspicuous consumption” where wealthy people use luxury goods to signal who they are (Portwood-Stacer, 2012, p. 7). Not long ago, not having a television set could be your strongest identity marker. “We do not watch television and in many ways, that is who we are. I think this is a very big thing that defines us”, says one of the informants in a study of television avoiders (Krcmar, 2009, p. 43). Three decades earlier Marie Winn notes even more strongly how television resisters felt “evangelistic about their new way of life” (1980 [1977], p. 243):

Indeed a feeling of pride that sometimes borders on the self-satisfied often characterizes the no-television-ever family. “We don’t have TV because our family does other things and has more fun,” says an eight-year-old. “A lot of kids I know watch TV all the time – it’s pathetic”, says a ten-year-old.” “The kids take pride that we don’t have a TV,” a mother reports. “They like to be able to say that we don’t have a TV”. (240–241)

Identity-building is a form of othering, creating distance and distinguishing yourself from others. Generationing is also a form of othering, to use the vocabulary of *Media generations* (Bolin, 2016). Television and the mobile phone can be used both intra-generationally to create distance to others of the same generation, and as a form of inter-generational othering.

Young people can describe with horror the sight of an old person slumped in front of the television for hours, half asleep. In turn, old people complain that younger people never look up from their mobile phones: “They communicate via their phones; they don’t communicate with each other. I think it’s frightening”, says one elderly focus-group participant in Lüders & Brandtzæg (2016). The elderly non-users interviewed here are concerned that social cohesion will deteriorate with social and online media. They are wary of how younger generations gaze into their smartphones, lost in their own universe. Real connection, they argue, is about meeting people and keeping close ties. Social media stand for narcissism, banalities and time-waste.

Again, the narrative of dislikers tells us something valuable about values, and how ideas about how to consume and what to consume function as measures of differentiation and building blocks of identity.

Resistance as work

Media users have always been productive, but the nature of their work is debated. This is a topic in *Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets* (Bolin, 2011). In opposition to the notion of passive audiences, and in contrast to the political economic notion of audiences as predominantly consumers, cultural studies in the 1970s and 1980s defined the work of audiences as more active, critical and engaged. The arrival of internet and particularly Web 2.0. opened possibilities for participation on an unprecedented scale and audiences became actual producers. Social and online media and everything that came later: internet of things, datafied services, artificial intelligence, offer even more opportunities for being “active”, taking part in a “participatory culture” and living a “media life” (Bolin, 2011; Deuze, 2012). But at the same time, these very developments constrain, embed and lock users into platforms that are not primarily there for the sake of expression, communication and creativity.

Work of distinction and identity might not feel like work. I would also argue that media consumption rarely feels like work. What often feels like work, and is often described as work, however, is the many demanding activities associated with getting away from media. To restrict media exposure, to resist or avoid media, is often described as difficult, mundane and demanding work. The cultural studies perspective is: What do people do with media? In this article I have been more interested in: What do they not do with media? Or, in work terminology, what kind of work is involved in getting away from media?

Narratives of media resisters and avoiders are plentiful, and many tell of the struggles to get away. Quitting a platform like Facebook for example, or only restricting the use or taking a break, demands knowledge, work and stamina. It is difficult to find the right settings to actually get off. It is not clear whether your data will be kept or removed, and what steps you should take to secure either alternative. Facebook is embedded with many other apps, platforms and services, which you might want to keep, and which requires a lot of sorting if you get off. Many come to realise that Facebook is necessary for employment or educational purposes and must take steps to get around these difficulties. Messenger is often necessary to organise activities around

children and in neighbourhoods and getting off might inconvenience people who are dependent on you. More work to sort that out. And there is explicit and implicit pressure not to quit. For example, Facebook sends you lots of messages about how much your friends will miss you once you have removed the app.

Attempts to quit Facebook or take a break are not infrequent, so here we are talking many work hours. A 2018 Pew survey noted, for example, that a quarter of Facebook users 18 and older (26 pct.) said they had deleted the Facebook app from their smartphone, just over half (54 pct.) claimed they had adjusted their privacy settings, whereas 42 pct. said they had taken a break from checking the platform for a period of several weeks or more. All within the preceding 12 months. Altogether 74 pct. of Facebook users had taken at least one of these three actions.²

While taking a TV-free week only demanded turning off the set or throwing a blanket over it as recommended by the TV-free-week organisers, taking a screen-free week needs a lot of work to establish rules and getting out. Paradoxically, a lot of the work involved in getting offline and advocating screen-free activities and digital detoxes is online work. Trying to get away involves the same type of online work as being a fan. Media resisters and avoiders take part in all three types of media work described in *Value and the media* (Bolin, 2011). All media users are involved in subjective work, i.e. the construction of thoughts, feeling, interpretations. They take part in social work, turning their interpretations into shared productions of meaning. And they do lots of textual work – producing books, events, blogs, websites and Instagram accounts dedicated to media avoidance, resistance, hate and dislike.

In *Life After Television*, US economist and investor George Gilder praised “the teleputer” (45) which would have none of the “vulgar” (15) properties of television but would enhance democracy and community. Television, in contrast was “a tool of tyrants” (49) (Gilder, 1992). Inspired by cyber-utopians, TV-resisters in the 1990s turned to the new and free medium of internet to organise TV-free weeks and other forms of TV-boycotts. After TV-free weeks turned into screen-free weeks in the 2000s and the concern moved from television to social and online media, global platform dominance, smart-phone and online overuse, privacy breaches and surveillance, there was no way back. Now, online is the place to be if you want to find offline and detox events, campaigns, websites, travels, apps and software. The concept of digital

² <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/americans-are-changing-their-relationship-with-facebook/>

detox describes a set of practices related to getting away from the media, to log off for a while, but it is also a hashtag, #digitaldetox, and an indication of a new media trend (Karlsen & Syvertsen, 2016; Syvertsen & Enli, 2018).

It is a lot of pleasure in media resistance. But it can be hard work. It is valuable to listen to descriptions of this work as it both tells us more about the way industry capture and monetize our engagement and attention, and the paradoxes of living, and trying to manage, our “media lives”.

Ending: The active audience revisited

The active audience is an audience that is actively interpreting, creating meaning, identity, differentiation. It is an audience that is actively consuming media. But what should we call users who are actively trying to get away, and who create meaning and identity through distancing themselves from media? Active non-audiences? Active avoiders? Active anti-fans? Indeed, how do one theorise the behaviour of Truman in *The Truman Show*, the moment he liberates himself and walks out that door? He may be naive to think that he can liberate himself, as Deuze (2012) and others have noted, but his status is not just “gone” or “away” or “still here” (see also Syvertsen, 2017).

In this chapter I have used concepts from the study of media engagement and fandom to discuss media anti-engagement. The conclusion is that these phenomena may well be theorised with the same type of vocabulary. Understanding the attempts to walk away and what happens next might just be the next big thing.

References

- Bakøy, E., Hagen, I., Skogerbø, E., Syvertsen, T., & Langestrand, I. H. (2001). *Sjekking på TV: offentlig ydmykelse eller bare lek?: en studie av Reisesjekken – programformat, deltakere, produsenter, sponsorer og publikum*. Oslo: Unipub.
- Baumer, E. P. S., Adams, P., Khovanskaya, V. D., Liao, T. C., Smith, M. E., Sosik, V. S., & Williams, K. (2013). Limiting, leaving, and (re)lapsing: an exploration of facebook non-use practices and experiences. Paper presented at the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Paris, France.
- Bolin, G. (2011). *Value and the Media: Cultural Production and Consumption in Digital Markets*. London: Routledge.
- Bolin, G. (2016). *Media Generations: Experience, identity and mediatised social change*. London: Routledge.
- Bolin, G., & Forsman, M. (2002). *Bingolotto – Produktion, text, reception*. Huddinge: Mediestudier vid Södertörns högskola.

- Brubaker, J., Ananny, M., & Crawford, K. (2016). Departing glances: A sociotechnical account of 'leaving' Grindr. *New Media & Society*, 18(3), 373–390. doi:https://doi.org/10.1177/1461444814542311
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity.
- Gilder, G. (1992). *Life after Television: The Coming transformation of Media and American Life*. New York: Norton.
- Karlsen, F., & Syvertsen, T. (2016). You can't smell roses online: Intruding media and reverse domestication. *Nordicom review*, 37.
- Krcmar, M. (2009). *Living without the screen: Causes and consequences of life without television*. New York: Norton.
- Light, B. (2015). *Disconnecting with Social Networking Sites*. Basingstoke: Palgrave.
- Lüders, M., & Brandtzæg, P. B. (2016). Når alt sosialt blir flyktig - En kvalitativ studie av hvordan eldre opplever sosiale medier. *Norsk medietidsskrift*, (2).
- Nicholas, S., & O'Malley, T. (2013). *Moral Panics, Social Fears and the Media*. Milton Park, NY: Routledge.
- Portwood-Stacer, L. (2012). Media Refusal and Conspicuous Non-Consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media and Society*, 15(17): 1041-1057.
- Rosenberg, H., & Vogelmann-Natan, K. (2018). The (Other) Two Percent Also Matter! – Cellphone Refusers. Paper to ICA 2018, Prague.
- Rowbotham, J., & Stevenson, K. (2003). *Behaving badly: Social panic and Moral Outrage - Victorian and Modern Parallels*. Aldershot: Asgate.
- Schoenebeck, S. Y. (2014). Giving up twitter for lent: how and why we take breaks from social media. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Syvertsen, T. (2001). Ordinary people in extraordinary circumstances: a study of participants in television dating games. *Media Culture and Society*, 23(3), 319-337.
- Syvertsen, T. (2017). *Media Resistance: Protest, Dislike, Abstention*. Cham: Palgrave.
- Syvertsen, T., & Enli, G. (2018). Digital detox: Resisting media and regaining authentic life. Paper presented at the ICA May 2018, Prague.
- Winn, M. (1980 [1977]). *The Plug-In Drug*. New York: Bantam.
- Woodstock, L. (2013). The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism*, 15(7), 834-849. doi:10.1177/1464884913504260
- Wyatt, S. (2003). Non-users also matter: The construction of Users and Non-Users of the Internet. In *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technologies* (pp. 67-80). Cambridge, Mass: The MIT Press.

Du blir väl lönsam på plattformen lille vän? Mediegenerationer, undervisningsteknologi, och mediemedborgarens fostran.

MICHAEL FORSMAN

Med utgångspunkt i Göran Bolins mediasociologiska och kulturteoretiska forskning om mediegenerationer, där fokus ligger på medietillvaro vid sidan om skola och arbete, lägger jag in tanken att även studera medier i skolan och undervisningsteknologier med hjälp av det generationsperspektiv Bolin anlägger. I mitt fall med fokus på lärplattformar och utifrån frågan om hur dessa kan tänkas bidra till det som jag kallar ”mediemedborgarens fostran”. Jag argumenterar för att lärplattformarna genom sina tekniska och kulturella logiker för datafiering och lärandeanalytik (mäta, förutsäga, individualisera lärande) formar en ”dold läroplan” för fostran av framtidens mediemedborgare som produktiva och konsumerande ”prosumenter”.

Något personligt

Låt mig börja med det personliga. Jag mötte Göran första gången på Centrum för masskommunikationsforskning (Centret) vid Stockholms universitet. Det var runt 1988. Vi var båda forskningsassistenter i varsitt sammanhang med ungdomskulturforskningsprägel (Fornäs, Bolin, 1995; Fornäs, Forsman, 1989).

Trots en del påtagliga yttre skillnader fanns det en hel del biografiska speglingsmöjligheter mellan oss. Det handlade inte bara om ålder (59or), genus och uppväxt (Stockholms södra förorter). Vårt delade ”generationsmedvetande” bestod inte bara av hemvist i samma födelsekohort utan också av en uppsättning gemensamma sociala, politiska och kulturella referenser och erfarenheter från olika historiskt signifikanta förlopp och händelser.

En viktig del i detta för dessa två blivande medieforskare var delade medieerfarenheter från barndom och ungdomstid. Som sena femtiotalister föddes vi rakt in i TV-åldern. Vi hörde P3 starta (1966) medan vår ungdom och tid som unga vuxna (de formativa åren) präglades mer av LP-skivor, rullband, kassetband, VHS-band och SONY-Walkman. Till dessa medieteknologier knöts en rad biografiskt betydelsefulla erfarenheter och upplevelser i fråga

om musik (pop, punk, postpunk osv.) och annan populärkultur. Biograf-salongen, spela i band, kolla på video och annat utgjorde gemensamma referenspunkter.

Ytterligare en pusselbit i detta generationsmedvetande hade att göra med vilka medier och undervisningsteknologier som användes i ”vår tids skola” (OH-apparaten, skolplanscher, språkstudion, Skol-TV, Skol-radio osv.) och den mediemoral och de mediehierarkier som då präglade skolan (boken före bilden osv.).

Till frågan om mediegenerationer

Min utgångspunkt här är Bolins (2017a) bok *Media Generations – Experience, identity and mediated social change*.

I denna bok utgår Bolin från den tyske sociologen Karl Mannheims sociologiska bestämning av generation som definierad inte bara av födelseår och ålder utan än mer av social plats och historisk erfarenhet (Mannheim, 1928/1952). Bolin kombinerar Mannheims generationssociologi med de amerikanska medieforskarna Gary Gumpert och Robert Cathcart (1985) diskussion om mediegenerationer och deras påstående om att i ett snabbt föränderligt mediasamhälle så kommer centrala generationserfarenheter ofrånkomligen att vara kopplade till medier och då särskilt de för respektive epok ”nya medierna”. Detta handlar inte bara om apparater och teknik utan också om innehåll, användarmönster och medieritualer och om att det är medier som i grunden gör det möjligt för människor att hålla kontakt och vara tillsammans (jfr. Bolin. 2017b).

Genom att kombinera Mannheim med Gumpert & Cathcart utvecklar Bolin en teori om och en modell för empiriska jämförelser av olika mediegenerationer. Dels inom en nation och dels mellan länder. Modellen omfattar de objektiva omständigheterna i det yttre medielandskapet vid en viss tidpunkt (vilka medier som finns, hur de organiseras etc.) i relation till olika grupper och individers subjektiva och delade erfarenheter, minnen och meningsskapande praktiker. Det empiriska material Bolin redovisar är hämtat från en jämförande studie mellan Sverige och Estland (jfr. Opermann, 2014).

Med fokus på skola

Det jag vill göra i den här artikeln efter en något mer ingående presentation av Bolins bok om mediegenerationer är att knyta frågan om mediegenerationer till undervisningsteknologier i skolan. Jag motiverar detta med att skolkopplingen gärna glöms bort inom medieforskningen också i studier av

mediegenerationer. Men medieanvändning och utvecklandet av olika literaciteter och förmågor kopplade till medier och medieaktiviteter (ex. läsning) lägger en grund för mediemedvetande och mediemedborgarskap. Skolan har alltid varit ett medierum (jfr. Couldry & McCarthy, 2004) och frågor om undervisningsteknologier har diskuterats återkommande under hela 1900-talet, inte sällan med koppling till den progressiva pedagogiken (Cuban, 1986). Ett annat faktum är att all undervisning och lärande är avhängig mediering och olika mediemodaliteter (Breiter, 2014; Säljö, 2010). Därtill har varje skolämne också sin medieekologi, sin mediemoral och sina mediehierarkier (Erixon, 2014).

När Göran, jag och andra på ”Centret” i slutet av 1980-talet studerade unga och medier låg fokus sällan på medier inom ramen för den formella skolan. Den *cultural studies*-orienterade medieforskning och ungdomskulturforskning vi tillhörde var mer intresserad av vad som skedde utanför skolan, på fritiden och i kamratgruppen. Gärna med fokus på informella läroprocesser, som den (väst)tyske socialisationsteoretikern Thomas Ziehe (1986) kallade för ”ovanliga läroprocesser” (jfr. Fornäs, Lindberg, Sernhede, 1988). De studier som ändå gjordes om förhållandet skola-medier var ofta mer kultursociologiskt orienterade och kunde exempelvis handla om hur skolans smak- och kultursyn producerar sin egen motsats och möts av symboliskt motstånd i form av s.k. anti-skol-kulturer, särskilt bland arbetarklasspojkar (Roe, 1983; Willis 1983).

Denna normering och underliggande sortering kopplades ibland samman med begreppet ”dold läroplan” som hade etablerats av amerikanen Philip Jackson på 1960-talet men som kom in i svensk skoldebatt och ungdomskulturforskning i och med att Donald Broady (1981) och andra ”avslöjade” skolans underliggande och outtalade och samtidigt starkt verkande medelklassnormer och kommunikationskoder. Enligt Broady var det den dolda läroplanen som var den egentliga läroplanen som sorterade och fostrade framtidens arbetskraft och medborgare ”generation efter generation” (s. 11).

Den dolda läroplanen sågs således som en disciplinerande och reproducerande teknologi (Foucault, Bourdieu) som producerade en viss föredragen form av subjektivitet. Sådana tankegångar om subjektproduktion i skapandet av ”den goda medborgaren” inom ramen för det Wan (2014) har kallat ”the citizen making enterprise” är kanske än mer aktuella idag (jfr. Popkewitz, 2005).

I den alltmer digitaliserade skolan och det medialiserade samhället kan vi prova att anlägga denna tankegång om medborgarfostran på föreställningar kring (digital) literacitet och digital kompetens, inte minst i relation till de

lärplattformar och andra teknologier för att logistiskt organisera dataflöden, kommunikation och interaktion som nu kopplas till undervisning och lärande (se Forsman, 2018, 2019). En dylik medieekologisk tanke om lärplattformen som logistiskt medium och en mjuk infrastruktur för tänkande, kunskap, värdering påminner om hur den amerikanske medieekologen Neil Postman (1986) tänkte kring TV-mediet och dess dolda läroplan.

Den lönsamma eleven

Jag kom att tänka på allt detta när jag i ljuset av ett pågående forskningsprojekt som heter *Mediemedborgarens fostran och skolans medialisering: läroplaner, läromedel, lärarutbildning* (Forsman, Ericson, Riksbankens jubileumsfond) läste Bolins *Media Generations*. Då kom även bilden av Peter Tillbergs välkända målning ”Blir du lönsam lille vän” från år 1972 upp. I denna fotorealistiska och blekt målade bild ser vi vad som ska vara 27 fjärdeklassare sitta lydigt i räta rader. De tittar alla håglöst och uttråkat rakt fram mot lärarens position vid katedern. Alla utom en flicka som sitter i fönsterraden. Hon tittar i stället drömmande ut genom fönstret på det gråtunga landskapet.

Tillbergs bild har använts och citerats ofta och var under en period något av en sinnebild för den svenska skolans tillkortakommanden och underliggande sortering och disciplinering. Detta sågs som uttryck för ett förtryckande samhälle och bilden var att skolan är en plats där drömmar dör snarare än föds. Enligt en viss typ av skolkritik och progressiv pedagogik antogs skola och lärare inte kunna möta eleverna och knyta an till deras erfarenheter från fritiden, populärkulturen, medierna, kamratgruppen.

Idag är bilden av skolan en helt annan. Barnet framställs inte längre som ett offer eller som del av en anonym massa utan representeras i stället som en individuell och kompetent samhällskraft förknippad med framtid, nyfikenhet, och gärna entreprenörskap (Buckingham, 2000; James, Prout, 2015). Sinnebilder för detta hittar vi hos företag som Apple, Google men också på skolmässor eller hos Skolverket. Ofta visas barn som sitter själva eller tillsammans i grupp med skärmar i knät framför sig. De räta bänkraderna är upplösta och den auktoritära läraren längst fram är ersatt av en leende vuxen som nu står i bakgrunden till barnens aktivitet; beredd att rycka in, men bara om det behövs.

Här är det barnet som aktivt söker kunskap (”forskar”) och tillsammans med andra lär sig att lösa problem och vara kreativ genom att använda modern medieteknologi. Detta är bilden av ”prosumenten” (Toffler, 1980) som producerar och konsumerar och söker och delar kunskap och information, online inom ramen för olika deltagande nätverk.

Digitala tekniker, konvergens och ständig uppkoppling gör att gränserna mellan skola och fritid och mellan formellt och informellt lärande blir allt lösare i konturerna. Tidigare åtskillnader mellan hög och låg kultur och moraliska paniker kring barn- och ungas möten med mediefenomen tycks vara överspelade i dagens ”postlitterära” skolsystem. Utvecklingen går också mot ett mindre platsbundet lärande (ubiquitous learning) med begrepp som livslångt lärande och digital kompetens som honnörsord (Forsman, 2018).

Också läroplanstänkandet har förändrats. I lgr 80 och lpo 94 betonades elevens fria val och bildningsideal var framskjutna. Då knöts användningen av medier i skolan till kritisk mediekunskap som på erfarenhetspedagogisk grund och med hjälp av ett ”vidgat textbegrepp” försökte komma underfund med det alltmer medialiserade samhället. Visst är en del av detta fortfarande giltigt i dagens läroplan (lgr 11) men den lyfter fram medier på ett mer instrumentellt, individualiserat, och marknadsanpassat sätt i och med att koncept som ”digital kompetens” kopplas till entreprenörskap (ibid).

En viktig del i denna nya skolmedieekologi är lärplattformar som används för undervisning, lärande, skoladministration, kommunikation. Delvis är lärplattformarna en fortsättning på den datorisering av utbildningsväsendet som har pågått sedan 1950-talet. Det skiljer sig dock från tidigare datoriseringar av skolan (jfr. Hylén, 2011) genom att vara mer systematiska. Antalet funktioner som samlas på plattformen är många och förenar funktioner med flexibilitet, platsobundenhet och interaktivitet.

Mitt mål med detta kapitel är inte att utvärdera lärplattformarnas fördelar och nackdelar. Jag ligger närmare vad Selwyn & Facer (2013) kallar ”kritiska studier av undervisningsteknologi” (s. 6) och ambitionen att öppna teknikens ”svarta låda” genom att avmystifiera de narrativ där ”digitala teknologier används som fullmakter och tecken för en på förhand given framtid” (s. 10f). Det är på dessa grunder som jag närmar mig lärplattformarna utifrån hypotesen om att de bidrar till att forma en generationsbunden erfarenhet hos dagens elever (och lärare) och att plattformarna genom sina teknologiska och symboliska system utgör ”en dold läroplan” för framtidens arbetskraft, medborgare, människor. I detta utgår jag från Bolins generationsbok och för den vidare i en diskussion om medialisering och plattformisering (van Dijck, m.fl., 2018) där jag även tar hjälp av Biestas (2006, 2011) utbildningsvetenskapliga terminologi och begrepp som *learnification* och *learning analytics*.

Generationernas tid

Bolins (2017a) bok *Media Generations – Experience, identity and mediatised social change* omfattar på ett sympatiskt sätt några fotografier från familjealbumet och även några reflektioner kring moderns respektive den äldsta dotterns generationsbundna medieerfarenheter. Från 1930-tal till nutid. I första hand är detta dock ett teoretiskt och empiriskt gediget verk om mediers roll i och för olika generationer av medieanvändare samt en diskussion om hur mediers teknologier, innehåll och kommunikationsformer blir formativt definierande komponenter för subjektiva och kollektiva erfarenheter i ett alltmer medialiserat samhälle.

Bolins perspektiv är inte teknikdeterministiskt utan bör snarare beskrivas som konstruktionistiskt och fenomenologiskt. Bolin refererar också till Siibaks & Vittadinis (2012) begrepp ”generationing” som pekar på att generation skapas i en dynamik mellan yttre historiska händelser och processer, och subjektiva och intersubjektiva identitetsprocesser som utvecklas över tid. I vårt fall med fokus på medieteknologier. Till dessa knyts minnen och erfarenhet, genom känsla av delad erfarenhet och upplevelse (jfr. Williams ”structure of feeling”). Den här typen av studier kan beskrivas som en form av mediehistorisk etnografi men kan omfatta både synkrona och diakrona drag, och kan kombinera övergripande mediehistoria med informanternas minnen.

Med en indelning i fyra generationer (födda 1940-60-70 och 1990-tal) och med fokusgruppdata och statistik från medieanvändare i Sverige och Estland kartläggs medielandskapet i respektive land. Det görs en genomgång av medieutveckling och medieförändring som visar att medier både är förutgivna och en del av uppväxtvillkoren (barnböcker, dagspress, film, radio, TV etc.) för de mediegenerationer studien omfattar. Genom vissa av de medieteknologiska förändringar som sker går vissa gemensamma tidslinjer mellan länderna. Men då medieutveckling och medieinnehåll kopplas ihop med politiskt-ekonomiska villkor så blir skillnaderna större. Detta gäller inte minst för den period då Estland var en del av Sovjetunionen (1945–1991).

Studiens kvalitativa material är uppbyggt kring fokusgruppintervjuer gjorda i Sverige och i Estland. Ur dessa kommer många spännande berättelser om medieteknologier, medievanor och medieminnen. Det finns här en betoning på erfarenheter från de formativa åren som ungdom och ung vuxen. Genom materialet löper också berättelser om skillnader. Både mellan länder och inom länder (mellan grupper och mellan olika geografiska uppväxtplatser).

På Mannheimsk grund

Som redan har nämnts utvecklar Bolin sitt resonemang om generationserfarenhet och medier med utgångspunkt i den ungersk-tyske sociologen Karl Mannheims (1893–1947) generationsteorier. Enligt Mannheim är inte ålder och generation samma sak och generation kan inte reduceras till enbart en fråga om ålderskohorter. Minst lika viktigt eller snarare viktigare är att analysera och förstå delade historiska erfarenheter som ger känslan av att ha befunnit sig på ”samma plats” i Historien.

Born at the same time, or that their youth, adulthood, and old age coincide, does not in itself involve similarity of location; what does create a similar location is that they are in a position to experience the same events and data, etc., and especially that these experiences impinge upon a similarly ‘stratified’ consciousness. (Mannheim, 1997[1952]), s. 297 [org. 1928]

Mannheim var intresserad av kunskapsteori och historisk förändring och ville utveckla Marx teori om social klass och klassmedvetande. Enligt Mannheim var dock position i livscykeln och tillhörighet i social generation mer betingande som historisk drivkraft än klasstillhörighet och plats i produktionssystemet (Pilcher, 1994). I essän *The problem of generations* (1928 [1952]) vände sig Mannheim mot tidigare generationsteorier. Han vände sig både mot positivisterna som mekaniskt delade in generation i kohorter baserade på födelseåldrar med ungefär 30 års intervaller, och mot en romantisk förståelse av generation som ett organiskt, cykliskt system med en i närmast förutgiven successionsordning, organiserad kring fostran av och överlämning till ”nästa generation”. Enligt Mannheim kunde den typen av generationstänkande möjligen appliceras på en feodal eller strikt rural och lokal ordning. Däremot passar den inte för förståelsen av ett modernt och urbant samhälle präglad av modernitet och progressiv förändring.

För Mannheim besvarade heller inte generationsteorins två nyckelfrågor (vilka ingår i en viss generation, och hur länge varar en generation) enbart genom demografi. I stället var det genom kombinationen historisk erfarenhet (actuality) och delad social, kulturell plats (location) i samhället och i det historiska förloppet, i viss mån även geografisk plats, som generation som temporal princip i det moderna samhället kunde bli begriplig.

Till Mannheims generationsteori hör också följande: Mannheim menade att i tider av ständig social och kulturell förändring förändras grundläggande attityder snabbt, när nya generationer möter nya företeelser och samtidigt hittar nya förhållningssätt till det redan etablerade. Dessa förstagångserfarenheter (*fresh contacts*) tenderar att lägga grunden för framtida värderingar,

vanor, smak, etc. och de kan ge minnen för livet. Särskilt när den första kontakten sker under de ”formativa åren” som för Mannheim låg inom den del av livet vi idag kallar tonår eller ung vuxen.

En medieekologisk tanke

Den andra hörnstenen i Bolins teoribyggande om medier och generation är som redan har nämnts de amerikanska sociologerna Gary Gumpert & Robert Cathcart (1985) artikel ”Media Grammars, Generations, and Media Gaps”. Gumpert & Cathcart menar att i ett djupt medialiserat samhälle blir medier och medieerfarenheter mer styrande för upplevelser av social likhet och skillnad än exempelvis ålder eller geografisk plats. Därför kan vi inte tänka på generation enbart i termer av kronologiska system eller socialhistorisk erfarenhet. Generation måste även sättas i förhållande till kontakt med olika och särskilt nya mediers tekniska och kulturella logiker.

The perspective promulgated here is that media grammars (those rules and conventions based upon the properties which constitute the media), and the acquisition of media literacy (the ability to meaningful process mediated data) are altering social relationships. People develop particular media consciousness because media have different framing conventions and time orientations. That is, persons are influenced by the conventions and orientations peculiar to the media process first acquired and relate more readily to others with a similar media set. (Gumpert & Cathcart, 1985, s. 23f.)

I Gumpert och Cathcarts resonemang ligger att alla medier och genrer bygger på en viss teknisk logik och en viss ”mediegrammatik” som måste läras ut, och läras in. Detta lägger grunden för olika former av medieliteracitet. Textuella system förutsätter avkodning och den kan vara mer eller mindre utvecklad och självklar inom olika åldersgrupper och generationer. I likhet med Mannheim antar Gumpert & Cathcart att medieerfarenheter som görs som förstagångserfarenheter under de formativa åren kommer att bli särskilt betingade och också kan bidra till ”media gaps which separate people” (1985, s. 23).

Det finns fog för att se Gumpert & Cathcart som medieekologer. I sin artikel refererar de till tänkare som Walter Ong, Joshua Meyrowitz, Harold Innis, Marshall McLuhan och Jaques Ellul. Ett namn som saknas är Neil Postman, som annars var den som lanserade termen medieekologi som begrepp för en orientering inom medieforskning där man intresserar sig mer för medier som natur och sensoriska och symboliska system än som system för överföring av meddelande genom en kanal mellan sändare och mottagare.

Gumpert & Cathcart talar om att varje medium har en teknologisk och sensorisk "bias" (jfr. Innis) eller slagsida och omfattar den teknologiska och symboliska ordning som ger en "grammatik" som bidrar till att forma våra perceptioner och medvetandet (jfr. McLuhan). I linje med en tanke (från Postman) om att alla medier står i relation till varandra inom släktskaps-system där de både utmanar och kompletterar varandra, menar de att en ny mediegrammatik kan utmana och till och med ersätta en tidigare. Detta förutsätter att nya former av mediekunnighet (media literacy) utvecklas:

We have argued that individuals are born into a media environment acquiring the particular competencies needed to comprehend the communication facilities by extant media. [...] We propose that as people learn a new media grammar, attitudes and values are altered because each medium has a unique bias. [...] It is our position that the early acquisition of a particular media consciousness continues to shape people's world view. (s. 28f)

Gumpert & Cathcart konstaterar att "the audience for each medium must internalize a syntactical context for that medium" vilket avser något som går utöver själva grammatiken och pekar mot hur medierna förstås på ett slags meta-nivå av historisering. Här ligger både hur (nya) medier motiveras, exempelvis ur ett samhällsnyttoperspektiv, och hur de kan förstås som förbättringar i förhållande till andra och tidigare medieteknologier.

Gumpert & Cathcart skrev sin artikel med tanke på elektroniska medier med koppling till hemmet, fritiden, familjen, kamrater, i en tid då amerikansk broadcasting-TV var på väg att förändras i grunden genom kabel-TV-kanaler som CNN och MTV som kombinerade dygnet-runt-sändningar med en ny form av "TV-grammatik". I sin artikel gör de också flera antaganden om hur detta som förstagångserfarenheter för tonåringar skulle kunna skapa en ny sorts TV-publik för framtiden.

Samtliga dessa tankegångar från Gumpert & Cathcart menar jag är viktiga att ha med när vi snart tar steget över till lärplattformarna.

Medialiseringspremissen

Bolin (2017b) menar att studier av mediegenerationer är ett sätt att empiriskt och historiskt bedriva medialiseringsforskning, där avsikten är att studera hur kommunikation och interaktion förändras i och med förändringar i mediernas teknologier, institutioner, logiker.

Som bekant är medialisering ett metabegrepp och avser en historisk process av förändring kopplad till förändringar i kommunikationsmedier och deras utveckling (Schulz, 2004) som medför långsiktiga och strukturella

transformationer i kultur och samhälle (Hepp, 2013). Denna historiska logik och process är relaterad till mediering men ska samtidigt hållas isär från detta begrepp (som avser den konkreta handlingen att kommunicera genom ett medium).

Ofta används medialisering för att diagnosticera det samtida samhället och vi kan nog alla märka av en fördjupad medialisering. Både biografiskt, i vårt eget vardagsliv, och i jämförelse med tidigare generationer. Allt medieras (Livingstone, Lunt, 2014) och medier verkar vara överallt. Eller som Mark Deuze (2012) uttrycker det: vi lever inte bara med medier, vi lever i och genom medier.

Medialisering är dock inte något nytt fenomen. Krotz (2014, s. 148) beskriver det som en historisk metaprocess som ”följt mänskligheten sedan kommunikation uppfanns”. Han talar om medialisering som ”a mover in modernity” och jämför och relaterar medialisering till andra historiska metaprocesser så som globalisering, urbanisering, kommersialisering och individualisering (Krotz, 2009). Hepp (2013) beskriver medialisering som en ”dannande kraft” (moulding force) som flätar samman och förbinder vardagslivets olika delar med samhällets institutioner. Hjarvard (2013) beskriver den tilltagande medialiseringen i tre led. Ökad närvaro och avhängighet av medieteknologier i stort sett i alla sammanhang, medieinstitutioners ökade autonomi, och ökat genomslag för medielogiker som färgar och formar all kommunikation.

En hel del medialiseringsforskning har intresserat sig för hur mediers teknologier, institutioner och logiker inverkar på politik (Esser, Strömbäck, 2014) men också på vardagslivet (Couldry, Hepp, 2016) och områden som religion, familj, barndom, kärlek har blivit föremål för medialiseringsstudier (se Lundby, 2014). Också skolan har blivit föremål för medialiseringsstänkande. Breiter (2014) menar att både undervisning och lärande och administration och management idag är mer eller mindre avhängiga olika digitala system. Rawolle & Lingaard (2014) påpekar att mediedebatter om ”skolans kris” inverkar på skolpolitik och läroplaner. Friesen & Hug (2009) ser medieundervisning (media literacy) som ett sätt att möta medialiseringen genom att individualisera den till en serie digitala förmågor och ”konsumentkunskaper” (jfr Drotner m.fl. 2017).

Medialiseringsforskningen skiljer sig från traditionell medieforskning genom att knyta tänkande om medier till det som föregår meddelandet. Här finns följaktligen kopplingar till mediumteori (McLuhan, Innis) och till den

mediekologiska traditionen (McLuhan, Meyrowitz, Ellul, Mumford, Postman) och vi kan i linje med detta och med Bolins generationsbok tänka på medierna i termer av "landskap".

Som exempel på ett medium som är centralt i organiserandet av kommunikation inom skolan och som kan antas ha vissa generationsbundna erfarenhetsdimensioner har jag alltså valt att ta upp lärplattformar.

Lärplattformar

Det finns olika definitioner av lärplattformar (*Learning Management Systems*) men i grunden handlar det om webbaserade och centraliserade system som stödjer pedagogiska och administrativa processer med koppling till skola, undervisning och lärande (Watson, Watson, 2007). Enkelt uttryckt är en lärplattform en samlingsplats för olika mjukvarufunktioner och nätverksförbindelser som binder samman elever, lärare, föräldrar, administratörer och andra i undervisning, lärande, information och kommunikation. Lärplattformen är till för att effektivisera, systematisera, individanpassa och göra inlärningsprocesser möjliga att mäta, styra och förutsäga. Vad som skiljer lärplattformen från tidigare faser av datorisering av skoladministration och undervisning är att de medger ett flexibelt och tids- och rumsobundet lärande och att ett stort antal funktioner samlas på lärplattformen inom ramen för en utvecklad systematik för interaktivitet.

Lärplattformar möjliggör synkron och asynkron kommunikation och passar bra för distansundervisning och kommunikation i "virtuella klassrum" där pågående elevarbeten kan kommenteras i realtid av lärare och kurskamrater. Olika text- och videoformat kan användas. Lärare kan skapa egna läromedel, och material och människor kan länkas till diskussionsforum. Vidare kan lärplattformarna kopplas till system för e-post, kursadministration (exempelvis registrering, närvaro, scheman, inlämningskorgar, automaträttade prov och kursuppföljning). De ger också vårdnadshavare möjlighet att följa sitt barns prestationer och kunskapsutveckling i förhållande till i förhand uppställda lärandemål (Coates, James, Baldwin, 2005). Mål från läroplaner och kursplaner kan läggas in. Analyser, uppföljning och rapportering av studieresultaten kan göras löpande (Watson, Watson, 2007).

Genom lärplattformen kan lärare och skola administrera, kommunicera, publicera kursmaterial och bedöma elevers prestationer. Således ger lärplattformar skolorna kapacitet att kartlägga, kontrollera, anpassa, och reglera lärandeaktiviteter. De flesta av dagens lärplattformar kan laddas ned som en app

av sina användare (lärare, elever, föräldrar, skoladministration) och ger förutom en rad kommunikationsmöjligheter tillgång till (efter behörighet) sådant som schema och schemaläggning, elevregister och närvaro, pedagogisk planering, skriftliga omdömen, betyg och utvecklingssamtal. I och med plattformar som Facebook och Instagram har allt fler lärplattformar kommit att inkludera utbyte, kommunikation, realtidskommunikation, multimodala uttryck och audiovisuella möjligheter (Coates m.fl. 2005).

Enligt Digitaliseringskommissionen (SOU 2014, s.13, s.18) hade drygt 60 procent av de svenska grundskolorna och 85 procent av gymnasieskolorna en internetbaserad plattform (inklusive skolornas egna webbplatser). Enligt Skolverket (2016) hade fler kommunala grundskolor än fristående skolor internetbaserade plattformar. Vissa kommuner har satsat på att bygga upp en gemensam plattform för att täcka behov för alla kommunens skolor. Ett exempel på detta är Stockholms kommun som nyligen gick över till Skolplattformen som beskrivs som ”ett komplett system för framtidens skola”.

Marknaden för skolplattformar är nationellt orienterad men den är också världsomspännande. Blackboard Learn är stora i USA. Learnster och Fronter (Itslearning) finns i flera europeiska länder. Bland annat i Sverige. Vklass säger sig vara ”inspirerade av sociala medier” och har i likhet med Ping Pong särskilt fokus på svenska skolor. School Soft har 830 000 användare i 2 000 skolor från förskola till vuxenutbildning över hela Sverige och säger sig erbjuda ”allt som behövs för att hantera skolans administration och kommunikation”.

Vid sidan om ett antal större och flera mindre aktörer på plattformsmarknaden erbjuder även plattformsgiganter som Google och Apple virtuella lärandemiljöer. Exempelvis har Google något de kallar G Suite for Education vilket är en plattformsmodul orienterad mot kommunikation och organisation av arbetet. Google Classroom är mer undervisningsorienterad och gör enligt Googles egen produktpresentation det möjligt att ”skapa klasser, dela ut uppgifter, skicka feedback – allt på samma plats.” Man lovar också att: ”Det sker direkt. Du slipper papper. Det är enkelt.”

Plattformsgiganterna erbjuder även fortbildning och certifiering av lärare samt egna läroplaner och alternativa pedagogiska upplägg (Williamson, 2013).

Ett logistiskt medium

Ur ett medieteoretiskt, medieekologiskt perspektiv kan lärplattformar beskrivas som multimedier där flera modaliteter (text, ljud, bild, grafik etc.) och olika kommunikationsmöjligheter (synkrona, asynkrona) samlas, och där olika medieformer konvergerar (smälter samman). Plattformen är en plats för lärande och kommunikation som bygger på att den kan byggas på (likt ett

oljeborrtorn). Det finns också skäl att tala om plattformarna som ett logistiskt medium som organiserar tid, rum, interaktion, och subjektivitet. I och med att de samlar och sammankopplar lärare, elever, föräldrar, skoladministration i utbyte och kommunikation. De tillhandahåller en rad spatiala (och temporala) funktioner som schema och lektionsplaneringsverktyg. Här går att skapa klasser, grupper och här finns virtuella klassrum där kurser kan läggas upp och kommunikation ske. Eller som John Durham Peters (2015) uttrycker det ”det jobb logiska medier ska göra är att organisera och orientera, att arrangera människor och egendom, ofta i rutsystem”.

I *Software, infrastrucutre, labor. A media theory of logistical nightmares* menar Ned Rossister (2016) att logistiska medier inte bara handlar om system, platser och materialiteter kopplade till förflyttning av gods eller mänskliga kroppar (så som containerhamnar eller flygplatser), logistiska medier omfattar även hantering av digitala signaler, som blir till data, som kan användas till förutsägelser, prognoser och planering.

Vi kan konstatera att lärplattformar producerar stora mängder av temporaliserade användardata som knyts till lärande (hur mycket tid har ägnats åt en uppgift, hur lång tid tog den att slutföra, vilka resurser krävs). De är temporala även så till vida att de inverkar på formande av och förutsägelser kring ett subjekt för framtiden och så till vida att de utgör arkiv över de handlingar och den kommunikation som skett på plattformen.

Plattformisering

I *The Platform Society. Public values in a connective world* beskriver van Dijck, Poell, de Waal (2018) den snabba tillväxten och vårt ökade beroende av digitala plattformar för utbyte av information, varor och tjänster genom kommunikation. De pekar på att alltfler samhällseliga institutioner och vardagliga praktiker – och med dessa våra identiteter och subjektiviteter – blivit avhängiga plattformsföretag som Google, Facebook, Youtube, Apple, Microsoft och andra. Dessa företags datoriserade infrastrukturer binder samman samhället och världen genom en sammanlänkade arkitektur, inte bara i form av internetlänkar utan även genom juridiska avtal. Härmed möjliggörs förbindelser inte bara mellan användare och olika digitala tjänster utan också mellan olika digitala tjänster och plattformar. Produkten och varan i plattformsekonomin är (meta)data. Det vill säga aggregerade data om användares digitala beteenden och spår (Breiter, Hepp, 2018). En del av affärsidén är att tillgängliggöra sådana metadata mot ersättning, främst till annonsörer.

På så sätt skapas det ett ekonomiskt, kommunikativt och medialt ekosystem inom en digital infrastruktur som betingar alltmer av vår vardagliga kommunikation. Plattformsbundna tjänster och utbyten håller på att förändra också offentliga verksamheter som allmän utbildning och därmed de värdesystem verksamheten vilar på.

Med plattformiseringen följer förskjutningar i inflytande och värden då privata plattformsföretag, utbildningsföretag och fristående entreprenörer tar över funktioner som traditionellt ombesörjts av det allmänna – exempelvis offentligfinansierad utbildning av barn och unga, eller för den delen, lärarutbildning. Att detta sker beror delvis på att det till plattformiseringen som teknisk process hör en konceptuell förståelse, en ideologi som säger att de ekonomiska värden och effektivitetsvinster som plattformiseringen skapar inte bara har ett ekonomiskt värde utan också ett allmänt värde som i princip kan och bör ersätta tidigare värdeskalor som exempelvis bildning vilket länge var ett ledord i skolsammanhang och i läroplaner.

För att bena upp i plattformsekologin skiljer van Dijck m.fl. mellan två (relaterade) nivåer, eller typer av plattformar: infrastrukturella plattformar respektive sektorsplattformar. Med infrastrukturella plattformar menar de den tekniska infrastrukturen som utgörs av megaplattformarna; komplexa system av servrar, browsers, molntjänster, annonsnätverk, appar, betalsystem, analysverktyg, medietjänster, strömningstjänster, geolokaliseringssystem, och annat. Bakom dessa finns plattformsgiganter som Google, Apple, Microsoft, Facebook. De erbjuder dessutom hårdvaror (datorer) och mjukvaror (program och applikationer) och fungerar som gatekeepers för vilka tjänster som tillåts användas och vilka data som hanteras, processas och lagras. Sektorsplattformar tillgodoser behov inom en specifik sektor, som exempelvis skolan (annars är kända exempel på sektorsplattformar Airbnb på bostadsmarknaden och Uber på transportmarknaden). Lärplattformar som kopplar samman lärare, elever, föräldrar och skoladministration faller inom denna senare kategori.

Fyra logiker

Enligt van Dijck, m.fl. (2018) präglas plattformiseringen av fyra logiker: *datafiering*, *kommodifiering*, *selektion* och *personalisering*.

Datafiering (*datafication*) innebär att alla användaraktiviteter (söka, klicka, gilla, posta, osv.) som sker på plattformen ger realtidsdata som möjliggör anpassningar (ex. av reklam) och förutsägelser (om användarmönster) på både aggregerad och individuell nivå. På basis av systematisk, automatiserad och storskalig insamling av unika och aggregerade användardata, kopplade

till demografi, beteenden, relationer, har plattformsföretagen utvecklat system för realtidsanalyser av exempelvis lärandeaktiviteter. Då det gäller lärplattformar används dylika data till att anpassa uppgifter etc. till enskilda användares förmåga, och för att utveckla företagets sortiment (ex. lärappar). Dessa (meta)data kan även säljas till tredje part, samlas i arkiv, samt användas för kontroll och övervakning (van Dijck, m.fl., s. 64).

Kommodifiering syftar på att användardata omvandlas till en handelsvara (van Dijck, m.fl., s. 67). Detta är (än så länge) inte en alltför påtaglig del i plattformiseringen av den svenska skolan, men som redan har nämnts blir ansamling av data som evidens för resultat och därmed lärande en allt viktigare del i skolornas marknadsföring av utbildningsplatser på den konkurrensutsatta skolmarknaden.

Selektion hänger ihop med datafieringen och kommodifiering och bygger på automatiserad, algoritmisk filtrering av användardata som skapar underlag för att anpassa och ge råd till användare kring vad som skulle kunna passa just dem. På lärplattformar innebär detta att i stället för att en lärare ger en elev råd och förslag om hur att gå vidare i sina studier och i sin egen utveckling så sker urvalet som ligger till grund för sådana anvisningar på ett automatiserat sätt via funktioner på lärplattformen.

Personalisering avser att algoritmer på basis av kartläggningar av användardata på ett individanpassat sätt ger förslag om hur eleven ska komma vidare. Personaliserat lärande ger flexibilitet och bygger alltså på att systemen anpassas till varje elevs unika förutsättningar så att uppgifter och instruktioner optimeras utifrån den enskilda elevens förutsättningar, process och position i relation till på förhand inlagda mål för lärandet.

Lärandeanalytik och lärifiering

En viktig aspekt av ovanstående är så kallad lärandeanalytik (*learning analytics*). De data som lärplattformen genererar avseende elevens insats kan i princip i realtid anpassas till vederbörandes prestationsnivå och process. Baserat på detta kan förutsägelser göras gällande hur elevens fortsatta lärande (sannolikt) kommer att utvecklas. Tidigare insatser och prestationer, elevens förutsättningar (ex. ålder) och annat ingår i de data som systemet har att arbeta med.

Ett av målen med lärandeanalytiken är att tidigt identifiera ”svaga elever” för att hjälpa dem vidare genom att anpassa läromedel som lärappar, självtester och automaträttade prov. Kritiker menar dock att denna nya undervisnings- och upplevelsekultur kan reducera skolans kärnverksamhet till endast sådan kunskap som är möjlig att kvantifiera, styra och förutsäga på ett

automatiserat sätt (Williamson, 2017). Pedagogikprofessorn Gert Biesta (2011) menar att när idealet blir att lärande måste handla om förutbestämda processer baserade på det som är mätbart och förutsägbart så förändras skolan från en mötesplats och bildningsprocess till en fabrik för det som är mätbart och möjligt att utvärdera.

En del i denna process är det språk om skola och lärande som Biesta kallar ”lärifiering” (learnification). Här syftar han inte bara på pedagogik och läromedel utan också på en terminologi som används för att tala om och värdera kunskap och lärande i skolan, eller för den delen inom lärarutbildningar, som just mätbar och förutsägbart. Enligt Biesta omdefinierar detta system läraren från ett mänskligt subjekt i en kommunikationsprocess till en utbildningsteknokratisk hantlangare inom ramen för ett storskaligt system.

Plattformiseringen av skolan kan också medföra att skolans värdesystem förskjuts från deliberativa och gemenskapande undervisningspraktiker och ideal om jämlikhet som grund för medborgarskap, baserat på deltagande och arbete i grupp, till personaliserat och automatiserat lärande med lärplattformar och dataifiering som nav. På sikt kan detta komma att omfatta även ”mjukare frågor” som den allmänna skolan ansvarar för, som kommunikation och mediekunnighet, vilket ingår i fostran av framtidens medborgare (Englund, 2012).

Enligt Biesta (2006) har den allmänna skolan tre sammanflätade grunduppgifter i relation till eleverna, samhället och framtiden. Skolan ska kvalificera eleverna så att de får med sig vad som behövs för att överleva och fungera som arbetskraft och medborgare. Skolan ska socialisera eleverna så att de internaliserar, och inkluderas och fungerar inom ramen för samhällets grundläggande sociala, kulturella och politiska ordningar och detta på ett sätt som gör att de både upprätthåller och utgör grunden för ett ständigt utvecklande av samhället. Det tredje uppdraget kallar Biesta subjektivering och det handlar om att eleven genom sin närvaro och tid tillsammans med andra i skolan ges möjlighet att utveckla sin egenart som självständigt handlande och kritiskt tänkande subjekt.

Skolan är enligt Biesta tillsammans med familjen samhällets viktigaste nyckel i utvecklandet av demokratisk handlingsberedskap och demokratiskt omdöme och detta kan inte uppnås endast på ett instrumentellt sätt (information, fakta, förmedling av ideal). Det måste också omfatta en demokratisk medvetenhet som byggs upp genom att erfarenhet och aktiviteter delas och utformas i gemensam handling, och därför får inte skolan reduceras till det som går att uttrycka i mätbara resultat, styrda av förutsägbarhet.

Annan kritik som har riktats mot lärplattformar handlar om att de gör hela skolsystemet beroende av den så kallade edtech-branschen och då inte minst plattformsgiganter som Google, Apple och Microsoft. Med sina hårdvaror, mjukvaror och plattformar bidrar de direkt och indirekt till att förändra skolans arbets- och kommunikationsformer och de påverkar föreställningar om den allmänna skolan och dess uppdrag. Genom sin ständiga närvaro i och utanför skolan kommer de också att fostra sina egna framtida användare som redan från tidig skolålder lär sig att förknippa kommunikation och kunskap med plattformsgiganternas produkter, tjänster och varumärken.

Generation plattform

Skola och läroplaner har alltid handlar om vad som anses vara viktigt att kunna nu och i framtiden och om hur överföringen av kunskap mellan generationer bäst ska organiseras (Pinar, 2012). Tidigare utgick kunskapsynen och läroplanen i svensk skola från ideal om innehåll och likhet i blandade skolor men i och med lgr 11 har skolan blivit mer mål- och resultatstyrd. Något som många ser som en utlöpare av det som brukar kallas ”new public management”. Englund (2012, s. 29) talar här om att resultatstyrning som gör lärarna till ”kontrollerande verkställare på löpande band, där de studerande ska inhämta förutbestämda kunskaper i förutbestämda perspektiv”. Till detta kan vi lägga, i vissa av lärplattformen givna format.

I potten finns vad vi vill mena med ”god utbildning”. Det anser i alla fall Gert Biesta (2011). Visserligen skriver han inte specifikt om digitalisering i sin bok *God utbildning i mätningens tidevarv* men han pekar ändå på den risk som ligger i att skolan blir alltför koncentrerad på det som är mätbart och förutsägbart. Något som närmast kan beskrivas som motsatsen till de ideal om lärande som social och delad aktivitet som brukar kopplas samman med reflekterad och omdömesgill kunskap med bredd och djup.

Läroplaner, läromedel och sätt att organisera kommunikation inom skolan är centralt för ”the citizen making enterprise” (Wan, 2014) där skolan och arbetet med literacitet i olika former (från alfabetisering till digitalisering) intar en nyckelfunktion. Frågan är hur och på vilka grunder den ”goda mediemedborgaren” för framtiden ska formas i dagen och framtidens skola?

Det är troligt att i ett djupt medialiserat samhälle och en plattformiserad skola så kommer denna fostran bli alltmer avhängig lärplattformarnas mediologistiska läroplan.

I ”TV-samhället” var skolans uppgift att fostra den ansvarstagande medborgaren (*the dutiful citizen*) och den granskande medborgaren (*the monitorial citizen*) (Schudson, 1998) vars rättigheter och skyldigheter i demokratiska processer var kopplade till användningen av medier för nyheter, information, opinionsbildning men också till underhållning som gemenskap.

I ett accelererande mediesamhälle ökar omsättningen och omflyttningarna och vi hittar också en rad försök att ringa in ”den senaste” mediegenerationen: *Den digitala generationen* (Buckingham & Willett 2006), *Nätgenerationen* (Tapscott 1998), *The Google Generation* (Gunter, Rowlands, Nicholas, 2009) och icke att förglömma Mark Prenskys (2001) begrepp *Digitala infödingar* (som länge var en given referens i förordande av mer digitalisering i skolan). På senare tid har vi även hört talas om *GenC* eller *Generation C* (a.k.a. YouTube-generationen) som av Wikipedia beskrivs som ”not an age group; it’s an attitude and mindset” hos människor som ”care deeply about creation, curation, connection, and community”.

Den fördjupade medialiseringen och framväxten av plattformsmidier och deltagande medier har också förändrat synen på medborgarskap och lett till att en rad forskare försökt att begreppsliggöra vad vi kan kalla ”mediemedborgaren”. Inom internationell medieforskning hittar vi sålunda begrepp som self-actualizing citizenship (Bennett 2008), cultural citizenship (Miller 2007), creative citizenship (Hartley, 2016), DIY citizenship (Ratto & Boler 2014), sentient citizenship (Williamson, 2017).

Hur kommer då generationstänket in i förhållande till våra mest dominerande medier, plattformsjättar som Apple, Google, Microsoft, Amazon, Facebook? I detta sammanhang används inte generation som term på användare utan för succession och uppgradering av hårdvara, mjukvara (nu kommer en ny generation av Iphone...). En snabb sökning bland boktitlar på temat generation och plattformsföretag säger kanske också något. Det är inte längre en fråga om olika mediegenerationer utan snarare en fråga om något som alla oberoende av ålder har som erfarenhet och omsluts av: The Google Planet eller Apple Inc., eller varför inte, World War 3.0. Microsoft and its enemies.

För mig står Tofflers (1980) begrepp prosument sig väl i relation till lärplattformar och plattformiseringen som generationserfarenhet och grund för framtidens mediemedborgare. Prosument-begreppet signalerar en upplösning av skillnaden mellan konsument och producent inom ramen för kunskaps-samhällets infrastrukturer och indikerar socialisation av ”nästa generation” som ”free labor” (Bolin, 2011) som producerar, konsumerar and delar data och därmed bidrar till den plattformsekonomi med ”The Big Five” som flaggskepp

(jfr. Mosco, 2016). Med digital kompetens och ”21th Century Skills” i förgrunden formas den ”algoritmiska fantasin” (Williamson, 2017) som bär upp plattformsekonomin (van Dijck, m.fl, 2018). Detta inverkar på kvalificeringen, socialisationen och subjektiveringen av framtidens arbetskraft, medborgare, individer (Biesta, 2006). Lärplattformarna och skolans digitalisering präglas av ”kronologisk imperialism” och en futurologi som i stället för att öppna framtiden för unga människor begränsar utrymmet för personlig frihet (minskad integritet) och social förändring (Facer, 2012, s. 98).

Plattformiseringen och skolans digitalisering öppnar för behovet av nya former av mediekunnighet som inte bara riktas mot de medier som används utanför skolan utan också mot de medier som används i skolan. Ett sådant sätt att närma sig plattformiseringen ter sig viktigt i utbildandet av framtidens mediegenerationer och i detta kan även kunskap om tidigare mediegenerationers erfarenheter vara nog så viktig.

Referenser

- Bennett, L. (2008). *Changing citizenship in the digital age*. *Civic Life Online*. Cambridge: MIT Press.
- Biesta, G. (2006). *Bortom lärandet. Demokratisk utbildning för en mänsklig framtid*. Lund: Studentlitteratur.
- Biesta, G. (2011). *God utbildning i mätningens tidevarv*. Stockholm: Liber.
- Bolin, G. (1998). *Filmbytare: videoväld, kulturell produktion & unga män*. (1. uppl.) Diss. Stockholm: Univ. Umeå: Boréa,
- Bolin, G. & Forsman, M. (2002). *Bingolotto: produktion, text, reception*. (2., korr. uppl.) Huddinge: Medie- och kommunikationsvetenskap, Södertörns högskola.
- Bolin, G. (2011). *Value and the media: cultural production and consumption in digital markets*. Farnham, Surrey: Ashgate.
- Bolin, G. (red.) (2012). *Cultural technologies: the shaping of culture in media and society*. New York: Routledge.
- Bolin, G. (2013). Questioning entertainment value: moments of disruption in the history of Swedish television entertainment. In Djerf-Pierre, M., Ekström, M. (eds.): *A history of Swedish broadcasting: communicative ethos, genres and institutional change* (pp. 261–281). Göteborg: Nordicom.
- Bolin, G. (2017a). *Media generations: experience, identity and mediated social change*. London: Routledge.
- Bolin, G. (2017b). Generational analysis as a methodological approach to study mediated social change. In Taipale, S., Wilska, T. & Gilleard, C. (eds.). *Digital technologies and generational identity: ICT usage across the life course* (pp. 36–26). London: Routledge.
- Bolin, G. (2017c). The Complexities of Mediatization: Charting the Road Ahead. In Driessens, O., Bolin, G., Hepp, A., Hjarvard, S. (red.). *Dynamics Of Mediatization Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age*. Cham: Springer International Publishing.

- Breiter, A. (2006). Data for School Improvement: Factors for designing effective information systems to support decision-making in schools. *Educational Technology & Society* 9(3), 206–217.
- Breiter, A. (2014). Schools as mediatized worlds from a cross-cultural perspective. In A. Hepp, & F. Krotz, F. (red.). *Mediatized worlds: culture and society in a media age*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Breiter, A., Hepp, A. (2018). The complexity of datafication: putting digital traces in context. I Hepp, Andreas, Breiter, Andreas & Hasebrink, Uwe. (red). *Communicative Figurations Transforming Communications in Times of Deep Mediatization*. Cham: Springer International Publishing.
- Broadly, D. (1981). *Den dolda läroplanen: KRUT-artiklar 1977-80*. (1. uppl.) Järfälla: Symposion.
- Buckingham, D. (2000). *After the death of childhood: growing up in the age of electronic media*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, David & Willett, Rebekah (red.) (2006). *Digital generations: children, young people, and new media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Coates, H., James, R. & Baldwin, G. (2005). A Critical Examination of the Effects of Learning Management Systems on University Teaching and Learning. *Tertiary Education and Management*, 11(1), 19–36.
- Erixon, P. (red.) (2014). *Skolämnen i digital förändring: en medieekologisk undersökning*. (1. uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Couldry, N., McCarthy, A. (2004). *Mediaspace: place, scale and culture in a media age*. Hoboken: Taylor & Francis.
- Couldry, N., Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity.
- Cuban, L. (1986). *Teachers and machines: the classroom use of technology since 1920*. New York: Teachers College Press.
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity.
- van Dijck, J., Poell, T., de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connected world*. Oxford: Oxford University Press.
- Drotner, K., Frau-Meigs, D., Kotilainen, S., Uusitalo, N. (2017). The double bind of media and information literacy: a critical view on public policy discourses about MIL. In D. Frau-Meigs, I. Velez (red.), *Public Policies in Media and Information Literacy in Europe. Cross-country comparisons* (pp. 269–283). London & New York: Routledge.
- Englund, T. (2012). Utbildningspolitisk monopolism. Nya utmaningar för läroplansteori. I: Englund, T, Forsberg, E., Sundberg, D. (red.). *Vad räknas som kunskap? Läroplansteoretiska utsikter och inblickar i lärarutbildning och skola*. Stockholm: Liber.
- Esser, F. & J. Strömbäck (red.), (2014). *Mediatization of politics: understanding the transformation of western democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Facer, K. (2012). Taking the 21st century seriously. Young people, education and socio-technical futures. *Oxford Review of Education*, 38(1), 97–113.
- Fornäs, J. & Bolin, G. (red.) (1995). *Youth culture in late modernity*. London: Sage.
- Fornäs, J., Lindberg, U. & Sernehede, O. (1988). *Under rocken: musikens roll i tre unga band*. Stockholm: Symposion.
- Fornäs, J., Forsman, M. (1989) (red.), *Rum och rörelser: om ungas inre och yttre livsrum: en antologi*. Stockholm: Statens råd för byggnadsforskning.
- Forsman, M. (2018). Digital competence and the future media citizen: A preliminary conceptual analysis. *The Journal of Media Literacy* (1–2). Madison: the National Telemedia Council, pp. 24–29.

- Forsman, Michael (2019). Framtiden är redan här. Om plattformiseringen av skolan och fostran av framtidens mediemedborgare. I Andersson-Schwarz, J. & Larsson, S. (red). *Plattformssamhället. Den digitala utvecklingens politik, innovation och reglering*, Stockholm: Fores, s. 200–229.
- Friesen N., Hug, T. (2009). The mediatic turn: exploring concepts for media pedagogy. In K. Lundby (red.), *Mediatization. Concepts, changes, consequences*. New York: Peter Lang.
- Gumpert, G., and Cathcart, R. (1985). Media Grammars, Generations, and Media Gaps. *Critical Studies in Mass Communication*. 2(1), 23–35.
- Gunter, B., Rowlands, I. & Nicholas, D. (2009). *The Google generation: are ICT innovations changing information-seeking behaviour?* Oxford: Chandos Publishing.
- Hartley, J. (red.) (2016). *Creative citizen unbound. How social media and DIY culture contribute to democracy, communities and creative economy*. Cambridge: Policy
- Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Cambridge: Polity.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. London. Routledge.
- Hylén, J. (2011). *Digitaliseringen av skolan. (2., [rev.] uppl.)* Lund: Studentlitteratur.
- James, A. & Prout, A. (red.) (2015). *Constructing and reconstructing childhood: contemporary issues in the sociological study of childhood. ([3. rev. ed.]*). London: Routledge.
- Krotz, F. (2014). Mediatization as a mover in modernity: social and cultural change in the context of media change. In K. Lundby (red.), *Mediatization of communication*. Berlin: De Gruyter Mouton, 131–162.
- Krotz, F. (2009). Mediatization: A concept with which to grasp media and societal change. I: K. Lundby (red.), *Mediatization. Concepts, changes, consequences*. New York: Peter Lang.
- Livingstone, Sonya & Peter Lunt (2014). Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research?, In Lundby, Knut (ed. 2014). *Mediatization of Communication, Handbook of Communication*. Science 21. De Gruyter Mouton: Berlin.
- Lundby, Knut (ed. 2014). *Mediatization of Communication, Handbook of Communication*. Science 21. De Gruyter Mouton: Berlin.
- Mannheim (1928/1952). The problem of generations. In Mannheim, K. *Essays in the sociology of knowledge* (pp. 276–320). London: Routledge & Keagan.
- Miller, T. (2007). *Cultural citizenship cosmopolitanism, consumerism, and television in a neoliberal age*. Philadelphia: Temple University Press.
- Mosco, V. (2016). Conclusions. Digital labor takes to the cloud. I: Frayssé, O., M. O’Neil (red.). *Digital labor and prosumer capitalism. Dynamics of virtual work*, London: Palgrave MacMillan.
- Opermann, S. (2014). *Generational use of news media in Estonia: media access, spatial orientations and discursive characteristics of the news media*. Diss. Huddinge: Södertörns högskola.
- Peters, J.D. (2015). *The marvelous clouds: toward a philosophy of elemental media*. Chicago: the University of Chicago Press.
- Pilcher, J. (1994) 'Mannheim's sociology of generations: an undervalued legacy', *British Journal of Sociology*, Vol. 45, 45(3), 481–495.
- Pinar, W. (2012). *What is curriculum theory? (2. ed.)*. Mahwah, NJ: Routledge.
- Popkewitz, T.S. (2009). *Kosmopolitism i skolreformernas tidevarv: vetenskap, utbildning och samhällsskapande genom konstruktioner av barnet. (1. uppl.)*. Stockholm: Liber.
- Postman, N. (1986). *Underhållning till döds*. Stockholm: Prisma.

- Prensky, M. (2010). *Teaching digital natives: partnering for real learning*. Thousand Oaks, Calif.: Corwin.
- Ratto, M., Boler, M. (2014). *DIY Citizenship: Critical Making and Social Media*. Cambridge, Ma.: MIT University Press.
- Rawolle, S., Lingard, B. (2014). Mediatization and education: a sociological account. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication*. Berlin: De Gruyter Mouton, 595-616.
- Roe, K. (1983). *Mass media and adolescent schooling: conflict or co-existence?*. Diss. Lund: Univ. Stockholm.
- Rossiter, N. (2017). *Software, infrastructure, labor: a media theory of logistical nightmares*. New York: Routledge.
- Schudson, M. (1998). *The Good Citizen. A History of American Civic Life*. New York: Free Press.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 297-309.
- Selwyn, N., Facer, K. (2013). Introduction: the need for a politics of education and technology. I: Selwyn, N., Facer, K. (red.). *The politics of education and technology. Conflicts, Controversies, and Connections* (pp. 1–20). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Siibak, A., Vittadini, N. (2012). Introducing four empirical examples of the "generationing" process. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(2), 1–10.
- Skolverket (2016). IT-användning och IT-kompetens i skolan. Skolverkets IT-uppföljning 2015. Rapport 2016-03-23. Dokumentdatum: 2016-03-23. Diarienummer: 2015:00067
- SOU 2014:13 (2014). *En digital agenda i människans tjänst. En ljusnande framtid kan bli vår: delbetänkande* (Digitaliseringskommissionen). Stockholm: Fritzes.
- Säljö, R. (2010). *Lärande och kulturella redskap: om lärprocesser och det kollektiva minnet. (2. uppl.)* Stockholm: Norstedt.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the Net generation*. London: McGraw-Hill.
- Toffler, A. (1980). *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York: Bantam.
- Watson, W. R., & Lee Watson, S. (2007). An Argument for Clarity: What are Learning Management Systems, What are They Not, What Should They Become? *Tech Trends*, 51(2), pp. 28–34.
- Wan, A.J. (2014). *Producing good citizens: literacy training in anxious times*. Pittsburgh, Pa.: University of Pittsburgh Press.
- Williamson, B. (2013). *The future of the curriculum. School knowledge in the digital age*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Williamson, B. (2017). *Big data in education. The digital future of learning, policy and practice*. London. Sage.
- Willis, P.E. (1983). *Fostran till lönearbete*. Göteborg: Röda bokförlaget.
- Ziehe, T. (1986). *Ny ungdom: om ovanliga läroprocesser*. Stockholm: Norstedt.

I'm a 21st century digital boy – skatepunk masculinity

LINUS ANDERSSON

I don't want to grow up
Change my skateboard for a tie
I just can't seem to find a reason why...
I don't want to grow up
Change my surfboard for a suit
It will never be a good enough substitute
"Boyish Man" Satanic Surfers

In 1995 a song called "Self-Esteem" topped pop charts all over the world. It was performed by a band from California called The Offspring and it was the second single off of their third full length album *Smash*, released in 1994 on the American independent punk rock label Epitaph. The album sold 6 times platina in the United States and over 14 million copies worldwide, which makes it the best-selling release ever on an independent label. Both the band and the label were exponents of the melodic punk rock scene that had emerged in southern California in the 1980s in close proximity to the subcultures of surfing and skateboarding. Together with other Californian bands such as Green Day, NOFX and Bad Religion, Offspring were instrumental in turning skatepunk into a mainstream phenomenon in the popular culture of the 1990s. Lyrically, "Self-Esteem" describes a dysfunctional romantic relationship where the male protagonist laments over how he is being mistreated by his on-off girlfriend:

When she's saying that she wants only me
Then I wonder why she sleeps with my friends
[...]
Now I know I should say no
But that's kind of hard when she's ready to go
I may be dumb
But I'm not a dweeb
I'm just a sucker with no self-esteem
"Self-Esteem" The Offspring

Thematically, the song explores emotional vulnerability and sexual insecurity in a way that inverts the misogyny and male dominance found in many rock clichés (e.g. Rolling Stones “Under my Thumb”). In this approach to a “failed” masculinity (vulnerability, loss of control, insecurity), the song gives voice to the “sucker”, an anti-hero who together with his ill-adjusted brothers “the loser”, “the slacker”, and “the dude” populated 1990s skatepunk music and culture. In what follows I will explore how masculinity and sexual identity was represented and negotiated in skatepunk culture of the 1990s with the purpose to contribute to theory about identity and subculture in late modernity. Furthermore, in returning to critical studies of masculinity from the 1990s, this paper brings historical perspectives to recent debates over gender and the supposed crisis in masculinity (spearheaded by public intellectuals such as Jordan B. Peterson and Camille Paglia). The aim has been operationalized into the following research questions:

1. What type(s) of masculinity can be found in skatepunk culture, and how is it expressed?
2. How is sexuality and sexual identity expressed in skatepunk culture?
3. How can 1990s skatepunk culture be understood in relation to the concept of “masculinity in crisis”?

The chapter starts out by sketching an overview of the musical style and subculture known as skatepunk, as well as the historical context of the subculture’s rise to popularity in the 1990s. This is followed by a section that outlines the theoretical framework with focus on theories about subculture, identity and masculinity, as well as a description of the empirical material and methods for collection and analysis. This is followed by a section divided thematically into three analytical categories that address masculinity and sexual identity. The chapter ends with a discussion of the findings and their theoretical contribution, as well as the implications for further research.

Background

While there has been an unbroken continuity of punk rock in popular music from the mid-1970s until today, there is a common configuration that presents the history of punk rock in three “waves”: The first wave is usually connected to the scene around the club CBGBs in New York with bands such as Ramones, Television, Talking Heads, that soon sparked a scene in England with Sex Pistols and The Clash as figureheads. The second wave took off in the late 1970s and early 1980s, connected to the time when The Clash signed

to CBS records and the first claims that “Punk is dead” were voiced, which led to a more “self-conscious” punk movement, that also forked itself into different subgenres: 77-punk, oi, hardcore, but also new wave and post punk. The third wave happened in the mid-1990s when a number of American punk rock bands achieved mainstream success. This third wave is less documented, it has found virtually no resonance in official musical records or serious music journalism (a recent exception being Winwood, 2018). In fact, the style of punk rock associated with this third wave has been referred to as “the most detested musical genre” around (cf. Ozzl, 2013).

As this third wave coincided with an upsurge in popularity for skateboarding (and snowboarding), and indeed some of the bands and labels were affiliated with the skate- and surfer-scene in California, this genre became sometimes labeled as “skatepunk”. The term itself, however, dates to the 1970s. Butz (2011) offers a very basic definition of the early uses of the term: “It is a term that refers to punk rockers who skateboard or to skateboarders who are involved with punk rock” (Butz, 2011, p. 100). In the 1990s however, skatepunk bands did not have to skateboard themselves to be considered as skatepunk. Instead skatepunk became a description of a sound and a context. Many of these bands had their songs appear in surf-, skate- and snowboard-videos (allegedly because the independent labels did not charge as much as the mainstream labels). And later on, prominent skateboard videogames have included this music on their soundtracks.

Musically, skatepunk is fast and intense like hardcore punk, but less aggressive and more melodic. There is a relationship with power-metal with strong focus on drums, electric guitars and vocals, and consequently skatepunk records tend to be hi-fi productions far from any stereotypical understanding of punk as noisy and amateurish. Furthermore, the skatepunk that appeared in the 1990s set itself apart from previous punk generations through style and aesthetics. Where punk rockers of the 1970s and 1980s wore leather jackets, boots and mohawks, the skatepunks wore canvas sneakers, baggy pants and oversized T-shirts in bright colors.

Skate punk popularity coincides with the rising scholarly attention to masculinity in the 1990s (Bolin & Löfgren, 1995; Connell, 1995; Faludi, 1999; Kimmel, 1987). It is possible to view both these phenomena as exponents of a shared historical conjunction. My argument is that the skatepunk genre provides an interesting case to study the negotiation of what has been described as “masculinity in crisis” in a post-industrial world, and especially those issues connected with the masculinity-in-crisis-discourse as it was articulated in the 1990s.

Butz (2011) has chronicled the origins of skatepunk culture in late 1970s, early 1980s, California where a skateboard culture built around an “outlaw” imagery melded with a developing musical scene of hardcore punk. Skatepunk culture of the 1990s has not received much scholarly attention in comparison to 1970s punk and 1980s hardcore. Phillipov (2006) discusses how American punk culture is less class-conscious and more suburban (white) middle-class than its British counterpart. Furthermore, with its connection to skateboarding – an activity where producers and consumers, sponsors and riders are strongly integrated – skatepunk culture of the 1990s showed a more relaxed attitude to commercialism. Demands for authenticity are less pronounced than what might be expected from other punk cultures (Dowd, Liddle, & Nelson, 2004). This might explain the relative lack of interest in documenting the scene – it is too commercial for the “real” punks, too deviant for the mainstream.

Theoretical framework

The aim of the paper is to describe and analyze expressions and negotiations of masculinity within a subculture. The study draws on a cultural studies approach inspired by the Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), also known as the Birmingham School. It is an approach to the phenomenon of youth subculture that combines structuralist and culturalist perspectives and perceive subcultures as a means of negotiating power relations and identity (individual as well as collective) in a specific historical context (Turner 2003). More specific, the power relations and identity under scrutiny here is gender and the role of masculinity within a cultural form almost exclusively populated by young men. It is also set in a historical conjunction where scholarly interest in masculinity and youth culture occurred, the 1990s. Hence, some of the more recent debates and critical engagements with both concepts (subculture and masculinity) have been left out of the discussion.

Subculture

The dominance of British cultural studies and CCCS’ approach to youth subcultures that was formulated in the mid-1970s tend to remain strong even though it has found itself on the receiving end of critique over the past decades. Early criticism noted how the pioneering studies had an all too strong focus on class, while leaving a blind eye to issues such as gender and race (Turner 2003: 95). Later, as modernity entered its “late” stage with its culture of consumerism and individualism, voices were raised in favor of an

approach to subculture that focused less on structure and more on style and identity. This has been called post-subcultural studies (Muggleton & Weinzierl, 2003). Shildrick & MacDonald (2006) offer a detailed review of the misadventures of subculture studies in the post CCCS-era. In their summary of 30 years of critique and the status of youth subculture as an analytical concept in the early 2000s, they conclude:

[I]t is the fragmented and individualised ways in which young people construct their identities that is of key significance. This shift away from interest in social divisions and inequalities has facilitated the utilisation of what might broadly be described as 'postmodern' theoretical approaches. (Shildrick & MacDonald, 2006, p. 127)

Individualization and fragmentation are thus social and cultural tendencies that have come to render structural accounts of collective experiences of young people obsolete. Furthermore, as has been noted by previous scholars (Butz, 2011; Moore, 2010; Yochim, 2010), the term subculture, with its connections to British cultural studies and its connotations of power, resistance and identity translates poorly to American contexts such as the "alternative" music scene in the United States of the 1990s (Moore, 2010). Here, class identity is less explicit, as is the notion of resistance.

With its roots in punk (the object par excellence of CCCS-style subcultural studies) and skateboarding, skatepunk should lend itself effortlessly to an analysis along the lines of the neo-tribes described by post-CCCS youth subcultural studies. Furthermore, it's dominantly middle-class, white population (cf. Yochim, 2010) makes it an object that fits well within the framework of post-subcultural studies. It is one of those postmodern subcultural styles that "tend to be reserved for the more privileged sections of dominant cultural groups" (Shildrick & MacDonald, 2006, p. 133).

Skateboard culture

Since its advent in the 1960s, skateboarding has been a leisure activity balancing between sports and subculture. Its origins can be traced to Californian surf culture which brought to it an air of subcultural lifestyle. Early on it was also connected to illegal activities: skateboarding on the streets violated traffic laws, and skateboarders were infamous for breaking into gardens to skate drained swimming pools, and to raise trouble in shopping malls and parking lots. This brought an "outlaw" anti-authoritarian attitude to the culture surrounding skateboarding, an attitude that mingled well with the

aggressive style of hardcore punk music that developed in early 1980s California (Butz, 2011; Weyland, 2002). Over the years, however, skateboarding has entered the realm of mainstream sport, being added to the 2020 Olympic Games in Tokyo as a final token of consecration.

Skateboarding is an exhibition sport – a central feature is to impress your peers, and it is a sport where the prospect of physical harm is constantly present. These features privilege a personality that is exhibitionist and fearless, and also a type of peer-pressure culture obsessed with ridicule and shame as well as physical pain (Yochim, 2010; Bäckström, 2005). Being exposed to public scrutiny comes with the constant risk of shame and being ridiculed, especially in the face of the psychological vulnerability that comes with physical pain. One expression of this is the obligatory inclusion of a “slam section” in skateboard videos, a compilation of scenes where skateboarders fall and injure themselves.

Like punk culture, skateboarding stresses the importance of style (cf. Hebdige, 1979). While talent and competence are basic features, the appreciation of a skateboarder’s ability is usually formulated as an appreciation of his (occasionally her) individual style.

Masculinity in crisis

Masculinity, as well as the related concepts sex and gender, is subject to various and often conflicting scientific approaches. These include medicine, biology, psychology, but my focus in this study is on a social constructionist perspective that acknowledges that the definition and social understanding of masculinity is historically and culturally situated, and thus changes over time as well as differ between cultures. Masculinity is a fragile concept and the social and cultural construction of a masculine identity under modernity has offered rather limited opportunities for male identities (cf. Connell, 1995). Whereas feminisms’ social breakthrough has broadened the scope of identities and prospects for women, the same movement has sparked debates about masculinity in crisis.

The theme of masculinity in crisis has a relatively long history, though it appears as if it reinvents itself every decade or so (Heartfield, 2002). There is however a peculiar continuity to the themes that this crisis is related to: the argument generally goes that traditional masculinity (physical strength, hard labor) has a hard time adapting to the requirements of late modernity. In the post-industrial society, it is said, brain power and social skills have replaced muscle strength, and the shift from a production-based economy to one

based on services and consumption is portrayed in terms of a feminization of culture and society.

Malin (2005) discusses the history of the crisis-of-masculinity discourse and its roots both in feminism and anti-feminist contexts, while maintaining that the 1990s popular media serves as a window to a specific discourse on masculinity in crisis and conflicted masculinity. Exploring anxieties of sexuality, class and race, Malin uses President Clinton as an example of negotiated 90s masculinity (Malin 2005). In some ways this, the first “rock-n-roll”-president serves as a poster boy for the kind of boyish, playful masculinity that I will address in relation to skate punk. If we take Malin’s argument seriously it would support the notion that the 1990s provided for a cultural context where experiments with alternative masculinities were encouraged, and these experiments included both the return to an essentialist, mythical archetype of masculinity (e.g. Bly, 1990), as well as more postmodern non-essentialist assemblages and deconstructions (Connell, 1993).

Another approach to subculture and masculinity of the 1990s can be found in Bolin (1995; 1998; 1999) who engages in a study of young male fans of violent videos, the so-called “sleazer”-culture. While Bolin problematizes the notion of “masculinity in crisis” in the 1990s, he argues that gender negotiations are consistent within all generations and take place in a certain historical context. Hence, the development and experimentation with masculinity within subcultures should be understood not as an expression of a general crisis in masculinity, but as part of a critique and a reconstruction of masculine identity within a specific generation (Bolin 1995: 257).

Moss (2011) devotes a chapter of his book on popular media and masculinity to a certain male archetype “The Slacker, the Dude and the Rebel”, that he traces back to the first seeds of American counter culture among the beats and the surfers of the 1950s. He writes: “The Biker, The Beat and The Surfer came to be versions of a new male archetype. At the core of this typology was an unwillingness to be a part of mainstream culture. They exhibited their aversion to the conformity of the 1950s by retreating into all-male fraternal groups” (Moss, 2011, p. 115). While Moss’s (2011) account introduces a variety of labels (dude, slacker etc.), they all point to a certain type of male non-conformism that is shared by all those labels. As I will argue, skate punk masculinity has much in common with this archetype, while it adds certain tensions to it.

One of the most thorough investigations into masculinity within the skateboard culture is Yochim (2010) who describes how skateboarding as an

activity – but also through contextual cultural artifacts of mixed media outlets (skate videos, TV shows, and video-games) – explores alternative and anti-patriarchal masculinities, partly through the propagation of a never-ending adolescence (Yochim, 2010, pp. 111-138). Skate culture provides an alternative to traditional hyper masculinity (Jeffords 1994), introducing and popularizing the “beta male” in contrast to mainstream culture’s devotion to the notion of alpha male. At the end of her study, Yochim (2010, p. 176) reflects on the role of the beta male for social change: “Could the beta male provide space for more egalitarian gender relations?”

Material and method

In an approach similar to Butz (2011), I have collected and analyzed music, lyrics and artwork, primarily from the Swedish skatepunk scene of the 1990s in order to recreate a meaningful rendition of an “ethos” that appears only when the different parts are taken together as a whole. As with all analyses of subcultures, a study of skate punk benefits from some level of familiarity with the object on the side of the researcher. This includes historical and aesthetic contexts, as well as familiarity with diachronic and synchronic approaches to the symbolic world under scrutiny. As for this, I consider myself an “insider”, in the sense that I have considerable experience regarding the theme as well as competence in interpreting the codes. The advantages with this position are more or less obvious when it comes to hermeneutic inquiry. The disadvantages are more important to consider: are there affinities and loyalties that might get in the way of a critical approach? Is there a risk that the familiarity with a phenomenon leaves important critical aspects undisclosed? In relation to these methodological challenges I have used the theoretical perspective of gender/masculinity to establish a critical distance. Furthermore, the culture itself is not very active in the present age. The 20-year hindsight offers a natural distance that allows for making some aspects more salient than they perhaps were in their time.

Skatepunk culture expresses itself in many ways: musically (the “Southern California”-sound, intense, melodic, and well produced), lyrically (song lyrics, fanzine writing), visually (album artwork, band photos, music videos, as well as merchandise and clothing). The examples presented in the present study are restricted to song lyrics. The main reason being the conditions for presenting the material – while inclusion of band photos and album art work undoubtedly would have contributed to the argument, I have not had the resources to clear the rights to use that type of material.

The main focus in the analysis is on lyrics. As Frith (1996) has argued, lyrics in popular music can be approached either as literary objects (equivalent to poems), or as speech acts to be analyzed as part of a performance (Frith 1996, p. 158). Drawing on Moore (2010), Butz elaborates further on the implication that this observation has for the specific case of skatepunk lyrics: "Because of their ostentatious simplicity, i.e. their elliptic character and their often-banal content, it would appear to be impossible to take skate punk songs at face value. On the contrary they need to be analyzed in a culturally informed way that necessarily includes semiotic theories but which does not so much read meaning 'into' them but rather considers their meaning within their dialogic participation in a larger context" (Butz, 2011, p. 108). A challenge with the lyrics from 1990s skatepunk is their ironic ambiguity.

Skatepunk

In skatepunk many social values are reversed, similar to the inverted concepts of taste and aesthetic judgment described by Bolin (1994; 1998). On one level this shows in the rejection of mainstream cultural norms of (masculine) success, as well as taste and manners. On a second level there is a rejection of what previously was described as features associated with skateboard culture: shaming and vulnerability. Skatepunk idealizes stereotypes of "failed" masculinity of (primarily American) popular culture – the under-achiever, the slacker, the dude, the loser – and takes pride in being shamed and ridiculed.

The skatepunk subgenre feeds on two separate subcultures: on the one hand the skate- and surf culture and on the second there is the musical scene of punk and hardcore. Even though there, especially in the US-context, are many parallels between the two, there might also be some noteworthy differences. Both are DIY anti-establishment subcultures, but the skateboard culture has historically had a less strained relationship with its commercial aspects – professional skateboarders have been sponsored by sporting goods manufacturers and clothing companies, while punk culture is very protective about these boundaries. Skate punk hence became a hybrid phenomenon where the act of "selling out" or attaining mainstream success was less problematic than it had been in a puritanical punk context (Dowd, Liddle, & Nelson, 2004). This is also visible in the aesthetics and stylistics of skate punk artwork which is more inspired by skateboard graphics than traditional cut-and-paste, DIY-ideal of punk.

In the following analysis I have looked at 1990s skatepunk culture from the perspective of what Malin (2005) has described as three areas for anxieties

relevant in the 1990s masculinity crisis: sexuality, class, and race. I will discuss how skatepunk draws on previous versions of non-conformist masculinities but also argue that it presents its own variations and negotiations to this theme.

Slackers and dudes

In the promotional material from the Swedish record label Ampersand from 2002, the band Stoned was introduced by the following description:

5 junkfood eating, non-working, pretending we're students, slackers got together one day to form a band. They got themselves one of the worst names in the scene and gave us some of the worst record covers... but their tunes sure do rock!

The term “slacker” has colonial origins where it referred to an unwillingness to work as a resistance strategy found among the colonized people (Bernal, 1997). It gained moral connotations in a western context when it was used to describe people who did not fully participate enough in the war effort in the US during WW2. A poster from 1942 declared: “In the ‘service’ they’re deserters. Don’t be a production slacker!” Strongly associated with (masculine) moral values of the “great generation”, its connotations and meaning was to be inverted by later generations. Writing about the emerging grunge scene in the late 1980s Moore (2010) describes how “the slacker” and “the loser” became desirable cultural figures in American popular culture (p. p. 125 ff.).

The term “slacker,” for example, came to be associated with young people who are unmotivated or just downright lazy, but this is not exactly its meaning in either Richard Linklater’s 1991 film *Slacker* or Superchunk’s indie rock anthem “Slack Motherfucker.” In both works, slacking is a way of life that developed out of DIY punk’s refusal of wage labor and careerism, not for the sake of laziness but in favor of cultural production and control over creative work. (Moore 2010, p. 135)

Thus, in the 1990s the term slacker was appropriated by youth subcultures. This appropriation is a type of resistance that elevates the status of the underachiever, but it can also be a way of presenting an alternative to normative definitions of productivity as found in the conformist, or adult world. The song “My Decision” by Satanic Surfers illustrates this:

You’re [sic] lived your life so i’d like to live my own
 Yes, i would like to make my own decisions
 So if i decide to “waste” my whole life by skating
 Surfing, playing hardcore every day

It's my own decision
to make
"My Decision" Satanic Surfers

Apparently, it is not the song's protagonist who thinks that "skating, surfing, playing hardcore every day" is a waste of time, and it is easy to interpret the song as a generational conflict between parent and child. However, it is possible to look at the idealization of the slacker as an answer to the class (and racial)-anxiety of white-middle class male of the 1990s, as noted by Malin (2005). The slacker is a non-conformist who opposes the white-collar suburbia that has spawned him. It is a rebuttal of a generic American male identity that Goffman (1963) described in "Stigma":

In an important sense there is only one complete unblushing male in America: a young, married, white, urban, northern, heterosexual protestant father of college education, fully employed, of good complexion, weight, and height, and a recent record in sports... (Goffman 1963, p. 128)

Arguably, being a slacker is a way to step down from this normative masculinity. Another nomination for this position is "dude", a concept with a more opaque etymology than "slacker", but a type of masculinity that came to populate 1990s popular culture. Troyer & Marchiselli, (2005) writes about the phenomenon of "dude cinema"¹ that became popular in the 1990s: "Dudes are free from the responsibilities of a self-conscious adulthood [they are] anti-intellectual, apolitical, and ahistorical" (Troyer & Marchiselli, 2005, p. 267).

Youth culture's rejection of conformity has been a theme throughout the post-WW2 period (Roszak, 1969). Where previous counter-cultural expressions like the beats had constructed their opposition around the idea of hipness, which in a sense was a critique of racial policies – whiteness was un-hip, easily put – the dude of the 1990s seems to be color blind, or ignorant to questions of race: dudes are white. They are also genuine natives of suburbia – the symbolic and geographic opposite to the urban, hip beats and rural, eco-conscious counterculture of the hippies. With his orientation towards leisure and consumption (television, shopping mall, junk food), the dude's non-conformism actually serves to secure the reproduction of white suburbia that the beats and the hippies rejected.

¹ Titles associated with the label "dude cinema" include *Bill and Ted's Excellent Adventure* (1989), *Wayne's World I & II* (1992, 1993), *Beavis and Butt-Head do America* (1996).

As opposed to the slacker, this dude-figure could be considered downright lazy, and the artistic explorations of his experience are more ambivalent, as in the song “Lazy” by Lagwagon:

I just lost my job
 I just lost my girl
 Things are getting way out of hand
 But my living room is like quicksand
 Sucks me down
 I'll never leave
 In the ground
 My cable TV
 I'm burnt out and lazy
 Looking, Dwelling, Fuck me!
 I'm lazy
 “Lazy” Lagwagon

Here is a protagonist who is less of a happy-go-lucky proud slacker (as was the case with Stoned), nor is it someone who has decided to “waste” his life doing the things he loves, but seems to be inhibited and pacified. This passivity generates self-disgust.

The type(s) of masculinity found in skatepunk culture is similar to other proponents of 1990s popular culture: indie rock, grunge, “dude cinema”, as it appropriates terms like “slacker” and inverts social norms of productivity. However, there is arguably a notable tension between the slacker, whose manifestations of creativity are scorned by mainstream society, and the dude, who is more of a lazy juvenile slob. In this sense, the dude is more immature and an expression of what I choose to call “infantile masculinity”.

Infantile masculinity and male bonding

Malin (2005) identifies class, race and sexuality as central anxieties of 1990s masculinity. It is possible to consider skatepunk’s infantile masculinity as a response to the sexual anxiety. By infantile masculinity I mean the often-explicit unwillingness to “grow up” and become mature, a recurring theme in many songs associated with skatepunk culture. Satanic surfers’ song “Boyish man”, quoted in the epigraph to this chapter, is a clear illustration of this.

The idealization of the teenager is not unique to skatepunk of the 1990s, but has roots in hardcore punk of the 1980s. One of the prolific American hardcore bands of the early 1980s was Minor Threat. Their band name is a pun pitting those under age (the minors) against the adult lifestyle. And this adult lifestyle includes the traditional conformist version as well as the one

on offer within the punk subculture. Another example that came out of the DIY-culture of punk and hardcore in 1980s was post-punk pop-band Beat Happening whose image and music showed an “expression of nostalgia for the naïveté of childhood play and small-town community” (Moore, 2010, p. 126). A third example from the 1980s would be the band Descendents who simply named an album “I Don’t Want to Grow up”.

Thus, skatepunks of the 1990s inherited an idealization of childhood from earlier hardcore punk. However, as was the case with the tension between the slacker and the dude, there are instances when the ideal of a prolonged adolescence collides with social expectations and the theme of age and ageing become more ambivalent. This is addressed in Blink 182’s song “What’s my age again?” where the protagonist’s supposed immaturity gets in the way of establishing a romantic relationship:

And that’s about the time she walked away from me
 Nobody likes you when you’re twenty-three
 And you still act like you’re in freshman year
 What the hell is wrong with me?
 My friends say I should act my age
 What’s my age again, what’s my age again?
 “What’s my age again?” Blink 182

The cult of childhood also allows for a certain type of male bonding (Tiger, 1969), a boyhood fraternity. This boyhood fraternity may be less articulated in song lyrics but is highly visible in band photos where the members posed with toys, dressed up as a football team or played bowling. The music and artwork included ironic and nostalgic references to 1970s early 80s pop culture such as heavy metal, video games and Star Wars. Indeed, this type of media related nostalgia has been described by Bolin (2016b) as “loss of childhood”-nostalgia that connects individual experience with those shared by a “media generation” (Bolin, 2016a; 2016b).

Male bonding has been a central part of hardcore punk since the beginning. The term “brotherhood” was a recurrent trope in the US hardcore of the 1980s, with a focus on strong social bonds and traditional masculine virtues of loyalty and self-sacrifice. Some examples of this are album titles such as Insted’s *Bonds of friendship* and DYS’ *Brotherhood*. In addition, betrayal and lost friends was a popular theme as well. This focus on brotherhood also traveled into the 1990s skatepunk, for instance the suitably titled song “Bro Hymn” by Pennywise:

Ever get the feeling you can't go on
Just remember whose side it is that you're on
You've got friends with you 'til the end
If you're ever in a tough situation
We'll be there with no hesitation
Brotherhood's our rule we cannot bend
"Bro Hymn" Pennywise

But where the hardcore punk of the 1980s expressed a violent machismo (e.g. Henry Rollins of Black Flag), skatepunk "brotherhood" were more like "boyhood". This boyhood fraternity could be interpreted as a masculine identity formed in opposition to the hyper masculinity of the athlete – in popular culture known as the jock – as well as to violent punks and skinheads. The fraternity becomes a protection against adulthood and responsibility but also against conflicting masculinities.

The song "Da Strike" by Millencolin provides an example of the mechanisms involved in this type of fraternity. Initially, the narrator describes a homo-social fraternity of "local bowlers" (bowling being a peaceful, "corny" leisure activity), where no girls are allowed:

we are just a couple of local bowlers hangin' out tonight leavin' all the girls behind.

So what's a girl compared to a perfect game I guess a lot
if you find the right one
if I had to choose between a bowl
and you I'm not tellin' you
you're taking it the wrong way
"Da Strike" Millencolin

Later in the song, however, we learn how the merry young bowlers are questioned by their peers in the bowling alley: "the way we bowl is cleaner than the other styles/ it's pro but they say we're doin' it the wrong way". So, the fraternity has not only excluded girls, they also distance themselves from other (assumedly male) bowlers. Still, this is no problem as they insist "we're doin' it our own way". Protected from girls and critics, the fraternity is a self-sustaining unit where it becomes possible to remain in opposition to society's expectations and responsibilities.

Male bonding in skatepunk culture thus allows for a type of infantile masculinity that effectively serves as a protection against adulthood and responsibilities. It uses childhood nostalgia and irony to safeguard its boundaries

against the adult world. But it is also a social bond that harbors certain sexual tensions that include sexuality as well as sexual identity. As was seen in “Da Strike”, it is important to keep the girls out.

Autoeroticism and anti-phallus

Homogeneous male groups such as sports teams or the military usually develop strong taboos and boundaries to the threat of homosexuality. This has been noted by a number of scholars (cf. Fundberg, 2003). The common method to meet this threat has traditionally been to construct a hyper-heterosexual masculine identity to perform outwards. But in the boyish fraternity of skatepunk, the female is a threat as she represents part of the mature adult world that the skatepunker is escaping. The solution here then is not so much to emphasize ones’ hetero-sexuality, but to turn to auto-sexuality. This can be exemplified by the Swedish band Satanic Surfers and their song “Dickweed” off of their 1994 EP *Keep out!*

You think you’re alone,
 You’re the only one who’s got those problems with yourself,
 cause you don’t know anyone else,
 who’s ever masturbated twice a day.
 You think you’re insane,
 because you think the thoughts you think every time you see a girl,
 you enter your dream world, you close your eyes and then you dream away.
 But let me tell you, it’s good and it’s ok,
 to masturbate everyday.
 “Dickweed” Satanic Surfers

Indeed, songs about masturbation have a long tradition in punk rock, perhaps The Buzzcocks were pioneers in the field. But, interestingly enough, we find the theme to be recurring in skatepunk. Perhaps, it could be related to a general praise of adolescence, but it might as well be infantile masculinity’s way of dealing with the threat of homosexuality. Another example from the same band:

I have a friend whose only joy in life
 Is to skate, surf, and flog his log
 That is all he wants to do
 And I think that’s really great
 But one day he had an accident
 They had to amputate his arms
 Guess if he was sad that day
 He can’t surf, he can’t skate

And he sure can't masturbate
 No more
 "Armless skater" Satanic Surfers

Related to this focus on autoeroticism is a fascination with pornography found in some parts of skatepunk culture. In the song "Lori Meyers" on NOFX's best-selling album *Punk in Drublic* (1994) the protagonist recognizes a childhood friend in a pornographic movie, and the cover of Blink 182's album *Enema of the State* feature adult cinema performer Janine Lindemulder. In dialogue with psychoanalytically influenced theories of sex and cinema Bolin (1995, p. 259) discusses how adolescent fascination with pornography is part of forming a masculine identity through public expressions of sexuality (they watch naked women, not men), and by subjective suppression of latent homosexual lust (see also Bolin 1999, p. 58). This sexual ambivalence has been observed by Troyer & Marchiselli (2005), who, in their exploration of "dude cinema" of the 1990s, note that: "the dude movie is fraught with homosocial anxieties: its heroes are confused adolescent homophobes, frightened of, yet also bent on escaping, parental control and fixated on the talismanic bodies of women" (p. 267).

Besides sexual anxiety, the adolescent dude in skatepunk culture is much preoccupied with penises (his own as well as others'), an interest that is equally noticeable in skate culture. Yochim (2010) discusses the role of an anti-phallic fetishization of the penis in the construction of an alternative masculinity in skate culture. Her examples include the fascination with violence towards genitalia as found in TV-shows such as *Jackass* and *Viva La Bam*. In contrast to traditional forms of phallos worship in hyper-masculinity (cf. "cock-rock"), the skate culture focuses on vulnerability and shame. What in Hirdman's (2007) analysis of the symbolic role of the phallus is described as the worst anxiety: the "defunct" penis is put on display. The most graphic example of this is the cover of the CD *Hardcore for the masses vol 2* (1994), a compilation released by Swedish label Burning Heart. It features a photo showing the severed penis of John Wayne Bobbit, who had made world-wide headlines in 1993 after his wife cut it off with a knife while he was asleep in bed. Less dramatic is Venerea's song "Little Billie John":

Oh no
 There's something wrong
 With little Billie John
 Nowadays I can't seem to
 Ding-a-long-ling-long

My ding-a-long-ling-long
What's going on?
[...]
I've asked him
Time and time and time again
Tell me the reason
As to why you can't
Stand by your man
I offer you my hand
My right hand
"Little Billie John" Venerea

As with much of the lyrics previously presented, it is not clear whether this is an account that should be taken at face value or if it is supposed to be read as ironic. The seriousness and slightly desperate appeal is neutralized by the ridiculous euphemisms "Little Bille John" and "Ding-a-long-ling-long".

Sexuality and sexual identity are undoubtedly central aspects of masculinity, and in the infantile version of masculinity displayed in skatepunk culture this takes on an adolescent ambivalence and insecurity. This ambivalence is not only manifested in the thematic content but in the lyrical form as well: is difficult to distinguish between what are jokes and what are sincere concerns.

Concluding remarks

The aim with this chapter has been to explore how masculinity and sexual identity is represented and negotiated in the skatepunk culture, as it manifested itself while rising to mainstream popularity in the 1990s, with the purpose of contributing to theories about identity and subculture in late modernity.

The first research question addressed what type(s) of masculinity could be found in skatepunk culture, and how it is expressed. In my analysis of skatepunk culture I have identified a form of masculinity that rejects social norms of success and maturity but idealizes a state of prolonged adolescence, a rejection of maturity, and has associations with cultural stereotypes such as the dude or the slacker. Some of these themes are not exclusive to skatepunk culture but draws on subcultures associated with surfing and skateboarding as well as hardcore punk and "alternative" rock.

The second research question focused on sexuality and how sexual identity is expressed in skatepunk culture. Here, I showed how the idealization of

the “beta-male”, as described by Yochim (2010), includes an exaggeration of sexual insecurity and of exposed vulnerability (shaming, impotence), as well as auto eroticism. Again, this is closely connected to the infantile, adolescent persona. Part of this includes a certain element of male bonding wherein childishness is protected against the responsibilities and expectations from the adult world, as well as from the opposite sex.

The final question addressed the problem how 1990s skatepunk culture could be understood in relation to the concept of “masculinity in crisis”. As I have shown, the time in which skate punk culture rose to popularity, was a time when negotiations about masculinity held a central position in mainstream culture. Even though scholars have argued that the idea of “masculinity in crisis” actually represent a state of constant cultural negotiations, it seems that these negotiations take on an increased significance at certain times. Here skate punk culture is part of a wider pop cultural exploration of alternative masculinities in the 1990s: alternative rock introduced the slacker and loser as cultural heroes, and on the screen so-called “dude cinema” idealized self-centered under-achievers.

What message does the skatepunk culture from the 1990s send to our current negotiations and debates over masculinity? To some extent, masculine identity of the 2010s might be considered more inclusive than what was the case in the early 1990s – the efforts of LGBTQ-movements have contributed to a mainstream recognition that gender and sexual identity are not fixed entities. Still, as we approach the 2020s gender studies is under attack (the most recent case being how Central European University could not continue its operations in Hungary and transferred to Austria in 2018). In Jordan Peterson the 21th century has found its own Robert Bly, and among Peterson’s (in)famous “12 rules for life” (Peterson, 2018) we find instructions to clean your room and make your bed, advices that seem to be tailored for the slacker dude persona.

References

- Bernal, V. (1997). Colonial moral economy and the discipline of development: the Gezira scheme and “modern” Sudan. *Cultural Anthropology*, 12(4), 447–479.
- Bly, R. (1990). *Iron John: A Book about Men*. Shaftsbury.
- Bolin, G. & K. Lövgren (eds.) (1995) *Om unga män [On Young Men]*. Lund: Studentlitteratur.
- Bolin, G. (1994). Beware! Rubbish! Popular culture and strategies of distinction. *Young*, 2(1), 33–49.
- Bolin, G. (1995). It’s Nasty! In Bolin, G. & K. Lövgren (eds.) *Om unga män [On Young Men]*, (p. 240–262). Lund: Studentlitteratur.

- Bolin, G. (1998) *Filmbytare. Videovåld, kulturell production och unga män [Film Swappers: Video violence, cultural production and young men]*. Umeå: Boréa.
- Bolin, G. (1999). Producing cultures – The construction of forms and contents of contemporary youth cultures. *Young*, 7(1), 50–65.
- Bolin, G. (2016a). *Media generations: experience, identity and mediated social change*. Routledge.
- Bolin, G. (2016b). Passion and nostalgia in generational media experiences. *European Journal of Cultural Studies*, 19(3), 250–264.
- Butz, K. (2011). *Grinding California: Culture and Corporeality in American Skate Punk*. Transcript Verlag.
- Bäckström, Å. (2005) *Spår. Om brädsportkultur, informella läroprocesser och identitet. [Traces. On board sports culture, informal learning processes and identity]*. Diss. Stockholm University.
- Connell, R. W. (1993). The big picture: Masculinities in recent world history. *Theory and society*, 22(5), 597–623.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Berkeley: University of California Press.
- Dowd, T. J., Liddle, K., & Nelson, J. (2004). Music festivals as scenes: Examples from serious music, womyn's music, and skatepunk. *Music scenes: Local, translocal and virtual*, 149–167.
- Faludi, S. (1999). *Stiffed: the betrayal of the American man. (1. ed.)* New York: Morrow
- Frith, S. (1996). *Performing rites – Evaluating Popular Music*. New York: Oxford university press.
- Fundberg, J. (2003). *Kom igen, gubbar!: om pojkfotboll och maskuliniteter [Come on, lads! Boy's football and masculinities]*. Doctoral diss. Stockholm University.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: notes on the management of spoiled identity*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Heartfield, J. (2002). There is no masculinity crisis. *Genders*, 35(2).
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: the meaning of style*. London: Routledge.
- Hirdman, A. (2007). (In) Visibility and the Display of Gendered Desire: Masculinity in Mainstream Soft-and Hardcore Pornography. *NORA—Nordic Journal of Women's Studies*, 15(2–3), 158–171, Jeffords, S. (1994).
- Jeffords, Susan (1994). *Hard bodies: Hollywood masculinity in the Reagan era*. New Brunswick, N. J.: Rutgers University Press.
- Kimmel, M. (1987). *Changing men: New directions in the study of men and masculinity*. Sage Publications.
- Malin, B. J. (2005). *American masculinity under Clinton: popular media and the nineties "crisis of masculinity"*. New York: Peter Lang.
- Moore, R. (2009). *Sells like teen spirit: music, youth culture, and social crisis*. New York: New York University Press.
- Moss, M.H. (2011). *The media and the models of masculinity*. Lanham, Md.: Lexington Books.
- Muggleton, D. & Weinzierl, R. (2003) *The Post-Subcultural Reader*, Berg, Oxford.
- Ozzl, D. (2013). "Can Pop Punk age Gracefully?" in *Noisey* June 3 2013. Url: https://noisey.vice.com/en_uk/article/rq3zpr/can-pop-punk-age-gracefully
- Peterson, J. B. (2018) *12 rules for life: an antidote for chaos*. London: Allen Lane.
- Phillipov, M. (2006) Haunted by the Spirit of '77: Punk Studies and the Persistence of Politics, *Continuum*, 20:3, 383–393, DOI: 10.1080/10304310600814326

- Roszak, T. (1995[1969]). *The making of a counter culture: reflections on the technocratic society and its youthful opposition*. (1. pbk. ed.) Berkeley: Univ. of California Press.
- Shildrick, T., & MacDonald, R. (2006). In defence of subculture: young people, leisure and social divisions. *Journal of youth studies*, 9(2), 125–140.
- Tiger, L. (1969). *Men in groups*. London: Nelson.
- Troyer, J. & C. Marchiselli (2005) “Slack, Slacker, Slackest: Homosocial Bonding Practices in Contemporary Dude Cinema” in Pomerance & Gateward (eds.) *Where The Boys Are: Cinemas of Masculinity and Youth*. Wayne State Univ. Press.
- Turner, G. (2003). *British cultural studies: an introduction*. (3. ed.) London: Routledge.
- Weyland, J. (2002). *The answer is never: a skateboarder’s history of the world*. (1st ed.) New York: Grove Press.
- Winwood, I. (2018). *Smash! Green Day, The Offspring, Bad Religion, NOFX, and the '90s Punk Explosion*. Da Capo! Press.
- Yochim, E. C. (2010). *Skate life: re-imagining white masculinity*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Is the 'field of power' really a field? Meditations on the reach of Bourdieu's field theory

NICK COULDRY

The field theory of leading French sociologist Pierre Bourdieu still exercises a powerful pull on debates in social theory. For researchers seeking to make sense of a new or historical domain of action, one of the main options is still to conceptualize its activities as happening within a field where distinctive types of capital are at stake which, are therefore open to certain actors and not others. If the researcher wants to go on to consider how economic forces affect that domain, a classic way of doing so is still to rely on Bourdieu's distinction between autonomy and heteronomy, that is, between domains (or parts of a domain) that are relatively autonomous of economic and commercial influence versus those that are shaped strongly by it. In communications research, field theory has been enthusiastically adopted in researching media production, alternative media production, and journalism, to give just a few examples.

There are also well-known problems with the theoretical framework offered by Bourdieu's field theory, whether, at the level of fields, because it gives too much weight to economic power's structuring role (Bolin 2011: 26-28), or whether, at a broader social level, because it exaggerates the degree to which action is structured in a competitive manner (Lahire 1999). There is also, as we shall see in more detail, the problem of whether structural influences can exclusively be explained by the dynamics of specific fields or whether room must be left for various types of cross- and inter-field effects (Couldry 2003). That said, field theory has few rivals as an overall account of how the structuring of social action in diverse and complex societies works. What if, however, we need to think more carefully about field theory's limits as a general model of the structuring of social action? What if, by recognising those limits, we can open up a path to grasping more precisely the distinctive, if uneven, role that media institutions play in the wider structuring of social meaning, opportunities and power. That is the topic I want to explore in this chapter.

In developing this argument, I am drawing on a key theme of many intense conversations that I have been lucky enough to have with Göran Bolin over the past 21 years. We met through a particularly fruitful partnership between Stockholm University's Department of Journalism Media

and Communication (JMK) and Goldsmiths, University of London's Department of Media and Communications, a partnership that was brokered by Johan Fornäs and David Morley. We were doing our PhDs at that time, both having had other work experience before finally settling on academic research. Within a terrific network, we quickly found that we shared a passion for the work of Pierre Bourdieu and for the task of adapting his concepts and frameworks to fit media realities that he had not necessarily anticipated. I can picture us now talking on a dark December afternoon in his office at JMK in 1997, when the partnership's generous funding had allowed me to spend a week in Stockholm exploring theoretical issues arising from my doctoral research, as I finalised its framework. His topic at the time was the amateur market for video production in Sweden, while mine was the attempts by UK citizens outside media institutions to get close to media power and to interact with, or even contest, it.

This was the first of many occasions when I found in Göran a rare interlocutor who combined acute sensitivity to the texture of his own and other's fieldwork data with a clear sense that seemingly abstract theoretical speculation could play a part in enriching our languages for interrogating that field data. Many opportunities for discussion followed through the Goldsmiths-JMK partnership, as each of us took on a faculty role within it; then at conferences, in professional collaborations to build our own networks, and within various edited collections. Göran is one of a very small group of people with whom I can move seamlessly from family and social talk to discussing the toughest intellectual challenges each of us is facing in our own research work. I particularly remember one conversation near the rocky height of Södermalm in Stockholm one Saturday (in 2011 or perhaps 2012) when we got into discussing my enthusiasm for Joseph Turow's recently published book *The Daily You* (Turow 2011), and its insights into the extraordinary changes going on in the marketing world. I also realised then that Göran had quietly, and with typical modesty, built his own formidable expertise about the dramatic shifts in the marketing and advertising industries. In the same conversation, I had to admit, I realised that Göran's knowledge of Marx's *Capital* was far more detailed than mine. Göran had just completed a masterly book *Value and the Media* which I will discuss more below.

Here, by way of thanks to Göran for 21 years of friendship and intellectual comradeship, I want to return to this debate and in particular to how, in that book he not only engages critically with my work on Bourdieu's field theory, but also seeks to go further in extending it as a way of understanding both communications and the wider social world.

The problem with field theory

The problem I want to confront in this essay is the problem that we left unresolved in that conversation in Södermalm a few years ago: how can, and how should, we conceive of the range of forces that, together or in competition with each other, shape the conditions under which specific fields operate? There is no question of challenging Bourdieu's basic idea, which he derived initially by imaginatively combining the insights of Max Weber on the differentiation of the social domain in large societies and Karl Marx on how influence is solidified as capital: the contention that, in many domains of activity (how many, which and where, Bourdieu always insisted was an open empirical question), people's actions are structured not by general forces that range across society as a whole, but by specific conditions and terms of competition distinctive to that domain. A key example for Bourdieu early on was the artistic or literary fields where specific types of people, with specific types of skill, compete for a specific type of capital, that is, reputation within, and only within, that field, as well, to varying degrees, competing for that field's resource and economic rewards.

Bourdieu from early on acknowledged that this could not be the only type of force which structures action in a particular domain. For, as Bolin explains, the various fields that characterize a society are themselves embedded in a wider 'field of power' which, in turn, is just part of 'national social space' (2011: 25). In some of his later work (Bourdieu 1996), Bourdieu went further and became interested in how exactly the wider 'field of power' operated: for the 'national social space' of France, Bourdieu discussed the very distinctive role of the French state in limiting and controlling access to the legal and practical resources which make organized action possible, for example licences for businesses to operate. Bourdieu places that, if you like, 'definitional' form of state power within the wider evolution of the French educational system and its special role in producing elite members of the state bureaucracy. In Bourdieu's discussions about his theoretical framework with Loïc Wacquant, Bourdieu is even more explicit, and formulates this type of influence in terms of the 'meta-capital' of the state, that is, its privileged ability to influence the terms on which capital is defined and so is able to affect the 'exchange rate' between fundamental types of capital, as it operates in specific fields (Bourdieu quoted in Wacquant 2003: 23).

In my own work (Couldry 2003, 2012, chapter 3), I had tried to develop these occasional signs from Bourdieu to address what I have already hinted

is a problem in field theory, from the perspective of communications research: its seeming inability to address the clear cross-field effects that media institutions, through their capacity to represent the social domain as a whole, has on that social domain, a power that Bourdieu in much earlier work might have described the ‘symbolic power’ of ‘constructing reality’ (1991: 166). My claim was that media institutions themselves could be understood to have a distinctive form of meta-capital over the terms of capital formation in individual fields. My formulation turned out to have resonances with educational sociologists interested in theorizing the role that media seemed to play, unexpectedly, in shaping how policy was formulated in the educational field (Rawolle and Lingard 2008). It is here that Göran’s and my conversations on Bourdieu and field theory entered our published work.

Göran was rightly not satisfied with my proposal. Picking up on the doubts hinted at in my 2003 article, he argued that the means by which media meta-capital takes effect remains not fully specified. His problem, I think, is not that I don’t offer an account of how something like media meta-capital might arise: that I do, referring to the gradual adoption of media-shaped definitions of reputation in a whole series of fields which, by that, become linked in implicit ways they were not linked before (2003: 669). His problem was the more subtle one that I had not provided an account of how media’s meta-capital might interact with other forms of meta-capital that we could imagine at work in social space: obviously that of the state, since it was the state’s meta-capital that prompted the idea that media might have a similar type of asset, but possibly also the meta-capital of corporations and possibly other types of meta-capital also, for example, he suggests, educational institutions (2011: 31). I had indeed left that point unresolved and if I am honest did not make much progress in resolving it in a later attempt, published after Göran’s critique (Couldry 2012: chapter 6). Clearly, no such resolution is on offer from Bourdieu’s own work, since he did not envisage there being multiple types of meta-capital: in so far as there is evidence in the work of Bourdieu and his followers for extending the meta-capital concept, it came from the existence of otherwise unresolved problems with field theory when applied to explain the workings of media operations across social space.

There is no doubt that Bolin here had asked a crucial question whose resolution might advance field theory significantly, and help us understand better the wider gravitational forces which shape the relations between society’s many fields. But where might the answers lie?

Bolin's proposal for extending field theory

Bolin's own answer to that question lies with a new formalization in the spirit of field theory itself, which focusses less on the question of meta-capital (though that is implied) as on a pluralization of the notion of 'field of power'. In a diagram he depicts four rival fields of power (cultural, economic, political and educational/academic) (2011: 31). This type of solution appears influenced by his recognition of Bourdieu's own appreciation of what Bolin calls the 'relational character of value' (2011: 42).

So, is this the solution we need to conceptualize the multiple forces which might, in the background, be shaping the operations of a society's many fields of power? I have a number of doubts.

The following points against Bolin's new model, and indeed that model itself, might seem to be an arcane debate between two scholars on the minutiae of Bourdieu's theory. Actually however, they point to a crucial, if neglected, issue which has been largely buried under the general acceptance of Bourdieu's field theory as a working model for understanding order within social differentiation in highly complex societies: the question of whether field theory can provide a total model of how social space is structured, or at best only a more limited model of how certain types of resource competition are configured in the spaces Bourdieu calls 'fields'.¹

First, doesn't this more complex model of the 'field of power' risk reproducing at the more abstract (but also more broadly influential) level of the 'field of power' the open-ended diversity of fields themselves, whose unruliness the concept of meta-capital was in part proposed to manage? While I would agree that there are at least three credible forms of meta-capital – state, media and corporate – I am sceptical, at least for the UK, whether educational institutions have a similar power. On the contrary, I would argue that it is the educational field that appears transformed by media meta-capital. Transposing educational influence to the level of the 'field of power' would obscure this form of influence.

Second, Bolin (2011: 29) argues against my own account of media meta-capital, that media institutions, however influential in symbolic terms, cannot exercise the sort of force that a state can: they cannot literally make a business unable to operate legally, or a medical operation unable to be performed legally. That is certainly true, but the same argument could be extended to corporate (or economic) meta-capital and educational or academic

¹ For an exception see Lahire (1999).

meta-capital. Bolin therefore appears, on reflection, to accept that meta-capital (or whatever we should go on calling the influence that ‘fields of power’ are able to exercise on ‘fields’) can take various forms whose diversity does not negate their structural impact within this proposed extension of Bourdieu’s model of social space.

Third, and building on this last point, could this acknowledgment of the diverse forms of influence that ‘fields of power’ can exercise over fields undermine the term ‘field of power’ itself? Arguably this was a problem already lurking in my own argument which Bolin himself grasped in his initial critique. Could it be argued that the strength of the notion of the ‘field of power’ is that there is only one such domain, and it is there where definitional issues in society (including definition of what counts as capital) are sorted out for all specific fields of competition? Certainly, this was Bourdieu’s conception of the singular and privileged meta-capital of the state. More on this point in a moment.

An alternative way of conceiving (and solving?) the problem

Arguably however this last issue points not to a problem with the notion of multiple forms of meta-capital, but instead to a problem with even conceiving the higher space above specific fields as a field at all. What if it is something actually rather messier? Bourdieu himself writes of a ‘site of struggles’ over definitional power (Bourdieu quoted in Wacquant 2003: 42). I myself in a later essay (2014: 235) raised the possibility that the ‘field of power’ is ‘arguably not best understood as a field of competition’. What if, instead of a field, we conceived of the domain Bourdieu calls ‘the field of power’ as a space where an open (not fully defined or closed) set of institutions can engage in competition over definitional power with reference to a particular society, or maybe with reference to multiple societies (thinking of the global definitional valence of institutions like the United Nations in its Charters of Human Rights)?

True, this would limit significantly the explanatory scope of the concept of ‘field’ offered by the ‘field model’, but then, as both Göran and I agree, the concept of ‘field of power’ was under-developed in Bourdieu. In any case Bourdieu always allowed for an even larger ‘national social space’ that was not field-like, just a general space of force and influence.

The advantage, however, of retaining the term ‘field’ only at the level, as Bourdieu originally intended, of domains where empirically it can be established that there are regular forms of competition for distinctive forms of capital by distinctive types of actors is that it allows us to admit what the

empirical reality of institutional struggles in today's complex mediatized societies compels us to acknowledge: that, at the level of deeper (or higher?) definitional struggles, there is no structured form of competition on a par with competition over capital in specific fields. Instead there is just ongoing struggle, without necessary solution, between multiple institutional attempts to define the reality that is at stake in the rest of society.

What is particularly interesting is that this less structured way of thinking about the work of definitional power in society mirrors exactly what one leading, and for a long time highly critical, ex-collaborator of Pierre Bourdieu, Luc Boltanski, sees as precisely the reality of contemporary societies. In his book *On Critique*, Boltanski argues that there are multiple possible realities, but that in any particular society and time, particular forces come together successfully to impose their definitions and categories, and so ensure that a certain type of social order is in force, a certain way of things 'hanging together'. They do so through what Boltanski calls a process of delegating influence over 'the whatness of what is' (2011: 56).

As a proposal, this is interesting, but of course, as with much of this discussion, it remains abstract. Boltanski's actual example of such definitional power are the law. He does not even think of media. I have argued (2012: 60-65; Couldry and Hepp 2016: 25-26) that his model of an underlying definitional level of social conflict cries out to be applied to media institutions too. As battles over 'fake news' and the definitional power of platforms continue to rage, that point has surely only been reinforced in the past 5 years.

Maybe an unstructured space of competition over wider definitional power (in which the state can no longer be assured that its definitions trump all other forms of definitional power) captures exactly the uncertain relations between state and market, bureaucratic and corporate power, in the age of social media platforms, some of which operate on a scale larger than many nation-states and national governments. If so, the term 'field of power' would have lost its usefulness, except in so far as it points to a plane of competition that can no longer be understood as a 'field'! A field of power that is not actually a field, but whose competitive outcomes still have consequences for the operations of all domains in society which are fields.

Within this looser 'model', there would no longer be a problem with acknowledging the heterogeneity of multiple types of definitional power – for example, that of Facebook and Google versus that of the German or French state. Arguably the Chinese state – which has sponsored its own social media platforms to grow up and supplant Western rivals already operates within this ambiguous space of competing definitional power although it seeks to

retain control of it. All these forms of definitional power would have the capacity for symbolic violence, as Bourdieu (1990) called it. But there would be important differences too, with media as the least able, and the state as the most able, to construct the practical conditions of operation for various types of entity. This latter type of ‘definitional power’ is of particular importance. It is, in effect, a constructive power, a power to build social reality that emerges from high concentrations of symbolic power. Platforms – in their ambiguous double role of infrastructures (Plantin et al. 2016) – have this new ‘constructive’ type of power: working of course through symbolic means, but also through the quasi-force that platform engineering has on the possibilities of social action. I have been exploring this type of force in recent work on data (Couldry and Mejias forthcoming 2019), but it remains highly contestable and certainly not capable of automatically trumping all other forms of ‘meta-capital’.²

Conclusion

By continuing my long conversation with Göran Bolin about the terms on which Pierre Bourdieu’s field theory can be made useful for increasingly mediatized societies, I have tried in this essay to achieve something broader: to clarify the limits of field theory as a general model of social structuring, and so, under conditions of considerable public and social upheaval due to processes of datafication etc (Van Dijck, Poell and de Waal 2018), to both preserve its usefulness where field-like competition genuinely goes on and open the way to a more plausible and varied account of the more unruly forces which, in the background, are competing to shape the conditions under which structured fields of competition can operate at all.

The result is to present field theory as a more ‘local’ theory than we might previously have assumed, while confirming its continued usefulness even in times of social and institutional upheaval. In doing so, new opportunities for understanding the scope of mediatization as a concept may also be emerging. Mediatization would be a process at work not only across all fields (and to that extent limited, in its specificity, by their particular modes and rules of competition), but also a process on the largest scale that involves multiple forces, not all of them media-driven, competing for the ability to define, in Boltanski’s phrase, the ‘whatness of what is’. This would mean expanding the

² I remain incidentally sceptical whether, for the UK at least, educational institutions can be counted as having definitional power on this level, and that might be a continuing debate between Göran and myself. There are likely to be national differences here.

scope of mediatization as an explanatory concept, while recognising as with field theory its necessary limits.

Göran and I will, I suspect, need to go on debating these issues for many more years if we are to unpack all their implications, a conversation in which I hope many others will want to join. I sincerely thank Göran for the friendship that has made these conversations possible.

References

- Bolin, G. (2011) *Value and the Media*. Aldershot: Ashgate.
- Boltanski, L. (2011) *On Critique*. Cambridge, MA: Polity.
- Bourdieu, P. (1991) *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, P. (1996) *The State Nobility*. Cambridge Polity.
- Couldry, N. (2003) 'Media Meta-Capital: Extending the Range of Bourdieu's Field Theory'. *Theory and Society*, 32(5/6): 653-677.
- Couldry, N. (2012) *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Oxford: Polity.
- Couldry, N. (2014) 'Mediatization and the Future of Field Theory' in K. Lundby (ed.) *Mediatization of Communication*. Berlin: De Gruyter, 227-245.
- Couldry, N. And Mejias, U. (forthcomign 2019) *The Costs of Connection*. Stanford: Stanford University Press.
- Lahire, B. (1999) 'Champ, Hors-champ, Contre-champ' In B. Lahire (ed) *Le Travail Sociologique de Pierre Bourdieu – Dettes et Critiques* Paris: La Découverte/ Poche.
- Plantin, Jean-Christophe, Carl Lagoze, Paul Edwards, Christian Sandvig (2016) 'Infrastructure Studies meet Platform Studies in the age of Google and Facebook' *New Media & Society* 20(1): 293-310.
- Rawolle, S and Lingard, B. (2008) 'The Sociology of Pierre Bourdieu and researching education policy', *Journal of Education Policy* 23(6): 729-740.
- Turow, Joseph (2011) *The Daily You*. New Haven: Yale University Press.
- Van Dijck, J., Poell, T. and de Waal, M. (2018) *The Platform Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Wacquant, L. (2003) 'On The Tracks of Symbolic Power: Prefatory Notes to Bourdieu's "State Nobility"', *Theory, Culture and Society*, 10(3): 1-17.

Journalistik och underhållning till döds. Vem är skyldig till (för)skjutningarna på fältet?

PATRIK ÅKER

En vanlig tanke är att journalistiken fyller en viktig funktion i upprätthållandet av ett väl fungerande demokratiskt samhälle (McChesney & Picard 2011). Samhällen uppstår och utvecklas genom kommunikation och journalistiken ska vara en garant för kvalitén på samhällskommunikationen. Sedan åtminstone 1980-talet har det såväl inom medieforskningen som journalistiken funnits en uppfattning om att journalistiken inte längre fyller sin funktion. Det har också funnits en samsyn bland forskare och journalister om vad som är det övervägande problemet – kommersialiseringen av medielandskapet (se exempelvis McManus 1994). Kommersiella hänsyn har fått ta över publicistiska ideal, det leder till likriktning och alltmer underhållning som hotar journalistiken, förstådd som en tredje statsmakt och en förutsättning för demokratin. Hotet mot journalistiken består i att även seriös rapportering tenderar att presenteras på ett underhållande, dramatiserande sätt – vad som brukar kallas ”Infotainment” – som inte har något annat syfte än att just underhålla mottagaren.

Denna samstämmighet fick Göran att för några år sedan skriva en artikel som gick i polemik mot den dominerande uppfattningen (Bolin 2014). Han menar istället att det troligtvis förhåller sig tvärtom, att det är journalistiken som invaderar underhållningen. Han visar i sin text på hur det kan förstås utifrån Bourdieus fältteori, och då främst hur Bourdieu utvecklar detta i *The Field of Cultural Production* (1993) och *Konstens regler* (2000) och inte i den bok han senare skrev om televisionen (1996/2000). Utifrån fältteorin kan förklaringar till journalistikens förändring och utbredning sökas i hur den blir en alltmer oberoende och självständig kraft i samhället. Som evidens för hur den svenska journalistiken blir alltmer autonom lyfter Göran fram tre aspekter: 1) journalisternas bakgrund och utbildning, 2) de metoder som används av yrkeskåren, 3) hur journalistiken växer fram som en samhällsinstitution.

Den första punkten kan utifrån Görans text sammanfattas på följande sätt. Fram till åtminstone 1960-talet var det vanligt att de som arbetade med journalistik i press, radio och TV kom från andra samhällsområden och hade akademisk utbildning eller erfarenhet från politik, juridik, ekonomi och så

vidare. Under den senare delen av 1900-talet blir detta alltmer ovanligt. Journalistutbildningar drar igång vid otaliga universitet och högskolor och idag har vi en överproduktion av journalister. De måste ta vägen någonstans, de renodlade journalistrollerna räcker inte till. Enligt Göran leder det till en ökad diversifiering av journalistiken, vad han kallar ”hyperjournalistik” där journalister gör väldigt många olika saker och även verkar på andra områden inom medierna och medieproduktionen.

När det gäller de metoder journalister använder sig av lyfter Göran fram att intervjun är central för uppkomsten av ett autonomt journalistiskt fält. Tidigare, återigen fram till 1960-talet, använde olika makthavare och aktörer journalistiken och medierna som en arena där de gjorde sina utspel och fick stå mer eller mindre oemotsagda. I takt med att intervjuandet blir en alltmer central journalistisk praktik leder det till att journalisterna kan styra samtalen i högre grad och fokusera på det som anses journalistiskt viktigast. I anslutning till en mer aktiv journalistik växer också debatt- och underhållningsprogram fram, där det är journalisterna som har ordet, och aktörer utanför medierna, exempelvis politiker, tvingas underordna sig programledarens intentioner.

Slutligen lyfter Göran fram institutionaliseringsprocesser som avgörande för att journalistiken får en central funktion i 1900-talssamhället. Här återfinns etableringen av, ovan nämnda, utbildningar där den journalistiska doxan etableras och lärs ut – alltså kärnan i vad som menas med god journalistik. Därutöver bildas olika intresseföreningar för journalister där praktiken diskuteras och etableras. Tillsammans leder dessa utbildningar, föreningar och organisationer till en institutionalisering av journalistiken, en process som också innefattar erkännandet av vissa värden. Över tid har det inneburit en förflyttning gällande journalistikens syfte – från att vidareföra information till undersökande journalistik som har som mål att avslöja missförhållanden. Detta förhållningssätt kommer också att alltmer präglade dem som arbetar inom andra områden inom medieproduktionen än det rent nyhetsjournalistiska, eftersom dessa medieproducenter också skolats i den journalistiska doxan.

Televisionen pekats ut

I den forskning som Göran polemiserar mot är det den kommersiella televisionen som har pekats ut som den främsta anledningen till att journalistiken reduceras till underhållning. Ur en svensk kontext med en stark public service-tradition och sent tillkomna kommersiella kanaler går det dock att se en integrering av journalistik och underhållning som går längre tillbaka i

tiden. I forskningen om journalistik finns det således en tendens att överbetona de kommersiella villkoren på bekostnad av andra faktorer. Enligt Görans tenderar även Bourdieu i sin bok om televisionen och det journalistiska fältet (1996/2000) att i vissa resonemang falla in i den förklaringsmodellen. En annan inte helt klar distinktion i Bourdieus bok är relationen mellan televisionen som medium och journalistikens förflackning. Om integrering av underhållning och journalistik har en längre historia än kommersialiseringen av det svenska TV-landskapet kan kanske förklaringen sökas i själva mediets egenskaper?

En medieforskare som uppmärksammar televisionens påverkan på bland annat nyheter och kan bidra med ytterligare en förklaringsmodell till journalistikens integrering med underhållning – vid sidan av kommersialiseringstesens och Görans betoning av framväxten av ett journalistiskt fält – är Neil Postman och dennes klassiker *Underhållning till döds* (1985). Postman tar utgångspunkt i två skönlitterära dystopiska framtidskildringar, Aldous Huxleys *Du sköna nya värld* och George Orwells *1984*, och menar att det är Huxley som har fått rätt. Där Orwell lyfte fram att hotet mot ett fungerande offentligt samtal kom från den auktoritära staten menade istället Huxley att den verkliga faran utgjordes av kapitalismen i samspel med teknologins utveckling. Det kan tyckas ligga nära kommersialiseringstesens men Postman fokuserar istället på själva mediet, formen för kommunikationen, som avgörande för ett samhälle som låter sig berusas av trivialiteter. Han skriver väldigt lite om profit och marknadsanpassning som avgörande drivkrafter. Huvudslutsatsen är dock densamma som hos dem som präglas av ”infotainmentradslan” – det offentliga samtalet förtvinar när det reduceras till underhållning och det är en allvarlig fara för demokratin (kan i slutändan leda till dess undergång). Hos Postman är det TV-mediet som är problemet, det går inte att föra ett komplext, nyanserat och välargumenterat resonemang i TV. För Postman är det allvarligt eftersom han menar att televisionen har blivit den samtida amerikanska kulturens dominerande kommunikationsteknologi. Som sådan kommer den att påverka alla andra medier – press, radio, boken. Resonemanget om vad som är utmärkande för televisionen är förvillande likt hur Bourdieu argumenterar i inledningen till sin bok *Om televisionen* (1996/2000).

Såväl Görans som Postmans angreppssätt är att historisera journalistiken (även om just begreppet journalistik inte är fokus i Postmans bok så handlar större delen av texten om spridningen av information och nyheter och hur formen för detta har förändrats med nya kommunikationsteknologier). Genom att göra det kan de båda problematisera tesen om kommersialiseringen

av journalistiken, men på olika grunder. Där Göran gör det genom att vända sig till journalistikens utveckling mot ett delfält inom medieproduktionen, gör Postman det genom att uppmärksamma mediet. Hos Postman är det inte främst medieorganisationernas vinstintresse eller journalisters sökande efter det populära som är avgörande för journalistikens utveckling utan den beror istället på att själva mediet underlättar en viss typ av kommunikation och försvårar andra former. Det tryckta ordet privilegierar det linjära och analytiska, och texter bygger på att involvera mottagaren som ska förstå och låta sig övertygas av de bästa argumenten. Detta är för Postman grunden i en seriös och rationell offentlig kommunikation. Den har konsekvenser för dem som deltar och manar till handling.

Postman menar att förfallet inträder redan med pennypressen på 1830-talet i Amerika (vilket är samma exempel som Schudson (1978) använder som ett tidigt uttryck för den moderna pressens framväxt!). För Postman utmärks dessa tidningar inte i första hand av information som är användbar för mottagaren utan istället betraktades samhället, så att säga, utifrån; pennypressen gjorde världen till ett spektakel. Detta förstärks sedan genom fotografiet och telegrafan. Telegrafan gör nyheter till en vara som fragmentariserar världen genom sin avkontextualiserade information (korta meddelanden som inte placeras i något större sammanhang). Fotografiet erbjuder likaledes inget sammanhang utan visar bara att detta har hänt. Därutöver bygger fotografiet för Postman på att väcka känslor, inte att mottagaren ska använda sitt förnuft och förstå vad som kommuniceras. Vi ska inte längre förstå vad vi ser (vilket är det tryckta ordets epistemologi) utan istället är det vi ser grunden för vårt vetande. Dessa medieteknologiska utvecklingar förebådar televisionen där dessa tendenser slår ut i full blom.

Således, för Postman erbjuder televisionen en form av kommunikation som tenderar att privilegiera meddelanden som inte placeras i ett mer övergripande sammanhang eller ges en historisk förankring, som inte bygger på kontinuitet utan kastar mottagaren mellan olika händelser, som inte har några konsekvenser för mottagaren, och där förenklingar tjänar till att underhålla snarare än informera. Reklamens förändring är ett exempel Postman lyfter fram som kan kasta ljus över att det inte är kommersialiseringen av medierna i sig som bär skulden till förändringarna. När det tryckta ordet var den dominerande kommunikationsformen försökte annonsörerna övertyga konsumenten med välgrundade argument (riktade sig till förnuftet) medan det i TV-åldern istället är känslor och identifiering (så kallad livsstilsreklam) som används för att påverka mottagaren.

Journalistikens integrering med underhållning kan således förstås utifrån åtminstone tre olika perspektiv. Ett företräder Postman där det främst är TV-mediets egenskaper som leder till att nyheter framställs på ett underhållande sätt. Ett annat är det Göran benämner ”kommersialiseringstesens” där profit och marknadsanpassning ses som den övergripande orsaken till att journalistik inte kan särskiljas från underhållning. Ett tredje perspektiv är Görans tillämpning av fältteorin där journalister och ett journalistiskt tänkande flyttar in i andra former av medieproduktioner, exempelvis underhållningsprogram. För Göran är det inte fråga om att utreda huruvida journalistiken har försämrats eller inte utan snarare hur föreställningar om god journalistik kommer till uttryck och förändrar olika former av medieproduktion. I den tidigare forskningen har televisionen tjänat som det primära exemplet på symbiosen mellan journalistik och underhållning. Eftersom det journalistiska fältet inte är bundet till en specifik medieteknologi, att kommersialiseringen gäller alla medier och att medierna remedierar varandra, vill den här texten istället pröva dessa tankar på ett annat medium.

Nordic noir och journalister som löser mordfall

Ett samtida fenomen som på ett bokstavligt sätt kan kopplas samman med ”underhållning till döds” är vad som har kommit att kallas *Nordic noir*, en specifik subgenre inom kriminallitteraturen. Bland beröringspunkterna kan nämnas att i böckerna av några av de mer framträdande svenska företrädarna – Stieg Larsson, David Lagercrantz, Liza Marklund, och i viss mån Mari Ljungstedt – är protagonisten en journalist. De nämnda författarna har även en bakgrund och lång erfarenhet av att vara journalister. Dessutom har dessa försäljningsmässigt framgångsrika bokserier tjänat som förlagor till både film och TV. Böckerna aktualiserar därför gamla mediers överlevnad och fortsatta relevans i ett nytt medielandskap. Postmans tanke om att det inte är censur av böcker (utifrån Orwell) som kommer att prägla samhällen utan istället att vi slutar läsa böcker (utifrån Huxley) verkar inte stämma. Samtidigt kan denna kriminallitteratur sägas synliggöra Postmans tes om hur underhållning blir samhällets dominerande kommunikationsform och att böckerna är enkel förströelse som inte kräver något av sina läsare. Böckerna kan också indikera att det har hänt något med journalistiken. Steget mellan att vara journalist till att skriva underhållningslitteratur förefaller relativt kort. Utifrån Postman går det att förstå som att journalisterna redan är vana vid själva formen. Med hjälp av kommersialiseringstesens kan det vidare förklaras genom att journalistiken och journalisterna söker sig till kommersiellt gångbara former och

att renodlat kommersiella verksamheter inte upplevs inkräkta på den journalistiska integriteten. Appliceras istället fältteorin kan denna kriminallitteratur ses som ett exempel på hur journalistiken breder ut sig och tar över andra områden. Även om det finns flera exempel på journalister som sedan den moderna pressens genombrott på 1800-talet har ägnat sig åt författande av underhållningslitteratur så har det intensifierats de senaste decennierna.

Fenomenet är intressant i sig men den här texten vill i fortsättningen rikta uppmärksamheten mot vad själva innehållet i dessa böcker säger om journalistik och hur det kan förstås utifrån de tre ovan introducerade perspektiven. Historier om brott faller ju under den kategori av nyhetshändelser som har haft en central plats i den så kallade sensationspressen/tabloider med sitt fokus på känslor och dramatiserade berättelser. Det är en rörelse mot denna typ av underhållande berättelser inom alla former av journalistik som Postman och ”kommersialiseringstesens” söker förklaringar till. I den forskningen är det oftast det politiska samtalet som står i fokus. Genom att istället vända sig till ett område som brukar kopplas till journalistikens förflockning blir det utifrån Postman relevant att undersöka om böckerna kan förstås som ett erkännande av en mer underhållande form av berättande och om vad som räknas som bra journalistik kopplas till olika medieteknologier. Det är trots allt inte oviktigt att det handlar om böcker och det tryckta ordet, och att det kan problematisera TV:s och (nu också) digitala mediers dominans. Kommersialiseringstesens ligger nära den journalistiska ideologin om att vara en tredje statsmakt och därigenom en förutsättning för demokratins fortlevnad. Att visa sitt oberoende gentemot kommersiella intressen är viktigt för att vinna förtroende från allmänheten. Som Ekecrantz & Olsson (1994) har lyft fram har den reklam- och prenumerantfinansierade journalistiken själv varit noga med att tona ner att det i grunden handlar om en kommersiell verksamhet där den journalistiska produkten är en vara som ska säljas både till nyhetskonsumenter och annonsörer. Författarna av den kriminallitteratur som är aktuell i den här texten har alla förflutet som journalister, de har studerat vid olika journalistikutbildningar (förutom Stieg Larsson som själv arbetade sig upp inom journalistiken) och är tränade i den journalistiska självförståelsen. Det gör det relevant att undersöka om problemet med de kommersiella villkoren reproduceras som ett sätt att förstå journalistikens eventuella förflockning. Med hjälp av fältteorin blir det istället möjligt att undersöka hur journalistikens autonomi kommer till uttryck genom att uppmärksamma vilka journalistiska metoder som premieras, hur styrkeförhållandet mellan journalister och andra aktörer som använder medierna som

arena återges, samt vilka journalistiska värden som får erkännande i den fiktiva världen och hur de kan sättas i samband med föreställningar om olika medieteknologier och syn på journalistikens kommersiella villkor.

Det material som ligger till grund för iakttagelserna nedan är den första och den senaste boken i tre olika bokserier. Valet av böcker täcker in de senaste 20 åren och den första boken i respektive serie antas sätta tonen och introducera protagonistens journalistiska ambition och den senaste boken är inkluderad för att få en så uppdaterad inblick i den fiktiva journalistiska världen som möjligt. De valda bokserierna är Stieg Larssons om den oberoende tidningen *Millenium* och journalisten Mikael Blomkvist (här har Larsson skrivit den första boken medan den senaste är författad av David Lagercrantz), Liza Marklunds böcker om kvällstidningsjournalisten Annika Bengtzon, och Mari Jungstedts deckare där TV-journalisten Johan Berg är en av bokseriens protagonister (se lista över inkluderade böcker under Referenser). I närmandet till böckerna har kriminalgenrens form varit vägledande. Det handlar om att uppmärksamma vilka metoder journalisthjältarna använder för att samla in information om brottet och att undersöka hur synliggörandet och värderandet av information kring utredningen av brottet kommer till uttryck – alltså vilken roll journalistiken och medierna spelar som arena för det offentliga samtalet. Slutligen, hur själva lösningen av brottet pekar på brister och tillkortakommanden inom journalistiken men också hur återupprättandet av ordningen kan synliggöra erkännandet av vissa journalistiska värden.

Journalister som inte flyr fältet

Journalisterna i de valda deckarna visar alla prov på en aktiv uppsökande journalistik där de inte nöjer sig med att förmedla olika utsagor utan intervjun blir ett centralt verktyg för att hitta underliggande sanningar om brottet. Dessa intervjuer ska ske på journalistens villkor, de gånger den intervjuade upplevs ta initiativet beskrivs som besynnerliga (som en alltför publicitetshungrig före detta flickvän till en av de mördade i Jungstedts *Det andra ansiktet*) eller som direkt farliga (när Annika Bengtzon hålls fången av mördaren i slutet av Marklunds *Sprängaren* och genom hot ska förmåsa att skriva det mördaren vill ha sagt). Annika Bengtzon förklarar också att hon använder intervjun som redskap för att ge mer rättvisande beskrivningar och kunna ställa relevanta frågor i det fortsatta arbetet. För reportern Mikael Blomkvist paras också intervjun som verktyg med grävande i olika arkiv och information han får, på ett inte alla gånger helt lagligt sätt, från sin medhjälpare, datahackern Lisbeth Salander. Både Bengtzon och Blomkvist är uttryck för

en aktiv journalistroll i linje med fältteorin. Graden av aktiv journalistik kan dock problematiseras genom det sätt TV-reportern Johan Berg i Jungstedts böcker använder sig av intervjuer. Han har en mycket mer förmedlande hållning till information jämfört med de två andra protagonisterna. Berg arbetar som lokalreporter på SVT och är inte den som löser brotten utan istället blir han indragen i dem, främst på ett personligt plan, genom oförutsedda omständigheter. Arbetet framställs som väldigt rutinartat och det framkommer inga tankar om vad TV-journalistiken kan bidra med. Därigenom representerar han också en mindre autonom journalistik.

En lägre grad av autonomi synliggörs också i den maktkamp som utspelar sig mellan reportern Berg och bokseriens verkliga protagonist, poliskommissarien Anders Knutas. I Jungstedts *Den du inte ser* upplever polisen Knutas att SVT rapporterar alldeles för ingående kring det pågående fallet och ringer upp reportern för att få reda på vem som läcker uppgifter till honom. Reporter Berg hänvisar då till källskyddet men polisens önskan om mer återhållsamhet från medierna kommer att hörsammas längre fram i boken och även om kommissarien irriterar sig på medierna genom hela boken så finns det åtminstone ett långt gående samförstånd mellan honom och bokens journalisthjärte. Det dominerande perspektivet i Jungstedts böcker är hur polisen ska tackla medierna och så s vinna över dem på sin sida. Det aktualiserar mediernas funktion som arena för att synliggöra hur arbetet med att lösa brottet fortskrider. Vid sidan av enskilda kontakter med journalister är ett sätt för polisen att nå ut att arrangera presskonferenser. För kommissarien i Jungstedts roman *Den du inte ser* är det mest ett nödvändigt tvång, något som måste göras men mest är ett hinder i polisarbetet. Från journalisternas sida blir presskonferenserna ett sätt att få viss information bekräftad och citat för artiklar och sändningar. Det är inte händelser där de får veta något nytt. Liknande är det med presstalespersoner hos polisen, vilka Marklunds och Jungstedts protagonister försöker fly som pesten, de har inget att säga överhuvudtaget. Även detta kan ses som ett uttryck för en autonom journalistik. När medierna som arena upplevs styras av aktörer utanför journalistiken utvecklas olika taktiker som ska bibehålla det journalistiska initiativet. När journalisten själv har initiativet, som hos Marklund och hennes journalisthjärtinna Bengtzon, är medierna som arena helt central för att driva handlingen framåt och nå en lösning av brottet. Mycket möda från journalisten läggs på att bygga upp ett förtroende hos enskilda poliser för att vara först med nyheter rörande brottet. Saker som Bengtzon sedan skriver frammanar vissa handlingar hos böckernas mördare och personer hon möter vill på olika sätt utnyttja medierna som arena för sina intressen. Vid ett tillfälle

får även Bengtzon tillgång till en polisutredning för att poliserna har kört fast och hoppas att hon kan komma vidare i fallet. Det kan ställas i kontrast till böckerna av Larsson/Lagercrantz där medierna som arena inte får någon funktion under själva arbetet med brottet. Journalisten Blomkvist arbetar som en klassisk detektiv med sitt fall (här finns det ingen polis att förhålla sig till eftersom de inte arbetar med fallen) och det är först vid berättelsernas upplösning som publicering blir aktuell.

Gemensamt för journalishjältarna i böckerna är att de arbetar ute på fältet, blir indragna i historien och på olika sätt utsatta för mördaren. Det är en konkretisering av Postmans tanke att kommunikation ska ha konsekvenser för dem som deltar och mana till handling. Däremot involverar det på det direkta planet inte fler än journalisten, möjligtvis redaktionen, och mördaren. Marklunds journalist, som arbetar på den fiktiva tidningen *Kvällspresen*, menar dock att kriminaljournalistiken har en demokratisk funktion. Hon ägnar mycket tid åt att försvara kvällstidningsjournalistiken och omkullkasta stereotypa föreställningar om den som sensationslysten, enbart inriktad på skvaller och lösa rykten (alltså det som förknippas med infotainment). När Bengtzon själv blir utsatt för en sensationslysten fotojournalist i samband med att hon blir frisläppt efter att hållits fången av mördaren reagerar hon genom att slå till personen. Att värna personers privatliv och den personliga integriteten är en dygd inom den kriminaljournalistik hon verkar för. För journalisten Bengtzon kan synen på kvällstidningar som oansvarstagande och inriktade på skvaller i hög grad förstås ur ett genusperspektiv där fokus på individen och det som kallas *human interest* är lägre värderat än journalistik som sysslar med politik och ”viktiga” samhällsfrågor. Det, vad Bengtzon kallar, ”Den Fina Morgontidningen” och ”moral-TV-branschen” fokuserar på. Detta kan förstås som ett försvar av en kommunikationsform som Postman menar utgör en fara för demokratin, ett försök att bemöta kritiken och visa att den är felaktig.

En kvällstidning, får läsaren veta genom Bengtzon, måste också våga ta ”risker”. Det ”risktagande” som nämns synliggör en mediekritik som hyllar en mer offensiv journalistik i linje med framväxten av ett autonomt fält. I den bok som Larsson har skrivit om Mikael Blomkvist, på den oberoende tidningen *Millenium*, finns en skarp kritik mot vad som uppfattas som den fege medieeliten där morgontidningarna och public service-medierna ingår. Det är alltså den mindre kommersiellt orienterade journalistiken som framstår som ett problem både för Blomkvist och Bengtzon. Den mer aktiva och offensiva journalistik som förespråkas innebär däremot inte att sanningen ska fram till vilket pris som helst. Det finns i böckerna flera exempel på hur

journalisterna väljer att inte publicera sådant de har fått veta med hänsyn till att personer kan ta skada av ett sådant offentliggörande. Det finns således lite stöd för den hållning som förespråkar ”konsekvensneutralitet” (Fichtelius 2008). Det skulle kunna tolkas som ett uttryck för en mindre autonom journalistik men det är inte resultat av påtryckningar från mäktiga intressen utanför journalistiken utan synliggör snarare ett journalistiskt fält som gör sina egna bedömningar. Sammantaget går det att förstå att det som framhålls är en journalistik som har en mer autonom ställning i relation till andra samhällsaktörer och intressen, journalisten Blomkvist talar exempelvis med visst förakt om ”statstelevisionen” (ett ordval som implicerar ett beroendeförhållande).

Att ta risker är också ett sätt att bryta mot likriktningen inom journalistiken, att alla följer varandra, som brukar förknippas med kommersialiseringen av medierna. Journalisten Blomkvist blir också själv utsatt för att medierna följer varandra när han råkar ut för ett mediedrev i samband med att han tilldöms ett fängelsestraff efter att ha pekat ut en person som kriminell utan tillräckliga belegg. Likformigheten inom journalistiken kopplas också till det dagliga rapporterandet med ständiga deadlines, det som TV-journalisten Berg ägnar sig åt vilket inte driver arbetet mot en lösning av brottet framåt. Det dagliga rapporterandet bygger också på förutsägbarhet och att nyheter konstrueras istället för att förmedlas. I en passage i Marklunds *Sprängaren* reflekterar Bengtzon kring journalistikens upptagenhet vid framtiden, att det aldrig finns tid för reflektion och utvärdering av det arbete som har gjorts. Detta kopplas inte explicit till journalistikens kommersiella villkor men i Marklunds böcker kämpar chefredaktören för kvällstidningen hela tiden med att möta ensidiga ekonomiska hänsyn genom att lyfta fram det publicistiska ansvaret och värna den undersökande journalistiken. I den sista boken får vi veta att tidningen *Kvällspresen* hela tiden har gått med vinst men trots det ska det göras omprioriteringar och personalnedskärningar – enligt chefredaktören förklätt till att möta det nya digitala medielandskapet – som han menar gör att det publicistiska får stryka på foten. Det är den avgörande anledningen till att chefredaktören avgår. Den oberoende tidningen *Millenium*, grundad av bokens protagonist Blomkvist, är ett resultat av viljan att stå utanför de ekonomiska villkor som omgärdar de kommersiella medierna. Det verkar löna sig, i den senaste boken berättas att tidskriften har god ekonomi till följd av Blomkvists avslöjanden. I Larssons *Män som hatar kvinnor* är också Blomkvists verkliga journalistiska ärende att utveckla ekonomijournalistiken som han menar bedrivs på ett väldigt okritiskt sätt och mer eller mindre fungerar som en megafon för olika intressen i affärsvärlden.

Det journalistiska arbete som följaktligen erkänns och belönas i böckerna är det undersökande reportaget, en form av journalistik som är tidskrävande. Bengtzon får i den sista boken *Järnblod* ta över rollen som kvällstidningens chefredaktör, vilket är det yttersta beviset på att hennes arbete är liktydigt med god journalistik. När utnämningen tillkännages berättar hon också att det hot mot papperstidningen som digitaliseringen har medfört ska mötas genom att lansera ett helgmagasin som satsar på längre texter där det ges möjligheter till fördjupningar i olika ämnen. Digitaliseringen förefaller uppfattas som en förlängning av TV-mediets, enligt Postman, fragmentariska och ytliga kommunikation som det tryckta ordet ska råda bot mot. En annan förkämpe för det undersökande reportaget, Blomkvist, får inte bara ett erkännande inom det journalistiska fältet utan uppmärksammas också i det omgivande samhället. I den senaste boken om journalisten Blomkvist, Lagercrantz *Mannen som sökte sin skugga*, är han så känd att det gör det svårt för honom att arbeta. Överallt känns han igen och de han möter blir nervösa och rädda för vad han kan gräva fram, eller så blir Blomkvist själv orolig för att bli igenkänd och att information om var han är ska läggas ut på nätet. TV-reportern Berg, som inte arbetar med undersökande reportage, får heller inte samma uppmärksamhet som sina fiktiva journalistkollegor. Hans belöning i återupprättandet av ordningen handlar istället om privatlivet (flickvännen räddas ur mördarens klor).

Med det tryckta ordet som vapen

Så, hur ska vi förstå framställningen av journalistik i kriminallitteraturen med utgångspunkt i de tre teoretiska perspektiv denna text inleddes med? Om vi börjar med Görans användning av Bourdieus fältteori. Det är otvetydigt så att journalisterna som får ett erkännande i den fiktiva världen inte i första hand förmedlar nyheter utan i högsta grad är delaktiga i att producera dessa. Medierna som arena för andra aktörer visar också att intressen utanför journalistiken är underordnade den journalistiska vinkeln. Det är inte helt klart att alla tre journalisthjältar har utbildningar inom journalistik men det framkommer heller inte att de har bakgrunder inom andra områden. Ledstjärnor för Blomkvist är de grävande journalisterna i filmen *Alla presidentens män* (de som avslöjade Watergateskandalen), och Berg sökte sig till journalisthögskolan för att som skrivande reporter bekämpa sociala orättvisor (inte bli en ”simpl kriminalreporter” på TV). Bengtzon och hennes chefredaktör kämpar för att behålla det undersökande reportaget. Det blir således tydligt vad som förknippas med god journalistik i dessa böcker. När journalisterna

gör andra saker är det i Blomkvists fall att skriva faktaböcker, och för Bengtzon att ägna sig åt ”retrospektivt berättande” om historiska brott, i och för sig i genren ”dramadokument” som kan signalera en rörelse mot ett mer underhållande material. Ingenstans i böckerna reflekterar de journalistiska protagonisterna över om de skulle ta ett steg tillbaka, att de har praktiserat en alltför offensiv journalistik som exempelvis har försvårat utredningarna. Den mediekritik som framkommer uttrycker att vissa medier är elitistiska och fega, vilket är ett sätt att signalera att de inte är tillräckligt oberoende. Slutsatsen blir därför att framställningen av journalistiken i böckerna visar på konsolideringen av ett autonomt journalistiskt fält och att fiktionen används för att föra ut den journalistiska doxan.

Går vi till Postman och hans teori om televisionen som kulturens dominerande kommunikationsform är det mer komplext. Postman skulle säkert argumentera för att journalistiken i dessa böcker är exempel på hur nyheter reduceras till underhållande dramatiska berättelser. Lyssnar vi istället på vad de fiktiva journalisterna själva säger om sitt yrke kan böckerna snarast ses som ett försvar av det tryckta ordet. Allra tydligast kommer det till uttryck i Marklunds bok *Järnblod* där chefredaktören för kvällstidningen konstaterar att det tryckta ordet har ”spelat ut sin roll”. Han gör det också med en explicit referens till medieforskarna Jan Ekecrantz & Tom Olsson: ”Medieforskarna hävdade redan för tjugo år sedan att ’1990 kunde ses som slutet på en epok: den nationella välfärdsstaten och journalistikens tid’” (Marklund 2015, s 20-21). Det är dock inte TV:s roll som får honom att dra den slutsatsen utan digitaliseringen och nätet som har gjort alla röster likvärdiga, journalistiken har inte längre en särställning. En illustration av problemet med dessa röster är journalisten Bengtzons före detta man. Han arbetar på justitiedepartementet med en utredning om näthat och vid sidan av jobbet ägnar han sig åt just näthat med grova sexistiska uttalanden under dold identitet.

Detta spel med identiteter får också en framställning i Lagercrantz bok om Mikael Blomkvist där två tvillingar byter identitet med varandra, vilket Blomkvist kopplar till dagens mediesituation där det är enkelt att låtsas vara olika personer. Detta tema utvecklas vidare när nyheten om en börskrasch når Blomkvist i slutet av boken. Han letar sig ut på nätet och möter där mängder av rykten och skvaller och inte ens Sveriges mest slipade grävande journalist kan avgöra vad som är sant och falskt. Här finns det likheter med hur Postman menar att kategorierna sant och falskt hänger samman med den tryckta kulturen och med ordet. Genom argument som bygger på varandra går det att föra ett logiskt resonemang som kan avfärdas som falskt eller god-

kännas som sant. I TV-åldern menar Postman att det istället är framträdandet som räknas. I den digitala åldern skulle det utifrån böckerna gå att säga att det är anspelningar på känslorörelser och myter, inte förnuftet, som gör att uttalanden får genomslag. Det är detta den goda journalistiken i böckerna ska vara ett motgift till. Den form av offentlig konversation som Postman förknippar med det tryckta ordet är också vad som hålls högt av de fiktiva journalisthjältarna. Som beskrivits tidigare kommer Bengtzon att ge ut ett tryckt helgmagasin med längre fördjupande texter, Blomkvist ägnar sig enkom åt längre reportage och bokskrivande, och TV-journalisten Berg minns sina tidiga drömmar om att vara en skrivande journalist som kunde förändra världen men som har funnit sig till ro med mer eller mindre trivial nyhetsrapportering med lokal vinkel från Gotland.

Kommersialiseringstesen då? Kan den hjälpa oss att förstå vad böckerna säger om journalistikens förändring och utmaningar? Tydligast är det i Marklunds böcker om *Kvällspressen* men då som en faktor bland många fler. De kommersiella villkoren framkommer dels som ett tema i de förändringar tidningen går igenom och ”siffernissarna” som inte förstår sig på journalistik, dels finns det ett tydligt konkurrenstänkande gentemot andra medier hos protagonisten och hennes kolleger. I Larssons bok om tidningen *Millenium* berörs det indirekt genom att tidningen ska stå fri från ekonomiska intressen och i båda böckerna om Blomkvist kan det skönjas en strävan att skydda sina berättelser så att de inte tas av andra medier. Hos Jungstedt berörs SVT:s ekonomiska villkor genom att den lokala redaktionen på Gotland läggs ner, men det tematiseras inte i linje med kommersialiseringstesen. Inte heller framkommer det att ett mer kommersiellt tänkande – som att nå så många tittare som möjligt – präglar den fiktive TV-journalistens vardag. Vad som går att sluta sig till, med utgångspunkt i den lästa kriminallitteraturen, är att kommersiella villkor aldrig får ta över publicistiska ideal. När det föreligger en konkurrenssituation mellan medier utgör det inget hinder i protagonisternas sökande efter sanningen utan sporrar dem till att göra bättre journalistik, att avvika från likformigheten. Att distansera sig från rent kommersiella aspekter och lovprisandet av det tryckta ordet som form är väl integrerade i de fiktiva journalisternas självbilder. Det gör att såväl kommersialiseringstesen som Postmans syn på TV-mediet som problematiskt (i böckerna framkommer det åtminstone indirekt genom hyllandet av det tryckta ordet) blir integrerade delar i hur den journalistiska doxan kommer till uttryck.

Hyperjournalistikens erkännande

Kriminallitteraturen, där journalisten likt detektiven (som ibland också är detektiven) ska lösa brottet (alltid mord) lämpar sig synnerligen väl för det undersökande reportaget och det tryckta ordet som föredragen form. I denna underhållningslitteratur upprättas föreställningar om vad som är god journalistik – den journalistiska doxan – en aktiv undersökande journalistik med mål att avslöja missförhållanden och maktmissbruk (vilket överensstämmer med annan journalistikforskning (Bolin 2014, s 344)). Journalistikforskaren Joe Saltzman (2005) som har gjort studier av framställningar av journalister i populärkulturen menar att dessa representationer har stor påverkan på hur människor värderar nyhetsmedier. Våra uppfattningar om journalistik och journalister gör ingen klar åtskillnad mellan verkliga och fiktiva erfarenheter. Här finns slående likheter med Görans resonemang om ”hyperjournalistik” (med en tydlig blinkning till Baudrillard) där föreställningar om god journalistik sömlöst rör sig mellan olika former av medieproduktion. För läsaren av denna kriminallitteratur får hyperjournalistiken ett slutgiltigt erkännande i Marklunds avslutande bok när chefredaktören för *Kvällspressen* – det undersökande reportaget och det tryckta ordets riddare – avgår för att istället bli professor vid ”Institutionen för medier och kommunikation”. Läsaren har tidigare fått veta att han uppfattar att journalistikens tid är över så hans nya uppdrag kan inte förstås på annat sätt än att han nu ska lära ut den journalistiska doxan i hyperjournalistikens tidsålder.

Referenser

- Bolin, Göran (2014), ”Television journalism, politics and entertainment: power and autonomy in the field of television journalism”, *Television and New Media* 15(4), s 336–349.
- Bourdieu, Pierre (1993), *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*, Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1996/2000), *Om televisionen*, Stockholm: Symposion.
- Bourdieu, Pierre (2000), *Konstens regler: det litterära fältets uppkomst och struktur*, Stehag/Stockholm: Symposion.
- Ekecrantz, Jan & Tom Olsson (1994), *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnuftets historia*, Stockholm: Carlssons.
- Fichtelius, Erik (2008), *Nyhetsjournalistik. Tio gyllene regler. Version 2.0*, Stockholm: Sveriges utbildningsradio.
- McChesney, Robert W. & Victor W. Picard (red.) (2011), *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can be Done to Fix It*, New York: The New Press.
- McManus, John H. (1994), *Market-Driven Journalism. Let the citizens beware?*, London: Sage.

- Postman, Neil (1985), *Amusing Ourselves to Death (Underhållning till döds)*, New York: Penguin Books.
- Saltzman, Joe (2005), "Analyzing the Images of the Journalist in Popular Culture: A Unique Method of Studying the Public's Perception of Its Journalists and the News Media", paper presented at the *Association for Education for Journalism and Mass Communications (AEJMC)* in San Antonio, Texas, <http://ijpc.org/uploads/files/AEJMC%20Paper%20San%20Antonio%20Saltzman%202005.pdf>.
- Schudson, Michael (1978), *Discovering the News. A social history of American newspapers*, New York: Basic Books.

Kriminallitteratur

- Jungstedt, Mari (2008), *Den du inte ser*, Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Jungstedt, Mari (2016), *Det andra ansiktet*, Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Lagercrantz, David (2017), *Mannen som sökte sin skugga*, Stockholm: Norstedt.
- Larsson, Stieg (2005), *Män som hatar kvinnor*, Stockholm: Norstedt.
- Marklund, Liza (1999), *Sprängaren*, Stockholm: Piratförlaget.
- Marklund, Liza (2015), *Järnblod*, Stockholm: Piratförlaget.

Intellektuella moden

ERLING BJURSTRÖM

Den akademiska festskriften må vara på utdöende men är en genre som öppnar för skrivsätt med andra möjligheter än – och fördelar i förhållande till – det gängse akademiska skrivandet. Som genre tvingar festskriften närmast på den som bidrar till den essäformen; till vilket också hör nedtonandet av akademiska dygder i form av referenser, noter och annan akribi. På så sätt inbjuder festskriften till att ta tillvara essäns alla möjligheter och fördelar; inte minst i form av att med nyfikenhet och upptäckarglädje ge sig ut på farvatten dit få – om ens några – akademiska farkoster tidigare sökt sig. Här föreligger med andra ord möjligheten att ge sig ut på en upptäcktsfärd i ordets rätta bemärkelse: en färd som man inte vet vart den leder och som i egentlig mening saknar slutmål.

Det är just detta som essän står för – eller har i varje fall stått för alltsedan Michel de Montaigne betecknade sina provande, sökande och inte minst självreflexiva litterära övningar för *essais*, essäer. I franskan står substantivet *essai* både för ”prov”, ”test”, ”försök” och ”essä”, med kopplingar till verbet *essayer*, ”pröva”, ”testa”, ”försöka”.

Detta är också utgångspunkten för den här texten. Den prövar och försöker hantera en tanke som bär på tydliga självreflexiva drag i ett akademiskt sammanhang. Samtidigt är den tanke det är fråga om så gott som oprövad i sådana sammanhang, nämligen tanken på intellektuella moden.

Således: det här är en essä om intellektuella moden. Som sådan rör den sig inom ett outforskat område; det finns varken någon specifik teori om intellektuella moden eller empiri som har samlats in för att belysa eller förklara dem. Och ur den synvinkeln framstår det inte ens som givet att det överhuvudtaget finns något sådant som intellektuella moden. Likaså är det långt ifrån givet vilken begreppslig innebörd ett sådant mode kan tilldelas.

”Finns det intellektuella moden?” och ”Vad är ett intellektuellt mode?” är på så sätt grundläggande frågor som pockar på svar så snart man använder begreppet intellektuellt mode. Påvisandet av ett – eller ännu bättre flera – exempel framstår som ett tillfredsställande svar på den första frågan, medan den andra kräver en precisering av begreppets innebörd och omfång.

Allt måste dock, tycks det, börja med begreppet mode. Det är ett begrepp som har en relativt klar och entydig innebörd i vardagsspråket. Dessutom är

det ett etablerat begrepp inom den akademiska forskningen, kring vilket det såväl har spunnits teori som vidhäftats empiri sedan lång tid tillbaka. Under de senaste decennierna har detta till yttermera visso utmynnat i etablerandet av modestudier som en självständig akademisk disciplin och ett tvärvetenskapligt forskningsfält, under beteckningar som modevetenskap, *fashion studies* eller *fashionology*, modeologi.

Samtidigt uppvisar modebegreppet en egenhet, som till viss del gör det svårhanterligt.

Mode

Denna egenhet består i dess starka koppling till kläder eller klädsel. Ordet ”mode” styr på ett självklart och omedelbart sätt tanken till kläder eller närliggande delar av den mänskliga apparitionen, som frisyrier, accessoarer eller kroppsutsmyckningar. I vissa sammanhang är det till och med möjligt att använda orden ”klädsel” och ”mode” som synonymer, trots att de inte sammanfaller begreppsmässigt med varandra. Kläder är materiella föremål, mode något abstrakt som fäster sig vid dem eller, kan man säga, konkretiseras i dem under en viss tid. Mode är en process som, under vissa förutsättningar, manifesterar sig i vår klädsel, men också på andra sätt. Otaliga andra sätt, kan tilläggas. Kläder framstår som modets primära objekt, men dess räckvidd förefaller vara gränslös. Som allmänt fenomen tycks mode färga av sig på allt och alla; ingen mänsklig verksamhet kan per se svära sig fri från det. Moden är, kort sagt, möjliga att urskilja inom alla mänskliga områden: produktionsens, konsumtionens, kulturens, konstens, religionens, politikens, vetenskapens, etcetera. Ja, modet kan till och med sägas vara underkastat sig självt, i bemärkelsen att det från en tid till en annan kan vara på modet att bejaka det eller fördöma det. Som Georg Simmel (2012, s. 519) var först med att påpeka i början av 1900-talet i essän *Modets filosofi* antar även det avsiktligt omoderna, det som senare skulle kallas antimode, karaktär av mode.

Att även antimoden och modekritik kan omvandlas till moden säger något väsentligt om modets makt över oss, och inte minst dess förmåga att smyga sig på oss och styra oss till och med mot vår vilja. Historiskt sett har modefenomen snarare fördömts än hyllats, och desto mer så ju fler som har lockats av, burit upp, anslutit sig till eller följt dem. Likväl har synen på modeföreteelser skiftat mellan olika epoker, samtidigt som den mer eller mindre alltid tycks ha uppvisat en viss ambivalens. En ambivalens som, om man ser till klämodet, kanske mer än något annat återspeglar sig i en dubbelbottnad oro för att antingen stämplas som omodern eller modeslav.

Det teoretiska intresset för mode föds på allvar under 1800-talet. Och den mängd teori och empiri som sedan dess har ackumulerats för att förstå det har så gott som uteslutande emanerat ur ett intresse för och fokus på klädmodet. Modeteori i form av klassdistinktion, *trickle down* (att modet sipprar ned från högre sociala klasser eller skikt till lägre), *bubble up* (att det tvärtom bubblar upp från de lägre till de högre klasserna), imitation och uttryck för tidsandan eller strävan att följa med i tiden, hör numera till allmängodset i synen på modet. Som sådan är dock den modeförståelsen på ett uttalat sätt i grund och botten begränsad till en explicit, erkänd och institutionaliserad form av mode, nämligen – som jag redan påpekat – klädmodet.

Klädmodet ingår i ett explicit modesystem, ett system vars *raison d'être* består i skapandet, produktionen, marknadsföringen, distributionen och konsumtionen av mode. Eller, kort sagt, ett system som på ett uttalat sätt bidrar till att skapa, lever av och göds av modeväxlingar. Ett system som kan sägas producera mode med hjälp av kläder.

Det finns givetvis system inom andra områden som fungerar på liknande sätt och understöder modeväxlingar, men inte på samma uttalade sätt så att de i likhet med klädmodet *ad litteram* kan betecknas som modesystem. I fråga om klädmodet kan man säga att modet är överordnat kläderna; modet är det primära och kläderna det sekundära. Av klädmodet förväntar man sig modeväxlingar – och lyckas det inte åstadkomma sådana framstår det som misslyckat eller förfelat. Ja, ett (kläd)mode som inte slår an förverkligar inte sitt syfte och förtjänar, i linje med rådande praxis, inte epitetet mode.

Följaktligen räcker det inte med att producera något som mode för att det ska bli till mode; det krävs också att det kvalificerar sig till det. Och dessutom att det känns igen eller erkänns som det.

Det senare är långt ifrån givet så snart man rör sig inom områden där modeväxlingar inte markeras på samma uttryckliga eller tydliga sätt som i fråga om klädmodet. Men undantag för just klädmodet är de produkter som produceras och konsumeras primära i förhållande till de eventuella moden de kan ge – och de facto från och till ger – upphov till. Förvisso föreligger det inga absoluta eller helt entydiga skillnader mellan klädmodet och andra moden i det avseendet, men de sätt varpå de avviker från varandra ger ändå vid handen att alla moden inte fungerar på samma sätt och inte heller är lika igenkännbara som sådana. I fråga om konsumtion bär alla produkter (och även tjänster) som är eller upplevs som nya på ett potentiellt mode, vilket emellertid måste realiseras i konsumtionens kretslopp, det vill säga av dem som konsumerar produkterna (eller tjänsterna).

Moden kan på så sätt gå utöver själva produkterna, till exempel i form av att vissa färger eller en viss typ av design går igen i produktionen av högst skiftande varor, alltifrån kläder till heminredningsprylar eller bilar. Men detta exempel visar också att ett mode i egentlig mening inte hör till själva föremålet i sig. Snarare bör moden betraktas som något som fäster sig vid eller bosätter sig i vissa föremål och företeelser under en viss tid – eller som något som kommer till dem och så småningom lämnar dem, och därigenom gör dem moderna respektive omoderna.

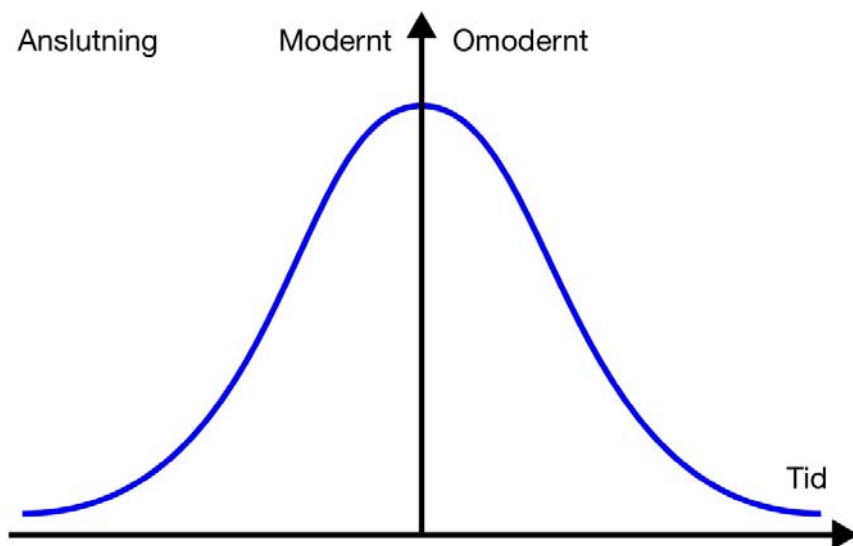
Ur den synvinkeln lånar modet en tid endast ut sig till de föremål eller företeelser som bär upp det, men sin egentliga hemvist har det någon annanstans. Var? Ja, såvida modefenomen inte uppstår *ex nihilo* är det svårt att tänka sig någon annan ursprungskälla till dem än det mellanmänniska – eller rättare sagt: det mellanmänniska hanterandet av föremål och företeelser.

Detta synsätt öppnar för att förstå mode som en social form och som sådant för en mer generell teori om det, utifrån vilken klämodet kan betraktas som ett specifikt fall av en mer generell företeelse. Grunden till såväl en sådan förståelse som teori återfinns i Simmels essä *Modets filosofi*. Här betraktar han å ena sidan uttryckligen klämodet som en social form och pekar å den andra på att moden inte är begränsade till klädernas rike. Med Simmel kan man säga att mode är en social *form* och kläder ett av dess *innehåll*.

Mode som form och fetisch

För en mer generell förståelse av eller teori om mode framstår på så vis dess form som intressantare än dess innehåll. Men detta hindrar givetvis inte att det på ett helt legitimt sätt kan förhålla sig tvärtom när man studerar specifika moden, som exempelvis klämoden. Studier som kan röra sig om allt ifrån vilka klädstilar som var på modet under olika epoker till vilka symboliska betydelser eller statusmässiga innebörder de förmedlade. Men för att bestämma dessa klädstilar som moden måste man se till formen: det som på ett socialt sätt formar och gör dem till moden.

Moden uppvisar en gemensam form, men deras innehåll skiftar. Denna form har jag i ett annat sammanhang betecknat som ”modets kurva”, utifrån hur den kan åskådliggöras grafiskt (Bjurström 2016, s. 497):



Moden följer ett förlopp som alltid är detsamma, men kan skifta i intensitet, omfång och varaktighet. Det rör sig om en process som manifesterar sig i att ett mode byggs upp, kulminerar och sönderfaller eller upplöses. Detta kan betraktas som modets allmänna form: det byggs upp och antar karaktär av mode genom att fler och fler ansluter sig till det, för att så småningom kulminera och upplöses genom att fler och fler överger det.

Modets kulmen markerar också dess förvandling; den punkt där det tippar över och övergår från att vara modernt till att bli omodernt – eller med andra ord mister sin karaktär av mode.

Samtidigt rymmer denna allmänna form variationer som gör den töjbar i fråga om intensitet, omfång och varaktighet. Vissa moden byggs upp och löses upp i betydligt snabbare takt och framstår på så sätt som mer intensiva än andra, speciellt om detta sammanfaller med att anslutningen till dem är omfattande. Språkligt markeras skillnader i varaktighet mellan olika moden av beteckningar som modeflugor (*fads*), moden (*fashions*) och tidlösa moden (*long term trends* eller *timeless fashion trends*). Modeflugor är snabbt övergående, moden har längre utsträckning i tiden, medan tidlösa moden är ännu långvarigare, men inte eviga, på det sätt som beteckningen ”tidlös” antyder – det tidlösa strider i en grundläggande mening mot modets natur: moden är per definition övergående fenomen; de är indragna i ett förlopp, en social form, som gör att de redan från början bär på sin antites, det omoderna, som framträder när anslutningen till dem mattas av, avtar och sjunker, för att så småningom eventuellt upphöra helt och hållet.

Det som kommer och går hör till modets sfär, inte det som består.

Det omoderna är dock inte modets enda omvandlingsmöjlighet eller möjliga metamorfos. Moden *kan* övergå i sedvänjor och konventioner, på ett sätt som gör dem bestående. Såväl kostymen som jeansen är exempel på detta om man ser till klädmodets sfär. Kostymen har, sedan den lanserades i fabriks-tillverkad form under den andra hälften av 1800-talet, utgjort ett manligt basplagg i drygt etthundrafemtio år, och etablerade sig mot slutet av det efterföljande århundradet även som ett plagg för kvinnor, till att börja med som den mest uttryckliga formen av *power dressing*. Jeansen har på motsvarande sätt inte gått ur tiden sedan de togs i allmänt bruk under 1950- och 60-talen, utan etablerat sig som basplagg för både män och kvinnor, yngre som äldre. Utmärkande för dessa exempel är att de inte följer vad som kan betecknas som modets normalkurva, där en tilltagande anslutning följs av en markerad kulmen och en efterföljande nedgång eller ett fall, utan anslutningen ligger kvar på en hög eller relativt hög nivå, eller fluktuerar upp och ned. Varken kostymen eller jeansen övergick i denna mening till att bli omoderna – men fortsatte de därmed att vara på modet? Nej, skulle jag säga. Såväl kostymen som jeansen blev visserligen populära när de introducerades som nya klädesplagg men denna popularitet antog inte formen av mode, i bemärkelsen att användningen av dem avtog och de blev omoderna. Snarare förvandlades användningen av dem till en praxis eller konvention som slungade ut dem ur modets omloppsbana. Varken kostymen eller jeansen kan som sådana sägas ha varit på modet i drygt ett och ett halvt sekel respektive sex-sju decennier, men framstår därför inte heller som omoderna. Som praxis eller konvention har de däremot inte varit – och är fortfarande inte – befriade från modeväxlingar. Kostym- och jeansmoden kommer och går, men konventionen att bära kostym och jeans består.

Knappast något mode utplånas dock helt och hållet sedan det blivit omodernt. Spår eller fragment av gamla antikverade moden möter oss överallt; det finns alltid dem som av olika anledningar bär upp det omoderna, antingen beroende på att de inte insett att det inte längre är modernt, inte bryr sig eller på grund av att de markerar sitt motstånd mot modet som sådant och dess växlingar. I vissa fall omvandlas fortlevnaden av sådana antikverade moden med tiden till nya moden, i form av så kallade retromoden, och återövrar sin forna modeaura eller nimbus.

Så länge ett mode inte har tippat över, det vill säga passerat den punkt där dess uppgång övergått i nedgång, framstår dock dess väsen som osäkert: i bemärkelsen att det är tveksamt om det överhuvudtaget är fråga om ett mode

eller inte. Är det fråga om något som kommer att vara beständigt eller obeständigt? En ny praxis eller företeelse som drar förbi eller biter sig fast? Är modet, som Walter Benjamin (1969, s. 168) slog fast, ”det nyas eviga återkomst”, är det nyas bestämelse som mode till viss del alltid osäker så länge det är nytt.

Denna osäkerhet förstärks av att det inte finns några absoluta eller exakta temporala gränser för moden. Ju kortare ett mode är, desto lättare är det att känna igen eller urskilja det som sådant. Följaktligen har *fads* en tydligare karaktär av mode än *fashions*, vars modeaura i sin tur framträder på ett tydligare sätt än för *long term trends*. Gränserna mellan dessa kategorier är dock diffusa, flytande och mer eller mindre godtyckliga, liksom den yttre gräns som i detta avseende markerar vad som överhuvudtaget är rimligt att karakterisera som mode. Detta kompliceras ytterligare av att dessa kategorier kan vara sammanvävda med varandra, på ungefär samma sätt som det dilemma Charles Baudelaire (2006, s. 144) pekade på när det gällde att skilja det eviga från det flyktiga i skönheten – eller med andra ord dess tidlösa eller bestående element från dess tidsbundna eller modebetonade.

Detta kan – i en kort passus – exemplifieras och tydliggöras med fenomenet The Beatles under 1960-talet. Denna, numera legendariska, rockgrupp gick i bräschen för förändringar i populärkulturen under decenniet och låg bakom eller surfade på flera olika modevågor, i form av musik, film, frisyrrer, kläder, stil, livsstilar, apparition, livshållning, humor, med mera. Såväl *fads* som *fashions* och *long term trends* grundlades på så vis av och blandades med varandra eller cirkulerade kring fenomenet The Beatles. Men, som det visade sig efterhand, banade de även väg för förändringar som inte hade modekaraktär, utan på ett bestående sätt fortfarande ligger till grund för olika former av praxis eller estetisk uppskattning. Till dessa hör såväl deras långa hår som deras musik. Båda uppfattades till att börja med och avfärdades också som modefenomen, men retrospektivt framstår de snarare som byggstenar i ett epokskifte. Långt hår accepterades på ett bestående sätt som ett inslag i den manliga apparitionen och den nedsättande etiketteringen av Beatles’ musik som ett modefenomen ersattes på relativt kort tid av ett bestående erkännande av dess kvaliteter. Samtidigt gick detta hand i hand med en rad *fads* och *fashions* i fråga om bandmedlemmarnas apparition i form av kläder, hårstilar, accessoarer och rekvisita, vilket gjorde Beatles till ett fenomen sammansatt av såväl flyktiga som bestående element, men likväl inte till något som bara kunde reduceras till ett modefenomen.

Popularitet går enligt detta synsätt inte alltid att översätta till mode. Däremot bär alla nya företeelser som blir populära på en modepotential, men

som det är lätt att missta sig på eller missbedöma. Mode framträder inte omedelbart som mode, utan först efter en tid – eller, kan man säga, när tiden är mogen för det, det vill säga när anslutningen till det har vänt och det, paradoxalt nog, håller på att mista eller har mist sin karaktär av aktuellt mode. Mode är ett fenomen som framträder *post factum* eller *ex post facto*, retrospektivt, och i en viss mening även *post festum*, för sent, efter att festen är över, eller *post mortem*, efter att det mode det är fråga om har gått i graven.

Moden är ur denna synvinkel inte bara svåra att förutse utan också att genomskåda. Så länge något *är* mode kan vi aldrig vara säkra på dess sanna natur. Denna framträder först när det genomgår sin metamorfos och blir omodernt eller tvärtom inte omvandlas till något otidsenligt. Detta gör det lätt att attraheras av och ta till sig något utan att inse att det är fråga om en modeströmning, som så småningom kommer att framstå som obsolet och kasta en skugga av otidsenlighet över dem som bär upp den.

Moden kan på så vis överlista en, genom att det i retrospektiv framstår som att de framställt sig själva i falsk dager eller gett sken av att de var något annat än vad de i själva verket är. Inga moden håller i detta avseende vad de utlovar; särskilt inte modeflugor, som snabbt mister sin attraktionskraft och aktualitet.

Modets öde ligger i tidens händer, på mer än ett sätt. Dels pekar den ut dess färdriktning och röjer så småningom dess slutdestination, dels tilldelar den dess värde. Med tiden mister modet sin aktualitet och sin fräschör, för att till slut mista dem helt, och bli obsolet, otidsenligt, omodernt. Och ju fortare denna process går, desto lägre värde tilldelas det. Flyktiga modeflugor står lägre i kurs än mer varaktiga moden, vars kursvärde i sin tur understiger det som antar karaktär av tidlösa moden. I estetiska värdehierarkier baserade på tid ligger modeflugor på eller nära nollpunkten, och utgör motpolen till det som är bestående eller betraktas som tidlöst. Dock: när tid, i form av varaktighet, används som mått på estetiskt, konstnärligt eller kulturellt värde står det som har karaktär av mode överhuvudtaget inte högt i kurs. Som uttryck för det flyktiga, övergående och mer eller mindre snabbt föränderliga kan modet i detta avseende inte konkurrera med det varaktiga och förment tidlösa.

Lägg därtill att dess värde, ur en något annorlunda synvinkel, kan betraktas som misskänt eller illusoriskt. ”Det är”, skriver modeteoretikern Yuniya Kawamura (2007, s. 20) i boken *Modeologi*, ”sant att mode ger kläder ett extra värde, men de tillförda värdeelementen existerar enbart i människors inbillning eller föreställning”. Det ”extra värde” som modet på detta sätt tillför kläderna kan betraktas som illusoriskt därför att det inte är bestående, utan

går förlorat när de blir omoderna. Men detta värde framstår även som misskännant, genom att det tillskrivs eller uppfattas som en egenskap hos de klädesplagg det är fråga om.

Misskännandet bottnar i att man riktar blicken åt fel håll: i stället för att söka ursprunget till modets värde i dess sociala form uppfattar man det som en egenskap hos det ting eller den företeelse som för tillfället bär upp det. Modet har i detta avseende samma hemlighetsfulla fetischkaraktär som den varufetischism som Marx (1970, s. 63) pekade på, där ”ett bestämt samhälleligt förhållande mellan människorna själva /.../ antar fantasmaformen av ett förhållande mellan tingen”. I analogi med hur Marx såg varufetischismen som ett moment i tingens omvandling till varor, kan man betrakta modets fetischkaraktär som ett sätt att tilldela dem värde.

Modet, inklusive dess värde, ligger ur denna synvinkel i betraktarens öga, inte i det som han eller hon betraktar. Men i motsats till vad talesättet *beauty is in the eye of the beholder* ger uttryck åt bottnar betraktarens blick på modet inte i personliga preferenser, utan i de mellanmännsliga relationer som styr dess öde. Därför gäller det att ha blick för modet på ett annat sätt än för skönheten. Det sköna kan sägas vara materiellt förankrat på ett fastare sätt än modet och mer oberoende av sociala kontexter. Huruvida något – ett stycke natur, en målning, en klänning, en melodi, eller annat – är vackert eller inte är möjligt att ta ställning till för var och en utan sociala eller kulturella ledtrådar, men inte i fråga om huruvida något är på modet eller inte. Tänker vi bort den sociala kontexten blir modet stumt, och röjer på så vis sin sociala natur på ett annat och mer påtagligt sätt än det sköna.

Samtidigt färgar moden, paradoxalt nog kan tyckas, av sig på estetiska bedömningar, liksom bedömningar av föremål och företeelser i andra avseenden. *Det* som är på modet tilltalar och attraherar dem som ansluter sig till det, fram till den punkt där det tippar över och blir omodernt. Preferensen för moden har karaktär av individuella omdömen om föremål eller företeelser: man attraheras av dem för att man tycker om dem, tycker de är vackra eller uppskattar dem på andra sätt, även om dessa omdömen bottnar i andras uppskattning av dem. Detta ger en antydning både om kraften i modets sociala form och hur denna form misskänns. Formen kan, kort sagt, tilldela såväl som beröva föremål estetiska kvaliteter i betraktarens ögon, genom att stimulera hans eller hennes estetiska omdöme.

Detta kan betraktas som en sida av modets kollektiva men okoordinerade eller osamordnade karaktär. Moden har i princip samma form som sociala rörelser: de mobiliserar och skapar band mellan människor, men inte genom att de agerar på ett samfällt sätt som kollektiv mot ett gemensamt mål. Till

skillnad från sociala rörelser agerar modekollektiv i regel inte som ett subjekt, utan binds samman av varje enskilt subjekts handlingar och orientering mot samma fenomen. Denna åtskillnad är dock inte absolut, eftersom även sociala rörelser kan anta karaktär av moden.

1960-talets hippierörelse är ett tydligt exempel på en företeelse med dubbel eller tvetydig karaktär av social rörelse och modekollektiv. Otvivelaktigt kan den förstas som både och – inte minst i form av sina tentakler in i och snabba spridning i samtidens populärkultur, samt i ljuset av sin, trots allt, relativt kortvariga aktualitet och popularitet. Som livsstilsrörelse med specifika uttryck i fråga om klädsel, frisyren, psykedelisk rockmusik och andra attribut framstår den närmast som urtypen för kollektiv som på en och samma gång är möjliga att kategorisera som sociala rörelser, sub- eller motkulturer, och modeströmningar. Och i sådana fall kan givetvis inslagen av mode även bidra till att sub- eller motkulturella attribut omvandlas till mainstream.

Mode är en svårgripbar social form, som inte sällan avtecknar sig på ett gåtfullt och motsägelsefullt sätt. Som sådan kan den i stort sett nästla sig in i vilket socialt sammanhang som helst, och till och med vävas samman med eller uppträda sida vid sida med sådant som till synes repellerar den. Så sett rör det sig om en form som kan bemäktiga sig eller förenas med vilket innehåll som helst, och samtidigt verka bakom ryggen på dem som bygger upp och/eller bär upp den. Det senare ligger framför allt i modets karaktär av *post factum*- eller *post festum*-fenomen, det vill säga att dess väsen framträder på ett mer tydligt sätt först efter att det har passerat sitt zenit. Känslan av att moden har dragit en vid näsan genom att blåsa upp saker och ting som senare visade sig vara ganska obetydliga torde inte vara ovanlig. Likaså framstår moden *ex post facto* många gånger som bedrägliga genom att ge uttryck åt personliga val men som antar karaktär av flockbeteenden så snart det står klart att otaliga andra har gjort exakt samma val.

Moden kan förstora det som är smått, men också förminska det som är stort. Antingen tillföra någonting värde eller frånta det detsamma. Som anslutningen till ett mode ger uttryck åt över tid, omvandlas det som till att börja med attraherar till något som repellerar: tillför modet i ett första andetag extra värde till någonting, berövar det i nästa andetag det samma värde. Men som sådant kan mode även framstå som ett maskerat eller förtäckt, om än förnekad, hot i vissa sammanhang.

I *Modets filosofi* skriver Simmel (2012, s. 512) att ”modets herravälde” är ”mest outhärdligt på områden där endast sakliga avgöranden ska gälla: religiositet, vetenskapliga intressen, till och med socialism och individualism har förvisso varit modesaker, men de motiv på vars grund dessa livsinnehåll ska

antas står i absolut motsats till den fullkomliga osakligheten i modets utvecklingar”. Vetenskap, religion och politik hör enligt Simmel till de områden som skyr det flyktiga och osakliga modet – och det är relativt lätt att komplettera den korta uppräkningsen med exempelvis konsten eller överhuvudtaget varje någorlunda väl avgränsat område som gör anspråk på seriositet och kunskap eller att slå vakt om bestående värden.

Intellektuella konjunkturer och moden

Mot bakgrund av vad som just sagts framstår huvudämnet för den här essän, intellektuella moden, både som ett kontroversiellt och svärfångat fenomen. Det är inte heller otänkbart att den, så vitt jag har kunnat finna, relativa frånvaron av seriösa studier i ämnet bottnar i ett motstånd mot att överhuvudtaget närma sig det eller ta det på allvar.

Här har jag dock, som jag uppfattar det, lagt en god teoretisk grund för ett fördjupat resonemang kring intellektuella moden, genom att betrakta mode som en social form med skiftande innehåll och kraft att förläna detta innehåll positiva eller negativa värden på ett fetischliknande sätt. Men till att börja med krävs det givetvis att det innehåll det är fråga om här, det ”intellektuella”, preciseras – åtminstone i den mån att det inte råder någon tvekan om vilket slags mode det är som diskuteras.

Begreppet intellektuella moden kan stå för olika saker: dels moden bland intellektuella, i form av exempelvis klädmoden och livsstilar, dels intellektuella produkter eller strömningar, i form av exempelvis idéer, tänkesätt, teorier, paradig, estetiska genrer och stilistik. Dessutom kan det röra sig om moden i form av praktiker eller handlingar inom de fält som olika kategorier eller grupper av intellektuella är verksamma inom, i form av till exempel val av vetenskapliga, litterära eller journalistiska metoder eller tillvägagångsätt.

Ordet ”intellektuell” har inte någon helt klar eller entydig innebörd, men refererar i grund och botten till tanke- eller förståndsbaseade verksamheter i allmänhet och i en snävare mening till professioner eller yrkesområden som är uppbyggda kring sådana verksamheter och de personer som arbetar inom dem. Det är dock knappast möjligt att på ett mer exakt sätt ringa in eller avgränsa vilka verksamheter, professioner eller personer som ska eller bör räknas som intellektuella. Om inte annat så vimlar det av svårkategoriserade gränfall i samtliga dessa avseenden: det finns exempelvis knappast ett enda yrke som inte bygger på någon form av tanke- eller förståndsbasead verksamhet, vilket gör att frågan om vad som ska räknas som intellektuella respektive icke-intellektuella yrken har karaktär av grad- snarare än artskillnad.

Samtidigt finns det etablerade föreställningar om vad det ”intellektuella” står för, som – om än på ett mer eller mindre vagt sätt, men ändå – pekar ut vissa verksamheter, professioner och personer som intellektuella. Och det är, som jag ser det, fullt tillräckligt att utgå från dessa föreställningar i det här sammanhanget.

Intellektuella moden omfattar från denna utgångspunkt såväl olika idé-system (allmänna, vetenskapliga, politiska, litterära, konstnärliga, etc.) som praktiker bland professioner (akademiker, författare, kulturarbetare, konstnärer, etc.) som producerar eller bär upp dem. Fokus ligger på så vis, enkelt uttryckt, vid kategorier som allmänt uppfattas som intellektuella, samt deras tänkande och praktiker. Och här i första hand vid den kategori, akademikernas, och den sfär, den akademiska, som jag själv har tillhört – och i viss mån fortfarande hör till som emeritus.

Uppbyggd som den akademiska sfären är kring forskning, kunskapsproduktion och -förmedling torde den höra till de sfärer där motståndet mot intellektuella moden i form av idéer, tankesystem, åsikter, synsätt och dylikt är som starkast. Likaså borde det kritiska förhållningssätt som ligger till grund för och genomsyrar akademiska verksamheter fungera som ett skydd gentemot att flyktiga, kortlivade eller förgängliga idéer med karaktär av moden får genomslag eller drar till sig ett mer omfattande intresse. Samtidigt vilar kanske ett sådant synsätt på en alltför snäv syn på mode som något flyktigt, efemärt, lättviktigt eller oseriöst. Speciellt om man betänker att de sidorna av modet i regel framträder först *ex post facto*, det vill säga efter att det har röjt sin karaktär av mode. Lägg därtill att det knappast finns något som talar för att akademiker är mindre mottagliga för eller mer motståndskraftiga mot modeströmningar än andra kategorier eller grupper. Möjligtvis är de, i likhet med vad som torde vara fallet för andra grupper eller individer, mindre mottagliga för vissa typer av moden än andra, men knappast för alla. Åtminstone kan man lägga märke till att vissa intellektuella grupper, inklusive akademiker, från och till bär upp olika klädmoden, företrädesvis av subkulturell art eller med antimainstreamkaraktär.

Samtidigt framstår det inte som rimligt att förbehålls- eller reservationslöst jämställa klädmoden bland intellektuella med intellektuella moden i form av idéströmningar, tankesystem, teorier och dylikt. Till att börja med har klädmoden en mer explicit karaktär av mode än intellektuella moden av den senare sorten. Klädmoden är lättare att identifiera som moden och svårare att förneka som sådana jämfört med intellektuella moden. Likaså torde klädmoden växla betydligt snabbare och följaktligen ha en avsevärt kortare

varaktighet än intellektuella moden: världsåskådningar, idéer eller tankesystem torde gemene man eller kvinna inte ikläda och avkläda sig lika lätt och lika frekvent som olika klädesplagg.

Skillnader av den typen pekar mot att mode som social form inte är helt oberoende av det innehåll som det bemäktigar sig. Modets form torde till viss del anpassa sig till dess innehåll och vice versa. Detta kan förklara varför dragen av mode kan tunnna ut i vissa sammanhang, vilket tycks bekräftas av föreställningen om intellektuella moden, ända till den punkt där det är rimligt att ifrågasätta om det överhuvudtaget är fråga om mode eller inte. Liksom jag torde de flesta, föreställer jag mig, som har vistats i akademiska miljöer en längre tid kunna peka på vad som från och till har varit på modet intellektuellt sett i desamma, men ha svårt att övertyga sig själva om eller på ett mer bestämt sätt leda i bevis att det verkligen har rört sig om moden.

Som jag minns det fick man trots allt en känsla för vad som var på modet akademiskt sett när man påbörjade forskarutbildningen: när jag gjorde det i sociologi på 1970-talet var det, som jag kan erinra mig, fortfarande högkonjunktur för marxistiska samhällsanalyser, liksom kritisk teori, symbolisk interaktionism och socialkonstruktivism, medan strukturalism och semiotik framstod som högsta mode, men allt som luktade positivism eller funktionalism kändes obsolet eller omodernt. Samtidigt var kvantitativa metoder på väg ut och kvalitativa på väg in i vad som hade karaktär av en pågående metodologisk modeväxling. Efterföljande decennium var nya teoretiska synsätt på uppgång och förändrade det akademiska konjunkturlandskapet, framför allt i form av *cultural studies*, poststrukturalism, diskursanalys, dekonstruktion och en vagt definierad och löst sammanhållen postmodernism. Av dessa mattades poststrukturalismen och postmodernismen redan under 1990-talet, och framstår i dag, på ett sätt som jag tror knappast någon är beredd att ifrågasätta, som daterade. Samtidigt förvandlades begreppet social konstruktion, med förankring i en mer kritiskt inriktad socialkonstruktivism, närmast till ett modeord, som snabbt fick fotfäste i såväl olika identitetspolitiska och normkritiska rörelser som den allmänna samhällsdebatten. Till detta hörde också den tilltagande populariteten för begreppet situerad kunskap, som antog karaktär av ledord för en växande epistemologisk kritik av vetenskapens förmenta neutralitet och objektivitet, framför allt i förhållande till genus, etnicitet och ras.

Men vid millennieskiftet 2000 hade även användningen av kvantitativa metoder med anspråk på objektivitet återfått sin tidigare status och popularitet inom samhällsvetenskapen, speciellt i form av Bourdieus reflexiva so-

ciologi där de på ett ömsesidigt sätt betraktas som ett epistemologiskt komplement till användningen av kvalitativa metoder och sociala faktas karaktär av teoriladdade konstruktioner framhävs. Knappt tjugo år in i det nya millenniet ligger det likaså nära till hands att konstatera att såväl den teoretiska som metodologiska och epistemologiska reflexiviteten har fördjupats inom flera samhälls- och humanvetenskapliga forskningsfält, liksom att tiden för de teoretiska ismernas dominans och succession inom dem tycks vara över. Ett tecken på det är den diskussion inom det kulturteoretiska området som sedan en tid har förts under rubriken *After Theory* och kan betecknas som postteoridebatten på svenska. Det är en debatt som kretsar kring frågan om det fortfarande finns en utvecklingspotential i de kulturteoretiska landvinningar som gjordes under det föregående seklet och har förts vidare in i det nuvarande. Härigenom har den förskjutit det kulturteoretiska tänkandet från att vara förankrat i olika perspektiv, skolbildningar och ismer till att handla om detta tänkande i stort, till vad som betecknas som *Theory* med stort T, och kan sägas bestå av den verktygslåda som står dagens kulturteoretiker till buds när de försöker förstå eller förklara de aspekter av samtiden som intresserar dem. I detta ligger också en misstanke, som har fungerat som tändvätska i debatten, om att det kulturteoretiska paradigm som *Theory* står för är så gott som uttömt och inte längre kan ligga till grund för substantiella, progressiva eller revolutionerande teoretiska vändningar. Möjligtvis besannas detta av att vad som allmänt betraktas som de senaste vändningarna inom kulturforskningsfältet snarare har karaktär av områdes- än teoretiska vändningar, som de vändningar som har betecknats som den materiella, den spatiala, den ontologiska, den affektiva och den performativa – och i samtliga fall kan sägas vända blicken mot andra områden eller aspekter av verkligheten än den lingvistiska vändning som med utgångspunkt i Saussures semiologi föregått dem och omdanade det kulturteoretiska tänkandet i grunden under 1900-talet.

Den bild som jag ovan har tecknat av samhällsvetenskapens och humanioras utveckling i allmänhet och det kulturteoretiska tänkandet i synnerhet är givetvis såväl subjektiv som ofullständig och till viss del godtycklig. Likaså är det en bild som avviker från gängse idéhistoriska normer genom att den lägger tonvikten vid det konjunkturbetonade i den teoretiska och den metodologiska utvecklingen inom brett avgränsade akademiska forskningsfält. Likväl tangerar den i detta avseende det sätt på vilket hegemoniska förhållanden inom dessa fält har ringats in i termer av rådande *doxa* och motståndningar mellan ortodoxa och heterodoxa positioneringar. Ett sådant per-

spektiv betonar, i likhet med det jag utgår ifrån här, att förändringar i teoretiska och metodologiska synsätt inom vetenskapliga fält inte uteslutande bottnar i den intellektuella styrkan hos eller sanningshalten i de teorier eller metoder det är fråga om. Så sett rör det sig om att sociala maktförhållanden och krafter kontaminerar det rena teoretiska förnuftet.

Teoretiskt (sic!) och reflexivt får dock tanken om att maktförhållanden påverkar detta förnuft stöd på ett helt annat sätt än när det gäller den sociala kraft som manifesterar sig i form av moden. Att kunskap är makt är en etablerad sanning, som uppdagades av Francis Bacon redan i skiftet från 1500- till 1600-talet och därefter har turnerats på inflytelserika sätt såväl av Nietzsche på 1800-talet som Foucault på 1900-talet. Däremot förhåller det sig långtifrån på samma sätt med tanken att kunskap kan vara mode. Intellektuella i allmänhet, inklusive forskande och undervisande akademiker, torde därför vara medvetna om och på sin vakt mot att kunskap påverkas av maktförhållanden och även gör anspråk på eller uppträder som makt, på ett helt annat sätt än vad som är fallet med misstanken om att kunskap kan anta karaktär av eller uppträda som mode. Detta är förmodligen *en*, men knappast den enda, anledningen till att tanken på kunskap som mode framstår som betydligt mer kontroversiell än tanken på kunskap som makt.

Men... är det mode?

Tanken på kunskap som mode, liksom på intellektuella moden, måste dock preciseras närmare för att framstå som trovärdig. Dels har jag inte påvisat på vilket sätt de konjunkturuppgångar och -nedgångar för De Stora Teoretiska Berättelserna inom samhälls- och humanvetenskaperna som jag har pekat på kan förstås som modeväxlingar, dels framstår dessa konjunkturskiftningar näppeligen som den enda formen av tänkbara intellektuella moden i detta sammanhang. Retrospektivt tycks det som att sådana moden inte minst också kan manifesteras sig i korandet av stjärnteoretiker och valet av studieobjekt under olika tidsperioder. Ser jag tillbaka på den tid, övergången från 1960- till 70-talet, när jag själv påbörjade mina akademiska studier framträder två teoretiker med vad som nu, *ex post*, framstår som ett slags modebetonad stjärnstatus: Herbert Marcuse och Louis Althusser; den förre dåtidens populäraste företrädare för kritisk teori och den senare för den vetenskapliga marxismen i strukturalistisk tappning. Båda är i dag tämligen, om inte helt bortglömda, men vad som gör att deras tidigare – och i tiden relativt korta – stjärnstatus framstår som modebetonad är att den inte alls tycks stå i paritet med deras eftermälen – och den betydelse de tillskrivs i nutiden – som teoretiker.

På samma sätt som vissa teoretiker under en tid framstår som ”inne” eller ”heta” för att därefter kallna och förpassas ut i den teoretiska periferin, framträder från och till valet av studieobjekt och intresset för vissa empiriska frågor som modebetonat inom olika akademiska discipliner. Två sådana företeelser ter sig, som jag ser det, särskilt intressanta i det här sammanhanget, båda i huvudsak hemmahörande inom eller med starka kopplingar till medie- och kommunikationsvetenskapen: dels de ymniga studierna av tv-kanalen *Music Television*, MTV, efter att den startades i början av 1980-talet, dels den intensiva men kortvariga diskussionen kring mobilspelet *Pokémon Go* när det introducerades 2016. Det som gör dessa fall särskilt intressanta här är att såväl MTV som *Pokémon Go* retrospektivt framstår som modefenomen, men på ett sätt som knappast alls beaktades när de uppmärksammades, diskuterades, studerades och tolkades i egenskap av *novum*, nyheter. I stället baserades de dominerande tolkningarna av MTV på synsätt som betonade dess epokgörande karaktär av brott med traditionella former av narrativitet, visuellt berättande, kombinationer av auditiva (musik) och visuella (film) element, och hur den härigenom stod för nya former av medie-reception eller estetisk sensibilitet, vilka i flera fall på tidstypiskt sätt betecknades som postmoderna. Drygt tre decennier senare var diskussionen kring *Pokémon Go* på liknande sätt centrerad kring begreppen *mediated reality* (medierad verklighet) och *augmented reality* (förstärkt verklighet), samt hur spelet påverkade verklighetsuppfattningen hos barn och ungdomar, dess primära användare. Det går inte att förneka att det ställdes intressanta och tankeväckande frågor såväl i diskursen om MTV som i den om *Pokémon Go*, men de besvarades överlag på sätt som i efterhand snarast framstår som övertolkningar – speciellt med avseende på konsekvenserna eller effekterna av dåtidens nya musikvideoformat respektive den mer sentida pokémonjakten. Likaså går det, med nutidens tidsavstånd till MTV-diskursen, att urskilja hur den lutade sig emot och var influerad av dåtidens Stora Teoretiska Berättelser, framför allt i form av postmodernismen och poststrukturalismen.

När man, som jag gör här, blickar tillbaka på diskurserna om MTV och *Pokémon Go* framträder modebetonade inslag såväl i själva diskurserna som hos de fenomen de kretsade kring. Hårdrar och förenklar man, med syfte att tydliggöra, kan man karakterisera dessa fall som modebetonade diskurser om modebetonade fenomen. Det modebetonade i teoretiserandet och diskussionerna framträder på samma sätt, *ex post*, som hos de företeelser de avser att kasta ljus över, klarlägga eller förstå.

I dag är det, kort sagt, lika lite på modet att titta på MTV eller spela *Pokémon Go* som att diskutera, studera eller teoretisera kring dem. MTV har

övergett musikvideoformatet som ryggraden i sitt utbud och barn och ungdomar jagar inte alls pokémon längre i samma utsträckning som de gjorde för tre år sedan. Musikvideon framstår i dag som ett 80-talsmode och *Pokémon Go* närmast som en modefluga anno 2016.

Men ändå... kvarstår frågan om det verkligen är fråga om mode i de fall jag har berört här, det vill säga i fråga om konjunkturuppgångar och -nedgångar för Stora Teoretiska Berättelser inom olika akademiska discipliner, det sätt på vilket teoretiker från och till tilldelas akademisk stjärnstatus och valet av tidstypiska studieobjekt, diskussionsämnen eller diskurser. I vilken mån kan det som retrospektivt avtecknar sig som tidstypiskt i dessa företeelser förklaras med den sociala form som betingar moden? Och i vilken mån kan denna form bidra till att precisera föreställningen om intellektuella moden i mer generell mening?

I den frågan ligger kärnan i det problem som jag diskuterar här, känns det som: kan synen på mode som en mellanmännisklig eller social form bekräfta och förklara förekomsten av intellektuella moden? Samtidigt är det ett problem som har karaktär av något man vet men har svårt att förklara: i bemärkelsen att det är betydligt lättare att peka ut vad som är på modet, också när det rör sig om intellektuella moden, än att förklara vad det är som gör det till mode – eller om det överhuvudtaget är fråga om mode. Men försöker man, som jag gör här, förklara förekomsten av intellektuella moden som betingad av modets allmänna sociala form slås man mer eller mindre omedelbart av att det knappast låter sig göras på ett obetingat, det vill säga villkorslöst eller förbehållslöst sätt. Det man slås av är, som jag redan har berört, att denna form inte är obetingad av sitt innehåll – eller med andra ord vad det är som är på modet eller *vilket* mode det är fråga om.

Återknyter vi till den tidigare jämförelsen mellan intellektuella moden och klämoden, som framstår som modets mest påtagliga uppenbarelsesform, må de vara betingade av samma grundläggande sociala form, men skiljer sig åt i fråga om varaktighet, liksom det sätt vi internaliserar, tillägnar oss – eller kanske snarare snärjs av – dem, betraktar, förhåller oss till och värderar dem. Dessa skillnader, som är relativt lätta att peka på, ger upphov till en rad frågor, som på olika sätt handlar om hur tøjbar modets sociala form är och hur den samspelar med sitt innehåll. Är det till exempel rimligt att förstå De Stora Teoretiska Berättelsernas konjunkturbetonade uppgångar och nedgångar inom samhälls- och humanvetenskapen, där det rör sig om förlopp vars varaktighet kan sträcka sig över flera decennier, som betingade av modets sociala form? Och om så är fallet, borde det då inte vara lika rimligt

att tänka sig hela epoker, som exempelvis renässansen, barocken eller romantiken med tillhörande intellektuella strömningar, som moden eller i varje fall i något slags modetermer?

Gränsen för modets varaktighet markeras av dess omvandling till det omoderna. Men även om denna omvandling, betraktad som social form, bottenar i att anslutningen till det mode det är fråga om kulminerar och faller, kan knappast konsekvenserna av den likställas för alla moden. Klädmoden mister uppenbarligen för de allra flesta människor sin estetiska attraktionskraft när de blir omoderna, men mister intellektuella moden på motsvarande sätt något när de blir omoderna? Sin sanningshalt? Sin legitimitet? Sin trovärdighet? Sin tillförlitlighet? Eller kanske allt på en och samma gång – och mer därtill?

Oaktat svaren på de frågorna torde den sociala form det handlar om här vända sig mot det intellektuella innehåll som den bemäktigar sig när den markerar övergången från det moderna till det omoderna. Om det rör sig om ett intellektuellt mode borde med andra ord något gå förlorat hos det när tillströmningen till det avtar och faller. Men exakt vad är kanske bara möjligt att ringa in från fall till fall beroende på vilken typ av intellektuellt mode det är fråga om. Även om De Stora Teoretiska Berättelserna mister något av sin intellektuella attraktionskraft när de tycks övergå från att vara på modet till att bli omoderna, förefaller exempelvis deras sanningshalt eller trovärdighet inte att ta skada av detta på något mer påtagligt sätt. Samtidigt är vägen fram till det omoderna vanligtvis mycket lång för dem, vilket gör att man kan ställa sig tveksam till om det överhuvudtaget är modets sociala form som svarar för eller bidrar till att deras attraktionskraft, användning eller stödet för dem minskar. Är det inte snarare fråga om ett förlopp som uppvisar vissa likheter – eller kanske till och med är besläktad – med modets sociala form, och närmast kan beskrivas som en social fältmekanism, genom vilken ett paradigm, teorikluster eller *Grande Théorie* påbörjar sin färd mot de teoretiska höjderna som heterodoxi och efterhand detroniserar den rådande ortodoxin och tar dess plats för att så småningom utmanas av en ny heterodoxi och själv detroniseras? Eller är detta ett av de sätt på vilket modets sociala form anpassar sig till sitt innehåll? Ja, det är absolut inte otänkbart, om man utgår ifrån att intellektuella modeväxlingar i allmänhet och i synnerhet när det är fråga om *Grande Théorie Académique* vilar på andra förutsättningar än dem som ligger till grund för exempelvis klädmodets växlingar.

Klädesplagg som är på modet eller har blivit omoderna hanterar man på ett helt annat sätt än Stora Teoretiska Berättelser, som exempelvis poststrukturalismen eller postmodernismen, för att ta två exempel vars bäst-före-

datum tycks ha passerat eller numera framstår som passé. Teorier tillägnar man sig mödosamt i akademiska sammanhang, investerar arbete och tid i dem, utvidgar sin förståelse av dem, använder och prövar dem empiriskt, utvärderar dem genom att identifiera deras starka och svaga sidor, och så vidare; samtidigt sker detta knappast utan sidoblickar på deras ställning i forskarsamhället i stort, exempelvis i form av i vilken mån de används, erkänns, konsekreras, kritiseras och olika forskare sluter upp bakom eller ansluter sig till dem. Och i det här sammanhanget är det kanske de sidoblickarna som bäst fångar in vad som är rimligt att beteckna som intellektuellt mode...

Kanske ja, men i så fall får man tänka sig att modets sociala form har nästlat sig in i, vävts samman med eller utgör en sida av ett mer komplext förlopp, som därigenom har en mindre *ren* eller *uppenbar* karaktär av mode. Som sådant skulle man kunna beteckna det som en svag form av mode, till skillnad från modeformer som avtecknar sig på ett starkare sätt, som till exempel klädmodet.

Så sett torde det givetvis också vara svårare att *identifiera* svaga moden *som* moden i jämförelse med starka moden. Men det är även, på ett mindre uppenbart sätt, tänkbart att konsekvenserna eller effekterna av de förra är svagare än av de senare. Till exempel genom att det som har form av svagt mode inte döms ut lika starkt, inte mister sin attraktionskraft lika påtagligt eller inte överges lika lätt när det blir omodernt som det som har karaktär av starkt mode. Men å andra sidan borde detta också innebära att svaga moden är svårare att genomskåda och därigenom lättare verkar bakom ryggen på dem som fångas av dem.

Det är möjligtvis något som bidrar till att det är svårt att ringa in i vilken mån samhälls- och humanvetenskapernas succession av Stora Teoretiska Berättelser kan förstås som intellektuella modeväxlingar. Måhända handlar det också om att sådana växlingar är svårare att urskilja på De Stora Teoriernas nivå än andra nivåer, där mindre komplexa och varaktiga företeelser med lägre densitet lättare låter sig bemäktigas av modets sociala form. Till de senare kan exempelvis de modebegrepp, -termer och -ord som från och till cirkulerar i så gott som alla intellektuella, inklusive akademiska sammanhang räknas. Ord som fångas upp ur olika teoretikers fataburer, sprids fort och brukas flitigt, i vissa fall så flitigt att de snabbt antar karaktär av jargong, för att så småningom användas allt mindre och till slut tas ur bruk.

Sådana ord är så gott som utan undantag metonymiskt kopplade till olika teoretiker som i sin tur företräder en *Grand Theory*, för att använda ett begrepp som i dag framstår som överspelat men användes flitigt i 1950- och 60-talens sociologiska diskurs. Det går dock även att peka på ord, termer och begrepp

som initialt sett eller under en viss tid har gett intryck av att vara på modet, men efterhand tycks ha brutit sig ur modets sociala form genom att inte bli omoderna eller gå ur tiden. Till dessa hör exempelvis Bourdieus begreppstriptyk kulturellt kapital-habitus-fält, liksom Foucaults diskursbegrepp, som har integrerats på ett till synes fast sätt i samhällsvetenskapens och humanioras normprosa, begreppsförråd och vokabulär. Detsamma kan däremot knappast sägas om det en gång i tiden så populära ordet ”interpellation” (Althusser), och fortfarande återstår att se vilket öde som i det avseendet väntar ord som ”rhizom” (Deleuze och Guattari) eller ”aktant” (Latour) i framtiden... men känns det inte som att deras attraktionskraft avtar?

Men detta gör dem knappast mindre fruktbara teoretiskt sett, lika lite som De Stora Teoretiska Berättelserna kan betraktas som vederlagda när de framstår som överspelade eller omoderna. Överspelad men inte vederlagd – däri ligger, tycks det, en väsentlig del av kruxet med att få grepp om intellektuella moden: om det inte primärt är sanningsanspråk som avgör ödet för intellektuella strömningar, vilar sannolikt detta öde delvis i modets händer, men på ett dunkelt och tvetydigt sätt, eftersom modets form i dessa fall framstår som svag...

Referenser

- Baudelaire, C. (2006): *Konstkritik*, Stockholm: Ellerströms.
- Benjamin, W. (1969): *Bild och dialektik*, Lund: Bo Cavefors.
- Bjurström, E. (2016): *Det moderna smakspelet. Tid, smak, mode*, Stockholm: Carlssons.
- Kawamura, Y. (2007): *Modeologi. En introduktion till modevetenskap*, Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.
- Marx, K. (1970): *Kapitalet. Kritik av den politiska ekonomin. Första boken*, Lund: Bo Cavefors.
- Simmel, G. (2012): ”Modets filosofi”, i Sara Danius, Cecilia Sjöholm & Sven-Olov Wallenstein (red.): *Aisthesis. Estetikens historia del 1*, Stockholm: Thales.

Från potlatch till techlash

– om regleringen av digitala plattformar

PETER JAKOBSSON

Det tycks falla sig naturligt att tänka på diskussionen om internet och digitala medier – appar, spel, plattformar, skärmar, sociala nätverk, osv. – i termer av en pendelrörelse. Under 2000-talets första decennium förknippades internet med ord som kreativitet, gemenskap och samarbete. Internetanvändare påstods vara aktiva deltagare i ett öppet och dynamiskt kommunikationssystem och inte längre passiva massmediekonsumenter. Att vem som helst kunde göra sin röst hörd på internet sågs som uteslutande positivt och de plattformar som möjliggjorde detta ansågs bidra till att stärka demokrati, frihet och jämlikhet.

Nu när pendeln till synes vänt talas det om en ”techlash”, framförallt riktad mot de marknadsledande plattformsföretagen från Silicon Valley. Företagen och deras produkter förknippas nu med ord som populism och propaganda och de beskylls för att utgöra ett hot mot den personliga integriteten och för att vara slutna från insyn och politisk reglering. Det påstås att de är polariserande, att de splittrar samhällen och gemenskaper, och att de varit en del av processer som lett till våldsutövning – till och med folkmord (Gelin & Pettersson, 2018). Dessutom orsakar de depressioner, medför läs- och koncentrationssvårigheter samt är starkt beroendeframkallande. Om inte det vore nog så undergräver de legitimiteten och auktoriteten hos de politiska institutionerna och de institutioner som arbetar med kunskap och vetande. Tvärtemot vad som tidigare har sagts hotar dessa företags verksamheter således demokratin och gör människor mindre fria och jämlika.

Denna förändring gällande de teman som dominerar diskussionen om internet och sociala nätverksmedier tycks även sammanfalla tidsmässigt med en omsvängning i den politiska inställningen till internet och gällande det politiska behovet av att reglera de dominerande internetföretagens verksamheter. Till skillnad från när till exempel radio och TV etablerade sig som massmedier så har inställningen från lagstiftarna i relation till webben och internet sedan 1990-talet varit relativt ”hands off”. Men nu genomförs en rad åtgärder, framförallt av EU-institutionerna, samtidigt som det väcks ännu fler förslag på reglering som försöker att ta sig an internet och de sociala medieplattformarna.

Ett av motiven bakom den länge dominerande inställningen att internet-regleringen skulle genomföras med en lätt hand, som framkom i det empiriska materialet under mitt avhandlingsarbete (Jakobsson 2012), var idén att politiker inte kunde förutse vilka affärsmodeller som skulle visa sig framgångsrika. Kloka politiker skulle vänta med reglering till efter det att marknaden urskiljt vinnarna från förlorarna. Denna övertygelse är i sin tur del av ett övervägande nyliberalt influerat medieregleringsparadigm som spelat en central roll i den europeiska mediepolitiken sedan början av 1980-talet (Van Cuilenburg and McQuail, 2003; Freedman 2008).

Min avhandling skrevs inom ramarna för en doktorandtjänst på Södertörns högskola, vilken hade möjliggjorts av ett forskningsprojekt som leddes av Göran Bolin och finansierades av Östersjöstiftelsen. Göran var även min huvudhandledare genom hela forsknings- och skrivprocessen. Ursprungligen var det tänkt att avhandlingen skulle handla om mediebruk och fildelning och att jag skulle utnyttja survey-data från den longitudinella och komparativa studien *Skiftande medielandskap* som Göran hade arbetat med sedan 2002. Tack vare Görans tillåtande och tålmodiga handledarstil var det dock möjligt för mig att arbeta med många olika sorters material, frågor och teoretiska ingångar, innan avhandlingen tog form.

Vissa kopplingar mellan den färdiga avhandlingen och den ursprungliga projektplanen fanns dock. En föreställning bland fildelarna – åtminstone de ideologiskt motiverade och övertygade – var att internet är en teknisk plattform som är oförenlig med en marknadsekonomi. Främst på grund av svårigheten att ta betalt för digitala varor och enkelheten i att dela med sig av dem. Internet är således, resoneras det, en idealisk teknisk infrastruktur för en gåvoekonomi (Bolin, 2012) snarare än en kapitalistisk marknadsekonomi. Internet kan jämföras med en potlatch – en offerfest – där användarna försöker att trumfa varandra med att erbjuda den mest värdefulla gåvan, i form av programvara, film och musik, wikipedia-inlägg, osv.

Vad som kom att intressera mig i mitt avhandlingsarbete var dock det faktum att det var fler än fildelare som ville vara med på festen och ta del av nätets gåvoekonomi. De flesta av dagens framgångsrika internetföretag bygger på eller har sitt ursprung i en ekonomisk modell där otydligheten kring vem eller vad det är som utgör varan och vem som är säljare och köpare (Bolin, 2009) bidrar till modellens attraktionskraft – både för användarna och för företagen. Internets gåvor – bestående av personlig information och användargenererat innehåll – identifieras på företagets plattformar, paketeras om och omvandlas till en del av företagets prissatta ”erbjudande” till mark-

naden. Den positivt laddade aura som omgav plattformsföretagen bidrog förstås till att upprätthålla föreställningen om det rättfärdiga i detta utbyte av gåvor, tjänster och gentjänster.

Men så svängde alltså pendeln plötsligt åt andra hållet. Eller? Det jag ämnar diskutera i det här kapitlet är just förändringens natur. Mer specifikt kommer jag att diskutera begreppet ”techlash” och den teori om samhällelig förändring som antyds vid användningen av begreppet. I språkrådets nyordslista definieras ordet som en ”reaktion mot stora företags dominans på internet och mot teknologins stora betydelse i vardagslivet”. När begreppet används görs det för det mesta med det implicita antagandet att det är en reaktion som kan ges ett, mer eller mindre, specifikt datum. Framförallt pekas perioden 2017–18 ut som då ”allt hände”. Genom att följa upp några av trådarna i min avhandling vill jag lyfta fram upptakten till denna påstådda brytpunkt och på så sätt närmare belysa uppfattningen om att det just under dessa två år sker en plötslig förändring i det allmänna medvetandet och hos lagstiftarna.

Begreppet ”techlash” används framförallt i journalistiska sammanhang, men det finns också medievetenskapligt intressanta frågeställningar att utforska i relation till begreppet. Dels gällande sådana frågor om hat och motstånd mot medier som Trine Syvertsen diskuterar i ett annat kapitel i den här boken. Dels gällande frågor om generation och medier. Hur påverkar dylika, till synes vitt spridda, omsvängningar i uppfattningen om en tidsperiods dominerande medieteknologi känslan av att tillhöra en specifik mediegeneration? I anslutning till detta väcks också frågan om mediernas generella betydelse för samhällelig förändring och framförallt för hastigheten på sådan förändring. Hur mycket snabbare är historiens pendelrörelser idag jämfört med tidigare och vilken roll spelar nätets snabba kommunikationsmönster för denna sociala acceleration (Rosa, 2015)? Den medievetenskapliga frågeställning som ligger närmast till hands för mig att knyta an till handlar dock, som redan antytts, om förändringar i dominerande ideal inom mediepolitiken. Föreställningen om en techlash ligger nära vad Cuilenberg & McQuail (2013) kallar ett paradigmskifte inom medieregleringen, det vill säga ett skifte i lagstiftares och andra policyprofessionellas uppfattning om medieregleringens mål och medel. Den fråga som inställer sig är därmed om det som kallas för en ”techlash” också är ett sådant paradigmskifte. Det finns inte utrymme att göra en uttömmande utredning av den frågan i det här kapitlet, men jag kommer att diskutera några möjliga svar i kapitlets avslutande del.

Pendelrörelser i den offentliga diskussionen om internet

I det här avsnittet försöker jag att få ett grepp om den offentliga diskussionen om internet, och det upplevda behovet av reglering av internet, från 2010-2018. Materialet jag använder mig av är populärt hållna böcker om internet, plattformar och sociala nätverk. Böckerna är hämtade från årsbästaistor som publicerats av tidskrifter som Wired och olika teknik- och policybloggar. En del av upphovspersonerna är akademiker, andra är journalister, och åter andra författare som försörjer sig på att skriva böcker om teknik och internet. Framst handlar det således om böcker som inte enbart, eller ens i första hand siktar på en akademisk publik, utan är ämnade att hamna på bokhandlarnas topplistor. Det medför att böckerna ofta är tillspetsade och relativt enkla att dela upp i vad som kan kallas för tekno-optimister och tekno-pessimister (jmf. Fleischer 2017). En anledning att utgå från ett sådant material här är att sådana böcker var en del av det empiriska materialet i min avhandling, vilket möjliggör en jämförelse med en tidigare tidsperiod. Som jag argumenterar för i min avhandling är också den här sortens böcker, på grund av viljan till ett brett tilltal, ett tacksamt analysmaterial för att upptäcka kulturella för-givettaganden och för att undersöka hur ramarna för det offentliga samtalet ser ut vid en viss tidpunkt.

För att skapa en jämförelsepunkt till den undersökta perioden kan det dock som sagt vara användbart att inleda med ett par nedslag åren innan decennieskiftet 2010. Till exempel kan 2006 lyftas fram som ett märkesår för internetoptimismen då både Henry Jenkins (2006) bok *Convergence Culture* och Yochai Benklers (2006) bok *Wealth of networks* publiceras det året. Båda böckerna ger uttryck för en optimistisk och hyllande syn på internet som en möjliggörare av en friktionsfri samverkan och förstärkande relation mellan marknader och politiska och kulturella demokratiska processer. De båda böckerna utgör ett par av de främsta exemplen i Kreiss, Finn och Turners (2010: 243) beskrivning av den ”utopiska ortodoxin” inom diskussionen om internet under slutet av 00-talet.

Stämningen är fortsatt god två år senare då både Lawrence Lessigs (2008) *Remix*, Clay Shirkys (2008) *Here comes everybody* och Chris Andersons (2008) *The long tail* publiceras. Lessig menar att internet leder till en kultur som präglas av ett mer aktivt förhållningssätt från mediernas publik och ett mer jämlikt förhållande mellan producenter och konsumenter. Shirky hävdar i samma anda att internet sänker trösklarna för deltagande och samarbete på ett sätt som gör att de institutioner och byråkratier som byggts upp av stat och marknad blir alltmer överflödiga. Funktionerna hos dessa kan därmed

tas över och utföras av ”vanliga” internetanvändare. I *The long tail* hävdar Andersson att sjunkande lagrings- och distributionskostnader leder till att den medieekonomiska logiken med blockbusters och best-sellers ersätts av en logik där även nischmarknader blir ekonomiskt lönsamma för medieföretagen och att vi därigenom får en kulturell diversifiering där tidigare förbisedda publikgrupper får sina intressen och behov tillgodosedda.

Optimismen är inte heller över när Chris Andersson (2009) publicerar sin nästa bok, *Free*, året därpå eller när Clay Shirky (2010) publicerar sin uppföljare *Cognitive surplus* 2010. I *Free* utvecklar Anderson argumenten från den föregående boken och argumenterar för att utvecklingen på internet leder mot att, bland annat kulturella uttryck, i framtiden kommer att göras tillgängliga utan någon ekonomisk kostnad för konsumenterna. Shirky diskuterar i sin bok hur plattformar på internet använder sig av internetanvändarnas överskott på tid och tankekapacitet för att generera saker som är värdefulla för individer och samhället. Samma år kommer också Kevin Kellys (2010) bok *What technology wants*, som enligt förlagsinformationen erbjuder ett ”optimistiskt perspektiv på hur mänskligheten och tekniken förenas för att skapa fler möjligheter i världen och beskriver hur teknologin kan ge vårt liv en djupare mening”.

En titt på årsbästa-listorna från 2010 erbjuder dock en betydligt mer blandad läsning än föregående års listor. Under 2010 publicerar sig en rad författare vars författarskap under de kommande åren kommer att bana väg för en slags böcker som har en allt annat än optimistisk syn på internet. Exempelvis Tim Wu (2010) lyfter i *The Master Switch* frågan om monopol och marknadsdominans. Han diskuterar hur den öppna och innovativa nätmiljön utvecklats i samma riktning som tidigare medie- och informationsindustrier – mot att allt mer makt ligger i händerna på allt färre företag. Nicholas Carrs (2010) *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains* har ett mer individualistiskt perspektiv och argumenterar för att internet gör människor dummare genom att uppmuntra till ett ytligt förhållningssätt till information och kunskap och förhindrar den sorts djupa och koncentrerade läsning som böcker inbjuder till. Även Jaron Lanier (2010) inleder sin svit av teknikpessimistiska böcker 2010 med *You are not a gadget: A manifesto*, vilken gör upp med de idéer om hur internet främjar samarbete och kreativitet som varit dominerande under det föregående decenniet. Massorna på internet är varken kreativa eller intelligenta, menar Lanier, utan driver på utvecklingen mot kulturell likriktning och pöbelvälde.

Året därpå fortsätter i samma anda som det föregående. 2011 publiceras Evgeny Morozows (2011) *The Net Delusion* som diskuterar hur internet inte

alltid förstärker demokratin. I länder med auktoritära regimer har internet tvärtom inneburit en hårdare kontroll över människor och gett staten utökade möjligheter att kontrollera informationsflödet. Samma år publiceras Eli Parisers (2011) *Filter Bubble*, som i titeln på boken lanserar ett begrepp som blir tongivande för många diskussioner om internet under de följande åren. Insikten att internetföretagen samlar in mängder av information om sina användare var inte ny, men Parisers bok gav aktualitet åt uppfattningen att plattformsföretagen använder denna information för att stänga in internetanvändarna i sina egna världar och avskärma dem från människor med andra åsikter och uppfattningar än de själva. Isolering och ensamhet är även temat för en annan bok samma år, nämligen Sherry Turkles (2011) *Alone Together*, vilken skulle komma att inleda den idag allt vanligare diskussionen om huruvida internet och sociala medier leder till depressioner och andra psykiska sjukdomar.

Denna inriktning på bokutgivningen fortsätter sedan under 2010-talet med en rad titlar på liknande teman. Förutom fler böcker av de ovan nämnda författarna så figurerar till exempel titlar som Foxman och Wolfs (2013) *Viral hate*, Nicco Meles (2014) *The End of Big: How the Internet Makes David the New Goliath*, O'Neils (2016) *Weapons of math destruction*, Cohens (2017) *The Know-It-Alls: The Rise of Silicon Valley as a Political Powerhouse and Social Wrecking Ball*, Watcher-Boecchers (2017) *Technically Wrong: Sexist Apps, Biased Algorithms, and Other Threats of Toxic Tech*, samt Jamie Bartletts (2018) *The People vs Tech: How the Internet is Killing Democracy (and how we save it)*, bland titlarna på teknik- och policyexperternas årsbästaistor. Förutom att fortsätta på den pessimistiska trenden så adderar de ovan angivna titlarna nya teman till litanian mot internet och plattformsföretagen. Algoritmer, Big data, artificiell intelligens, m.m. bidrar med nya begrepp och nya grunder för att förkasta företagen från Silicon Valley.

Alla böcker som dyker upp på topplistorna ger dock inte en rakt igenom negativ bild av internet. Exempelvis Meles (2014) *The end of big* skriver under på de flesta av de påstådda förändringar som lyftes fram under diskussionerna om Web 2.0 på 00-talet. Utgångspunkten för Meles är således också att internet möjliggör för vem som helst som har en idé, åsikt eller uppfinning att få stor spridning för denna, utan att det krävs att personen redan har tillgång till socialt, kulturellt eller ekonomiskt kapital. En skillnad mot tidigare är dock att för Mele ses detta inte enbart som positivt. Tvärtom vänder Mele ofta på perspektivet och påstår att de sänkta trösklarna har en mängd negativa effekter på kulturen och samhället, gällande till exempel journalistik och politik.

I boken *Samtider: perspektiv på 2000-talets idéhistoria* ger Rasmus Fleischer (2017) en översikt över dominerande föreställningar om ”internets väsen” under det första decenniet efter det senaste millennieskiftet. Han fångar upp de stämningar som jag skissat ovan och som jag utforskat mer ingående i min avhandling, men menar också att det sker ett skifte i diskussionen om internet i slutet av decenniet. Han förlägger detta skifte till 2008, med en ytterligare nedgång 2010, och sätter skiftet i samband med krisen i världsekonomin under 2008. Det fortsatta intresset för internet-optimisterna Chris Anderssons (2009) och Clay Shirkys (2010) idéer menar Fleischer är en slags kulturell eftersläpning och ett undantag från den generella trend som inleds 2008. Den globala ekonomiska nedgången gör det svårare för de redan kämpande traditionella medieföretagen att få sina affärsmodeller att fungera, vilket i sin tur leder till att den tidigare viljan att anpassa sig till och omfamna internet avtar och att ett mer kritiskt förhållningssätt till nätet och de ledande internetföretagen blir vanligare bland journalister och andra författare. Fleischer föreslår inte det själv – eftersom hans kapitel skrevs innan begreppet techlash populariserades – men kanske kan hans text läsas som ett argument för att begreppet techlash ska användas för året 2008 eller 2010 snarare än 2017. Utifrån den översikt som givits ovan menar jag dock att det finns anledning att titta närmare på en längre tidsperiod än ett specifikt år om man vill förstå techlash-fenomenet, vilket diskuteras närmare i kapitlets avslutande del.

Bryssel och Silicon Valley

Det finns, som diskuterats inledningsvis, en uppfattning om att EU sedan 2017 inlett en offensiv mot Silicon Valley. Lett av Margrethe Vestager, den danska EU-kommissionären med ansvar för konkurrensfrågor, sägs EU flyttat fram positionerna i relation till nätföretagen och intagit en ledande roll i internetregleringen globalt. Att det handlar om en policyoffensiv från EU:s sida visar sig också i att tech-företagen själva spenderar mycket mer än tidigare på lobbying i Europa. Google spenderade till exempel över sex gånger så mycket pengar på lobbying i EU 2017 som de gjorde sex år tidigare. Men även om effekterna av EU:s offensiv blev synliga under främst 2017 är detta ett resultat av processer som inleddes långt tidigare. Offentliggjorda beslut och lagar har ofta en lång historia av revisioner och diskussioner i olika fora bakom sig. I det följande avsnittet ska jag därför återvända till en annan materialtyp som jag använde i min avhandling och jämföra EU-parlamentets

och kommissionens agerande (i form av direktiv, rekommendationer och utredningar) på internetområdet under 2010-18 med de föregående åren.

Under inledningen av perioden 2010-18 ligger inställningen fast från från föregående år att en lätt hand i regleringen av internet är att föredra. Som exempel på detta kan de strandade förhandlingarna kring det internationella handelsavtalet ACTA lyftas fram. Avtalet handlade bland annat om en samordning och en förstärkning av den internationella upphovsrättsregimen och avtalet var hårt kritiserat på grund av avsaknaden av transparens och demokratisk legitimitet gällande de förhandlingar som lett fram till den slutgiltiga texten. Bland kritikerna av avtalet fanns inte endast organisationer med demokratifrågor på agendan utan också internet- och teleleverantörerna var kritiska. Att EU under 2012 slutligen valde att inte signera avtalet låg således i linje med EU:s tidigare ställningstaganden om att inte använda upphovsrätten på ett sätt som kan hindra internetutvecklingen. Inte heller Edward Snowdens avslöjande under 2013 att USA med hjälp av bland annat Google, Apple och flertalet europeiska stater, övervakade europeiska medborgare fick, åtminstone enligt vissa forskare (Pohle and Audenhove, 2017), några konkreta efterverkningar i lagstiftningen. Om något så stiftades lagar i flera europeiska länder som juridiskt möjliggjorde det som tidigare pågått i det tysta.

Redan under 2010 fanns det dock tecken som pekade i en annan riktning. I det tysta hade EU börjat utreda om Google använde sin marknadsledande position på ett sätt som hämmar konkurrensen på internet. Under de följande åren inleder EU sedan flera undersökningar om brott mot konkurrens- och skattelagstiftning mot Google, men också mot andra företag som Facebook, Amazon och Apple. 2014 antar Europaparlamentet en resolution riktad mot Google – i lätt förtäckta ordalag – och som handlar om att förhindra nätföretag från att utnyttja en dominerande marknadsposition på ett sätt som hämmar konkurrensen på till exempel sökmarknaden eller annonsmarknaden. Resolutionen antas kort efter att Margrethe Vestager har tagit platsen som kommissionär med ansvar för konkurrensfrågor och sänder således en signal både till henne och till nätföretagen om EU-parlamentets vilja till skärpt reglering och krav på en ökad följsamhet på området. Även om Vestager, som sagt, på senare tid har fått fungera som en slags galjonsfigur för techlashen från EU så är det alltså inte enbart på eget initiativ som kommissionären tagit sig an uppgiften att leda EU:s offensiv mot Silicon Valley. När det så småningom under 2017 och 2018 blir dags för Google, Apple, Facebook och Amazon att betala dryga bötesbelopp eller att betala in undanhållna skattepengar är det alltså processer som startat många år tidigare.

Samma sak kan sägas gällande många av de nya regleringar och lagar riktade mot nätplattformarna som dyker upp under 2016–18, till exempel dataskyddsdirektivet, uppdateringen av direktivet om audiovisuella medietjänster, upphovsrättsdirektivet, och rekommendationerna angående hanteringen av uppladdat illegalt material.

Processerna kring det nya dataskyddsdirektivet som uppdaterar det äldre EU-direktivet från 1995 inleds på initiativ av kommissionen 2012. Detta leder under 2016 fram till Dataskyddsförordningen, också känd som GDPR, vilken tvingar nätplattformarna att göra vissa justeringar i både sina användaravtal och gällande hur de hanterar personuppgifter. Dataskyddsförordningen gör också plattformarna skadeståndsskyldiga efter personuppgiftsläckor liknande dem som drabbat både Facebook och Google under 2018 och även om lagstiftningen var omdiskuterad i Europa så finns det uppgifter om att den inspirerat andra dataskyddslagstiftningar internationellt.

Uppdateringen av direktivet om audiovisuella tjänster som blev färdig under hösten 2018 hade i sin ur inlets under 2013 med ett så kallat green paper från kommissionen. I sin skrivelse noterar kommissionen bland annat en ökande konkurrens från amerikanska plattformar för strömmande media och beklagar att de europeiska företagen inte kan erbjuda motstånd mot den amerikanska konkurrensen. Den fem år långa processen landar slutligen i en uppgörelse som bland annat tvingar strömningstjänster som Netflix att erbjuda en större andel europeiska filmer och serier till sina europeiska kunder.

Det nya upphovsrättsdirektivet som slutförhandlas först under 2019 innehåller detaljer som har sitt ursprung fem år tidigare. 2014 föreslår den nyttillträdde kommissionären Gunther Oettinger en så kallad Google-skatt på europeisk nivå som innebär att företaget ska betala en avgift för att länka till upphovsrättsskyddat material på internet. Modellen är hämtad från Spanien och Tyskland och mycket omdebatterad bland annat på grund av den spanska lagstiftningen som ledde till att Google News lade ner sin verksamhet i landet. 2018 blir dock en variant av denna ”skatt” verklighet genom Direktivet om upphovsrätt på den digitala inre marknaden vars artikel 11 innebär att just nyhetstjänster ska erbjuda ekonomisk ersättning för att länka innehåll från nyhetsproducenter.

Ett sista exempel på processerna bakom de senaste årens techlash är diskussionerna om nätplattformarnas skyldighet att plocka ner olagligt material som laddas upp av användarna. Ansvarsfördelningen har tidigare sett ut som så att plattformarna endast varit skyldiga att plocka ner material efter att de har gjorts uppmärksamma på innehållet. Under 2015 intensifieras dock diskussionerna och EU sätter press på plattformarna att vara mer proaktiva i

sitt förhållande till illegalt material. Framförallt gäller det material som innebär uppmaningar till terrorhandlingar och yttranden som utgör hatbrott, men också barnpornografi och material som bryter mot upphovsrättslagen. På detta område gäller fortfarande självreglering men kommissionen utfärdade 2018 en rekommendation som utlovade kommande lagstiftning om plattformarna inte följer kommissionens rekommendationer om bland annat automatiserade procedurer för att upptäcka och plocka bort olagligt innehåll.

Mycket pekar således i riktningen mot en hårdare kontroll och reglering av plattformsföretagen. Men steg i denna riktning tas alltså åtminstone så tidigt som 2010. Samtidigt pekar inte allt som EU gör under den aktuella perioden i samma riktning. Som en del av strategin för att skapa en digital inre marknad som inleddes 2015 beställdes till exempel en rapport som skulle analysera plattformarnas roll på marknaden och som skulle undersöka de eventuella problemen med bristen på transparens gällande sökresultat, prisättning, och den information som plattformarna samlar in om sina användare och kommersiella partners. Denna utfästelse följdes upp av flera löften, eller hot, om att åtgärder i form av reglering och lagstiftning riktad specifikt mot de stora nätplattformarna skulle komma på plats. Någon sådan reglering har dock hittills inte realiserats och det verkar inte heller längre finnas några sådana planer.

Det är därmed inte självklart att man ska tolka EU:s agerande under perioden 2010–2018 som en offensiv riktad specifikt mot nätplattformarna eller amerikanska företagsintressen. Det är en tolkning som allt oftare kommer från företagen själva och från deras branschorganisationer. Även amerikanska presidenter – både Barack Obama och Donald Trump – har uttryckt missnöje med hur EU behandlar de amerikanska nätföretagen. Obama anklagade i ett av sina tal EU för att gömma sina motiv att främja europeiska företag bakom förment demokratiska principer (Zhou, 2018). Utan tvekan liknar också en del av EU:s agerande ett handelskrig mot amerikanska intressen. De höga bötesbeloppen som delats ut kommer säkerligen ha betydelse för hur företagen kommer att agera framöver. Mycket lagstiftning har också kommit på plats som på ett eller annat sätt berör plattformsföretagen. Däremot saknas ännu lagstiftning som på allvar försöker att moderera plattformsföretagens dominans på nätet och den definitionsmyndighet (se Couldrys kapitel i denna bok) som de kommit att besitta.

Avslutande diskussion

Är ”teclash” ett användbart begrepp för att förstå omsvängningen i synen på internet, nätplattformar och sociala nätverksmedier som skett under senare år? Det beror förstås på vad man lägger in i begreppet. Men när ordet ”teclash” används så är det oftast, som nämnts ovan, på ett sätt som antyder en snabb och samfällig förändring i både det allmänna medvetandet och i agerandet från lagstiftarna. Förändringen sätts också i samband med medialt uppmärksammade händelser som förhören av höga chefer från Silicon Valley i EU-parlamentet och amerikanska kongressen, stora bötesbelopp riktade mot specifika företag, etc. Begreppet ger också en bild av att lagstiftarna reagerar i relation till specifika händelser som till exempel spridningen av falska nyheter under det amerikanska presidentvalet och Cambridge Analytica-skandalen. Detta är i och för sig inga orimliga antaganden och det ligger förmodligen ett korn av sanning i det mesta av detta. Men samtidigt tenderar ordet teclash också att dölja en mer banal, vardaglig och långsammare process av små förändringar, både i människors uppfattningar om internet och i verksamheten i olika lagstiftande organ. Undersökningar som *Svenskarna och internet* (2018) visar att de flesta använder internet precis som tidigare och inte ändrat nämnvärt på hur de delar med sig eller tar del av information på nätet. Samtidigt har vi sett hur de lagar och förordningar som kommit på plats under de senaste åren är resultatet av ett långvarigt arbete.

Ordet teclash tycks också föreslå att fascinationen och optimismen inför internet och sociala nätverksmedier var en trend och att denna nu ebbat av och ersatts av en motsatt trend. Kritiker av de stora amerikanska plattformsföretagen avfärdas nu också i diskussionen i USA som delar av en ”hipster antitrust movement” (Meyer, 2018). Det finns ökande krav i USA på att de stora plattformsföretagen ska brytas upp i flera företag eller på andra sätt hindras från att använda sin position för att konkurrera med företag även inom andra branscher – åtgärder som USA tidigare vidtagit mot dominerande företag som AT & T, Bell och IBM. Att hävda att sådana argument är del av en trend – och att jämföra antitrust-rörelsen med bokbinderi och digital detox (andra hipsterfenomen) – gör det lättare att avfärda argumenten eftersom trender är övergående och saknar djupare orsaker och förklaringar.

Ett sista problem med berättelsen om en pågående teclash är utgångspunkten att någonting verkligen har förändrats på djupet och att spelplanen nu ser annorlunda ut för plattformsföretagen. Som vi har sett har det bevisligen tillkommit en rad nya regleringar riktade mot de sociala medieplatt-

formarna och en del företag har tilldelats kännbara straff för enskilda tillkortakommanden. Trots det är det för tidigt att säga om detta kommer att medföra förändringar av bestående art. De åtgärder som tagits är till exempel främst baserade på konkurrens- och skatteregler och ligger därmed i linje med det ”nyliberala” regleringsparadigm som i första hand förstår mediereglering som en fråga om ekonomisk tillväxt och konkurrenskraft. Någon grundläggande förändring i synen på lagstiftarens uppdrag eller medieregleringens syfte handlar det således inte om. Det är också oklart om konkurrenslagstiftning är ett tillräckligt eller passande instrument för att motverka de negativa effekterna av nätplattformarnas makt (Daly, 2017). En oroväckande tendens är samtidigt att den ökade regleringsiver som trots allt finns när det gäller nätplattformarna, sammanfaller med en ökad iver i många stater att på nationell nivå politiskt kontrollera medierna – både kommersiella medier och public service-medier. Offensiven mot nätplattformarnas spridning av falska nyheter sammanfaller med tendenserna i till exempel Frankrike, Italien, Polen och Ungern att använda statens makt för att tysta misshagliga medieröster nationellt.

I denna sistnämnda tendens finns också någonting som ligger i linje med hur van Cuilenberg & McQuail (2013) beskriver framväxten av ett nytt regleringsparadigm under 1980- och 90-talet. Van Cuilenberg & McQuail menar att medieregleringen traditionellt består i dels en massmediepolicy och dels en telekommunikationspolicy och att framväxten av en specifik internetreglering kan beskrivas som att värden och medel traditionellt förknippade med telekommunikationspolicy – industriell tillväxt, konkurrenslagstiftning – kom att kolonisera medieregleringsfältet i stort. Om vi nu ser konturerna av ett nytt regleringsparadigm så kan det således beskrivas som en motsatt rörelse, genom vilken företag som traditionellt behandlats som telekommunikationsföretag, eller som möjliggörare av kommunikation, allt oftare behandlas som nyhets- och medieföretag och som producenter av kommunikation och information. Eventuellt ser vi också ett återupplivande av vad som kan beskrivas som en av baksidorna av mediepolitiken från public service-eran, dvs. perioden 1945–1980, nämligen en paternalistisk impuls att styra innehållet i medierna, samtidigt som de positiva sidorna av denna politik – i form av ett statligt ekonomiskt ansvarstagande för att säkra mångfald och oberoende – alltmer ifrågasätts.

Referenser

- Anderson, C. (2008) *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hyperion.
- Anderson, C. (2009) *Free: The Future of a Radical Price*. London: Random House Business.
- Bartlett, J. (2018) *The People Vs Tech*. London: Random House.
- Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Bolin, G. (2009) Symbolic Production and Value in Media Industries. *Journal of Cultural Economy* 2(3): 345–361.
- Bolin, G. (2012) The forms of value: Problems of convertibility in field theory. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society* 10(1): 33–41.
- Carr, N. (2010) *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. New York: W.W. Norton.
- Cohen, N. (2017) *The Know-It-All: The Rise of Silicon Valley as a Political Powerhouse and Social Wrecking Ball*. London: Oneworld.
- Daly, A. (2017) Beyond 'Hipster Antitrust': A Critical Perspective on the European Commission's Google Decision. *European Competition and Regulatory Law Review* 1(3): 188–192.
- Dean, J. (2002) *Publicity's Secret: How Technoculture Capitalizes on Democracy*. Ithaca & London: Cornell University Press.
- Fleischer, R. (2017) Nätutopier och nätdystopier: Om 2000-talets sökande efter internetns väsen. I: *Samtider: Perspektiv På 2000-Talets Idehistoria*. Göteborg: Daidalos: 261–303.
- Freedman, D. (2008) *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity.
- Foxman, A. H. (2013) *Viral Hate: Containing Its Spread on the Internet*. New York: Palgrave Macmillan.
- Gelin, M. and Pettersson, K. (2018) *Internet Är Trasigt*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Jakobsson, P. (2012) *Öppenhetsindustrin*. Diss. Örebro: Örebro Universitet.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kelly, K. (2010) *What Technology Wants*. New York: Viking.
- Kreiss, D.; Finn, M.; and Turner, F. (2010) The limits of peer production: Some reminders from Max Weber for the network society: *New Media & Society* 13(2): 243–259.
- Lanier, J. (2010) *You Are Not a Gadget: A Manifesto*. New York: Alfred A. Knopf.
- Lessig, L. (2008) *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Press.
- Mele, N. (2014) *End of Big: How the Internet Makes David the New Goliath*. New York: Picador.
- Meyer, R. (2018) How to Fight Amazon (Before You Turn 29). Available at: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2018/07/lina-khan-antitrust/561743/> (Hämtad 16 februari 2019).
- Morozov, E. (2011) *The Net Delusion: How Not to Liberate the World*. London: Allen Lane.
- O'Neil, C. (2016) *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown.
- Pariser, E. (2011) *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Viking.
- Pohle, J. and Audenhove, L. V. (2017) Post-Snowden Internet Policy: Between Public Outrage, Resistance and Policy Change. *Media and Communication* 5(1): 1–6.

- Rosa, H. (2013) *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*. New York: University of Columbia Press.
- Shirky, C. (2008) *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*. New York: Penguin Press.
- Shirky, C. (2010) *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. New York: Penguin Press.
- Svenskarna och internet* (2018). Internetstiftelsen.
- Turkle, S. (2011) *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Van Cuilenburg, J. and McQuail, D. (2003) Media policy paradigm shifts towards a new communications policy paradigm. *European journal of communication* 18(2): 181–207.
- Wachter-Boettcher, S. (2017) *Technically Wrong: Sexist Apps, Biased Algorithms, and Other Threats of Toxic Tech*. New York; W.W. Norton.
- Wu, T. (2010) *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires*. London: Atlantic Books.
- Zhou, L. (2018) Trump uses Google fine as ammunition against the EU. Available at: <https://www.vox.com/2018/7/19/17590376/trump-eu-trade-google> (Hämtad 13 februari 2019).

Trumpean nation branding – strange attraction and information policy¹

SANDRA BRAMAN

Whether one is for or against the Trumpean approach to presidential duties and responsibilities, it does involve a number of innovations in uses of information, communication, and culture as forms, tools, or sites of power that are worth examining with attention. This chapter's analysis of his nation branding innovations understands these developments within the context of the continuing evolution of the informational state and transformations in the nature of governance, as well as trends in information policy.

The “strange attraction” of the title comes from an important concept in the complex adaptive systems theory – chaos theory – that is increasingly being used in policy analysis. During periods of turbulence, or chaotically worse, a strange attractor can provide what becomes, in essence, a seed pearl around which a new system can form into which all within its basin of attraction is drawn. Systems generated by strange attractors have recognizable shapes, but those are loose, mutate, and are themselves chaotic; motion within the system never repeats, so it is impossible to know from the position of two points relative to each other at one point in time where they will be relative to each other at another point in time.

Strange attractors are of particular importance from an information policy perspective because information policy is, most fundamentally, parametric policy – policy that determines boundaries among systems informational, technological, and social, and at the same level, supra-, or infra- to the perceiver, decision-maker, or agent system, and that determines what can happen within and among them. It is for this reason, according to leading constitutional law scholar Laurence Tribe (1985) using other language, that all communication policy should be considered constitutional in nature. Strange attractors affect system boundaries, potentially radically, and there are many ways in which a president can do so using information policy, deforming the tools and materials of the latter in the course of doing so. We look here at

¹ Thanks to Göran Bolin for bringing nation branding to my attention. And for all of the ways in which he provides not just collegial leadership including, valuably, unusually, and very specifically, creating environments in which people are encouraged and stimulated, simply, to think.

nation branding and information policy in general, and then at Trumpean innovations in this area and their consequences.

Nation Branding and Information Policy

Nation branding relates to information policy in two ways. It is a form of information policy in its own right, and its use requires, implicates, or affects information policy of other types and their related practices as inputs or as effects. In the form of what we now call “public diplomacy,” nation branding is among the most ancient and classical – and also the narrowest – ways of defining what we mean by “information policy” (see, e.g., Reagan, 1984). At the same time, nation branding is as cutting edge as it gets in terms of using sophisticated affordances of digital technologies to confront the most nascent of emergent threats in the cybersecurity and cyberwarfare environment (Bolin, et al., 2016).

Against a map of the domain of information policy cast in terms of how laws and regulations dealing with any form of information creation, processing, flows, and use affect the identity, structure, borders, and change of the socio-techno-political systems we call states (Braman, 2006), nation branding is particularly salient. Exemplifying what is meant by “commercial nationalism,” nation branding is a technique of neoliberal governance as understood to be an

ongoing attempt to displace more direct forms of governance into the realm of the private sphere – to engage in an ongoing process of privatizing functions traditionally associated with the public sector, while simultaneously mobilizing the risks and instability associated with this process as a technique for further management of the populace. (Volcic & Andrejevic, 2011, p. 602)

In the 21st century, the information economy reached its “representational” phase, the phase in which we understand this to be an information economy because representations have replaced empirical inputs as the basis of economic and other types of decision-making (Braman, 2012). A representational economy offers conditions for the informational state that are particularly well suited to nation branding because it significantly expands opportunities to monetize political debate and associated activities. This section looks first at the features of nation branding as a type of information policy. It goes on to look at other information policy issues most commonly referenced in analyses of nation branding.

Features of nation branding as information policy

One of the most interesting features of nation branding is that it is what we can call a “policy derivative,” with a value that is vulnerable in all the ways financial derivatives are – vulnerabilities the extremity of which were experienced during the global financial crisis that began in 2008 when the value of derivatives that began with subprime mortgages disappeared. Other features of nation branding as information policy include its privatization of the development of geopolitical identity and involvement of citizens in brand “co-creation.” The use of big data exacerbates these trends by offering new approaches to the development of statistics – or rhetoric using, or about, statistics – that maximize the affordances of the representational economy.

Policy derivatives

The concept of a derivative as developed in the financial industry refers to a contract between two or more parties to value the subject of the contract as agreed. Such contracts refer to the subject of the contract as the “underlying”; for a brand, it would be that to which the brand is purporting to testify. Derivatives allow for a great deal of creativity in crafting new financial instruments and, in turn, the markets in them that can then be made. Leading up to 2008, that creativity involved bundling subprime mortgages so that their underlying quality was not evident and then dividing those bundles up into due date-based tranches as investment products, blinding investors again to the levels of risk actually involved. The market crashed when those mortgages, the underlying of these derivatives, went bad.

Treatment of the nation brand as a policy derivative raises concerns about what it does to the nature of democracy, and indeed to the nature of the state altogether. What happens if the underlying of a nation brand – what is actually going on in a country, who its people are, what they are doing, what they believe, and what they politically prefer – so diverges from its representation that trust in the value of the brand disappears altogether? Is there a means by which the underlying, the ostensible even if merely representational referent, can take back the sign? Are there nation branding policies that would prevent, defend against, and/or mitigate the effects of this kind of risk?

Privatization of production

One of the most commented-upon features of contemporary nation branding is that brands are being produced by private sector consultants rather than through any type of governmental process. Under such circumstances, “representation” loses any democratic valence as an evaluative dimension

quite separate from empirical referentiality. There can be representation that very democratically, as well as validly and reliably, indicates preferences of those in the pertinent polity, but that is not informed at all by the empirical realities of factual referentiality; contemporary nation branding practices raise concerns that both types of representation are problematic. Privatization of branding efforts takes citizenship out of the hands of citizens in the sense of having anything to say about what the country is known for, what citizens there do, and so forth (Graan, 2013).

The first societies described as “imagined” were colonial (Anderson, 1983), a point worth highlighting because although community cultural productions contributed to the sense of a shared political community, critics were concerned that the practices involved were largely top-down, uncomfortably paternalistic and not always adequately sensitive to cultural differences with long histories and great perseverance. Critiquing nation branding processes on the grounds that they are not sufficiently democratic is an even easier reach given contemporary practices, dependent as they are on private sector consultants. With the commercialization of national identity (Browning, 2015), it has become a source of political capital (Volcic & Andrejevic, 2011). The same ideas and practices considered successful within the industry, garnering certain players significant profit, are matters of deep concern to those focusing on the quality of a democracy. Features of nation branding that can negatively influence political culture and outcomes include replacing government officials as decision-makers with branding professionals from the marketing industry, replacing accountability with “facilitation”, and replacing discourse frames that focus on diverse expression with those that privilege specific collective representations (Aronczyk, 2008, p. 43).

Big data

The turn to big data meant a radical change in the kinds of information used as inputs into, or justifications for, decision-making, replacing probabilistic analyses of data with reliance upon correlations – patterns – only, ephemeral, specious, misleading, or useful as they may be (Bolin & Schwarz, 2016). Andrejevic (2013) offers the concept of “post-referential” to refer to the environment that yields, focusing on a key feature of hyperreality as understood by Baudrillard (1983), and Braman (2012) similarly thinks about how this works out in the representational economy and the political processes it affects. Models used for probabilistic calculations of course have their own critiques (see, e.g., Bolin, 2005), and these critiques go back to their earliest statistical purposes (Desrosières, 2002), but such arguments historically still

assumed an empirically referential foundation stable enough for data to be valid and reliable for analytical and policy-making use. The importance of big data as a nation branding policy tool must thus inform our understanding of surveillance – and leads to the question of whether we should think of being the subject of surveillance as a citizenship practice to be welcomed by those involved in nation brand co-creation.

Issue Areas

A myriad types of information policy may be involved in or affected by nation branding. They can include the redesign of accounting systems or the redefinition of particular variables. They might be slight changes in the sequence and number of steps through which a particular proposal has to go before an entity can act on its desire to collect and analyze particular information. They can be undertaken by government agencies most citizens will never have heard of, nor quite understand when they do. There can be radical change hidden under the guise of incrementalism, or of policy spandrels that use previously existing governance forms as architectural features that house completely different processes or substance from those for which they were originally designed (Braman, 2006).

Three information policy issues receive particular attention in the literature: public diplomacy, citizenship, and surveillance, and it is to these that this overview section is devoted. Comprehensive analysis would have to include cultural policy (Bolin & Ståhlberg, 2015; Kaneva, 2011), Internet governance (Froomkin, 2004), and other issue areas as well, but this is beyond the reach of a single book chapter.

Public diplomacy

Public diplomacy is such an obvious information policy relative to nation branding that some treat it as synonymous (Szondi, 2008). Public diplomacy is sometimes considered a “peculiarly American aberration” (Laqueur, 1994, p. 20, cited by Szondi, 2008, p. 1), but its long history is much more global. Indeed, all diplomacy has always had a “public” element in the sense that even when the content of communications involved hard power (military) matters, the discussions themselves were typically matters of public spectacle, communicative and symbolic in nature (Helmets, 2016). It was Britain that hosted the first of the world fairs that provided every national entrant an opportunity to vividly display and support its brand in one place (Bolin, 2006), and Lithuania that went to the renowned and highly influential public

relations practitioner and theorist Edward Bernays for branding assistance in 1919, upon that country's independence from Germany. Other early examples of countries that attempted to construct and sustain a nation brand deliberately and explicitly as a critical element of their public diplomacy include Poland, New Zealand, Taiwan, and Botswana (Aronczyk, 2008). It is not insignificant, though, that it has largely been marketing firms headquartered in either Britain or the United States that have been particularly successful in the branding consultancy business.

Histories of public diplomacy emphasize various moments, with a first use of the term mid-19th century but with the contemporary practices we currently identify as public diplomacy not coming into use in the United States until the middle of the 20th century (Szondi, 2008). In between came various stages of articulation of the concept, theoretical explorations, organizational and political experimentation, and further articulation of the legal and policy toolkit to support and enable such efforts. These are all developmental stages that both nation branding and public diplomacy – and public relations, for which the client is a private entity rather than one that is public – have in common; the difference, Szondi notes, is that the former requires conditions of peace in order to be effective, while public diplomacy does not. Any kind of nation branding effort involves engaging with public discourse and the media, but Szondi and others first date formal acknowledgment of the role of the press in such operations in the 1960s, in a publication from the Murrow Center. Journalists, though, saw this role for themselves in the late 19th century (Nordenstreng, 1989). President Wilson asked that the press be present for the signing of the treaty that concluded World War I (Blanchard, 1986), and the press have long had a role in the confidence- and security-building measures (CSBMs) so critical to arms control treaties (Braman, 2017).

Citizenship

As Bolin and Schwarz (2016) note, conceptualizing citizens in different ways opens up possibilities for alternative modes of action and expression. Privatization of the production of national identity is having that kind of effect on citizenship. Views of the media audience have changed over time. We were understood to be readers, viewers, and listeners, in the early 20th century. As experience with advertising and electronic mass media grew, Smythe (1977) and others realized that humans had become commodities to be sold; as we became increasingly aware of the value of information about what we do as viewers and users of media content in the digital environment, transactions involving such commodities became so important that this era

of the information economy came to be known as the “attention economy” (Goldhaber, 1997), in which the most valuable thing of all is user attention. The combination of the previously logistically, conceptually, and economically distinct practices of media production and media consumption into activities in which both are undertaken at the same time – prosumption – developed quickly once the Internet was commercialized and became available for any purpose in 1993–1994 (Ritzer & Jurgensen, 2010). Most recently, in the big data environment, individual users have begun to disappear altogether into their roles as data inputs into predictive analyses (Bolin & Schwarz, 2015). The notion of citizen co-creation of nation brands that ostensibly involves citizens in the process develops is a version of prosumption that, today, makes particular use of big data to mine the representational labor of citizens. Importantly, from the perspective of human rights, citizens involved in brand co-creation for competition states are being motivated to engage in particular behaviors and support particular efforts not out of concern for the well-being and rights of others, but merely because doing so supports the brand (Browning, 2015).

Surveillance

The literature on surveillance is vast and need not be recapitulated here. But for nation brand “co-creation” to work, citizens have to be enticed to participate in its development, and then to “live” the brand within the “brand community,” promoting it in the process (Aronczyk, 2008; Kaneva, 2011; Volcic & Andrejevic, 2011). To know whether or not things are working (and to know the return on investment), at each stage, citizens must be monitored. Two features of how that is done in today’s global digital network environment stand out – it occurs simultaneous with production and use (Arvidsson, 2006), and it is panspectral, rather than panoptic, in form (Bolin & Andersson Schwarz, 2016). Surveillance gets a great deal of attention across multiple literatures, so let us turn our attention now to Trumpean innovations in the area of nation branding and its information policy relations.

Trumpean innovations: nation branding and information policy

Nation branding effects have been both the tools and the consequences of Trump’s systematic efforts to disrupt existing organizational, political, and economic systems and relations domestically and internationally. This is not the only terrain in which Trump has been a media innovator. He introduced a

fifth type of alternative media (Braman, 2018) that yet again, as with earlier innovations in that genre in US history, raised the level of the news frame being challenged, this time to the coupling of fact producing and decision-making institutions – with uncoupling those relationships being the dimension of the news being made "alternative." Here we look first at the innovative features of Trumpean nation branding efforts and then briefly survey what this approach to nation branding means for other areas of information policy.

Although there are those social scientists who treat Trump as so exceptional that he need not be taken into account theoretically, as if what he does is utterly unique historically and will remain so into the future, and as if what he is doing is not already having significant and in many cases irreversible effects even if genuinely exceptional. Others disagree. In his discussion of some of the same kinds of speech practices under discussion here, but from the perspective of anthropological linguistics, for example, Stolee and Caton (2018) open their analysis by stating their assumption that characteristics of Trumpean speech are likely to be seen in other presidential speech going forward. Joining these authors, the position taken here is that policy innovations, once introduced and whatever their source, are likely to be seen again and can themselves generate irreversible speech effects and social dynamics.

Trumpean Branding Innovations

There are at least four ways in which Trumpean nation branding efforts can be said to be original. There is the much-commented-on equation of the nation with himself, making an individual the branding referent (the "underlying"). At the same time, a significant element of the historical referent of the brand, the government itself, is being dismantled. These are treated here as two separate dimensions of change because it is conceivable, though logistically difficult, to have change in one of these without change in the other. Historically, we have thought about foreign and domestic audiences for a nation brand, which is what made novelist Jerzy Kosinski's *Being There* (1971), in which a gardener becomes elevated to leadership as he simply repeats what he hears on TV, such delicious and literally brilliant fun but is less amusing when that character becomes embodied in presidential flesh.

It is also the first time there has been both rhetoric about and action towards establishing an official government news organization for general domestic use, an especially alarming development coming as it does with simultaneous gestures towards criminalizing "fake" news from other sources as coming from "enemies of the state" – a category that, in turn, the Trump

Administration used to justify the murder of the *Washington Post* journalist Khashoggi by the Saudis in Turkey in 2018. Finally, to my knowledge this is the first time that systematic inconstancy, disruptiveness as a reliable pattern, has characterized brand content, its production, and what we might call the metabolism of the brand. We look at each of these briefly in turn.

Equation of the nation with an individual as the branding referent

It is here that we find the most fundamental among Trump's innovations in the area of nation branding – equation of the state with a non-state entity, a single individual. This must be the apotheosis of nation branding, at least from the perspective of concerns about the extent to which the polity itself is involved in shaping and sustaining the brand – the extent to which it may be said to be democratic.

The literature on nation branding up until this point, as did “international relations” historically, has focused on the state even though, adventure-somely, that has included research on the branding of states undergoing significant political threat and demonstrable (Bolin & Ståhlberg, 2015). The need to deal with non-state actors as national security threats became evident in the second half of the 20th century, though, and non-state actors have such enormous influence when it comes to Internet governance that policy-making by definition is “global” rather than “international” because its key decision-making bodies are not comprised of representatives of geopolitically recognized states. Szondi (2008) notes that while non-state actors have similarly been of increasing interest as targets and as subjects of concern for public diplomacy, the same has not been true for nation branding.

Dissolution of the nation as an organization as branding referent

Failure of the underlying of a derivative, including a policy derivative, can be disastrous. Deliberately destroying one underlying in order to replace it with another could be a deliberate move by someone doing nation branding who does not have a strong commitment to the processes and nature of the initial referent that was underlying the brand (in the current US case, rule of law and a government peopled and informed by experts) but is, instead, happy to treat the whole – the entire government itself – as a spandrel.

This may be a cynical reading of possible motivations for what otherwise appear to be quite destructive activities, but it is an available interpretation. Certainly it is an interpretation that makes sense in a context in which the nation is being equated with an individual, as it is a means of getting the com-

petition out of the way. Shutting down the government, evacuating departments and agencies of their employees, degrading the conditions of government employment that it has become undesirable (even beyond demands of loyalty that may be unconstitutional), and asserting a national emergency in order to accomplish a range of goals could completely dissolve the purported referent altogether.

The state as audience

Unusually among nation branding efforts, another innovative feature of Trump's nation branding is that the state itself now appears to be among the targets of the campaign. This is manifest in at least two ways. First, it is widely understood, and often explicitly said, that what is said on Fox News is what becomes the president's policy. Since Fox News is a key medium for nation branding, this means that first among the nation branding targets is the president himself. Second, Trumpean self-talk about the individual as the nation, the underlying for the brand, has been so successful that a number of investigations and lawsuits are underway regarding criminal, and perhaps unconstitutional, profit-making by that individual-state as a direct result of nation branding activities. That is, there have been audience effects from this nation brand, with an individual both as its key audience and simultaneously as its underlying.

Systematically disruptive

To my knowledge, Hitler is the only other leader who has been systematically inconstant, deliberately, understanding that doing so would be a highly effective means of making it effectively possible for others to act. In the United States, this is the first time that systematic inconstancy, disruptiveness as a reliable pattern, has characterized brand content, its production, and what we might call the metabolism of the brand.

Efforts to establish a state news organization

In another innovation, Trumpean nation branding includes what appear to be efforts – rhetorical and institutional both – towards establishing a state news organization that would be, ideally from the perspective of the president, the only source of news considered “true.” Taking direct control of Voice of America shortly after coming into office, taking as White House communications director the former co-president of Fox News, the constant barrage of attacks on professional journalism organizations as producing only “fake news,” and setting up a system to deliver messages directly to

everyone's cellphones whether they wish to receive the communications or not are developments that fuel the sense that he would establish a state news organization of the most classically propagandistic type if he were able.

If he succeeds, this would be a first in US history. There has never been an official newspaper in the United States. There are amusing and fascinating histories of battles over who gets to publish things like Supreme Court opinions, and whether or not there should be a record of what happens in Congress or across government every day, and under what economic conditions. The Government Printing Office (GPO) publishes official government documents. *The New York Times* was long considered the "newspaper of record" because it was considered the national and international model of "objective" journalism, was trusted by the government and by readers, was the newspaper of decision-making elites, and was used by the government to publish official documents when legally required to do so or when it was important politically to do so. Until the Internet came along, the first place most people could read the Supreme Court's decision in an important case was in *The New York Times*. That relationship with the US government, though, did not make the paper a governmental entity and, indeed, there were many times the government and the paper were at odds with each other, as during the struggle over publication of the Pentagon Papers.

The Trumpean White House has repeatedly asserted its right to offer "alternative facts" that, it insists, should be received unchallenged. As one of Trump's first presidential moves, Voice of America was restructured in order to report directly to the White House. A former co-president of Fox News, the television voice that speaks most directly and often to Trump, is now communications director in the White House. Constant attacks on news from any source other than those few approved by Trump as "fake" or "false" can also be understood as part of the campaign towards creating – and achieving acceptance of and support for – a national news agency run out of the White House. Given the history of the use of those terms during periods in which seditious libel is aggressively pursued and seriously punished, this last is also of deep interest from the perspective of that information policy issue.

There are tools available that, so far, appear to be unused, such as the Broadcasting Board of Governors (BBG), the ineffective successor entity to the United States Information Agency (USIA), an organization that historically was run by those who are deeply informed, such as the highly regarded journalist Edward R. Murrow, and had as its purpose ensuring that presidents were deeply informed not only of the facts, but also of public opinion. From this perspective, it is both worth noting how little the press are treated

as anything more than passive tools in analyses of nation branding and public diplomacy (Bolin & Ståhlberg, 2015), and that it was a report from the Murrow Center² in the 1960s that first explicitly discussed a role for the press in nation branding (Szondi, 2008). Graan (2013) argues that an unused opportunity going in the other direction is for citizens to hold governments accountable to the brands they generate.

Information policy tools

A variety of information policy tools can be used to accomplish nation branding. In Trumpean hands, these have included a number of efforts. Those chosen for discussion here focus on those that have domestic effects with consequences for the effective nature of participatory democracy. These include campaigns to criminalize critiques of the state (seditious libel), reduction of access to information that supports policy positions other than those of the executive, rhetorical calls for compelled speech, experimentation with compelled listening, chaotic message content, and internal public diplomacy. We start with the last, first, as the most vividly, persistently, and one might say contagiously, present.

Internal public diplomacy

Trumpean nation branding innovations include public diplomacy both as it addresses those in the domestic environment and as it faces outwards. The focus here is on the internal environment, where several innovations of importance from a political perspective are in play.

The first tool of internal public diplomacy in Trump's hands that will come to anyone's mind is of course Twitter; certainly his use of what is simultaneously a genre and a medium must be considered an innovation from a nation branding perspective. There are scholars who do not consider communications via Twitter to be official policy statements (e.g., Duncombe, 2017), but there are members of his administration that have publicly taken the position that they are (Golbeck, 2018), and a majority of members of the public both in the United States and abroad perceive the messages to be such (Ekovich, 2017). It is known that a number of individuals within the White House author, edit, and/or do the actual keyboarding of messages coming from Trump via Twitter.

² Highly regarded journalist Edward R. Murrow, after whom this non-profit organization devoted to journalism is named, played a key role in the history of U.S. public diplomacy in his work for the United States Information Agency (USIA).

A second medium that could be used to communicate either direct messages from the president or information from a state news agency that has been experimented with but not put into regular use yet is texts to cellphones that one would not have the option to refuse. This particular tool, if put into regular use, would receive constitutional challenges. In the United States one has to be a “willing receiver” for communications to be protected; this is why, for example, there are brown paper wrappers on pornographic publications it is legal to sell but that have cover images it is not legal to impose upon unwilling receivers.

Trump's use of campaign rallies as the venue for his public speeches from the launch of his presidency on is another innovation in internal public diplomacy via nation branding. The label is important not only because it involves an assertion regarding the funding sources (legally only campaign funds, not US government funds, can be used), but also because it allows him to control the speech conditions of the event. Individuals and groups who are not welcome need not be allowed inside. It is notable that many of these events have been held in lieu of his participation in those that have historically been treated as responsibilities and traditions of the president.

Seditious libel

Seditious libel criminalizes critiques of government or those in government, irrespective of the truth of the statements made. Political environments in which legal tools to pursue seditious libel are regularly and assiduously used are widely understood to be repressive in nature (World Justice Project, 2018). Criminalizing seditious libel is a highly effective means of minimizing the diversity of speech and images in ways that are believed to support nation branding efforts. It is also a powerful and highly effective means of involving the citizens in co-creation, with much of the work done not through active enforcement, but through self-censorship by individuals and groups out of sheer fear. It is notable, though, that across US history, each of the few times that there have been revivals of common use of seditious libel laws – and there were long periods in which this did not happen at all – the response has been not only pushback but a further strengthening of legal and normative defenses against it.

Trump began communicating his preference for a seditious libel environment early on with his announcement that he would like to “reform” libel law. It was not clear at the time whether he understood that civil and criminal

libel law are matters of state law in the United States, and of the US Constitution, not a matter of the federal law with which a president is most typically involved. There was also a sense from the start that in Trump's usage "libel law" was a double entendre, implicitly suggesting seditious libel although on the face of it addressing the defamation in the more familiar forms that have given rise to the myriad libel suits Trump has launched and of which he has been the target.

A surprising 2019 move by US Supreme Court Justice Clarence Thomas pushed things further in the seditious libel direction, though. Thomas, who has been one of the most silent justices in the history of the Court, issued a call to revisit the Supreme Court decision that constitutionalized libel law. *New York Times v Sullivan* (1964) made it very difficult, almost impossible, for a public official or (as further interpreted over time) a public figure to win a libel suit, based on the argument that that it is constitutionally necessary to be able to freely discuss matters of public concern even when there are disagreements, differences of interpretation, or even errors because only under such conditions can we have an effective democracy. What that means for someone who may feel that he or she has been defamed is that, if one is a public official or a public figure, by volunteering to have entered the public realm one has accepted that what one does and who one is will become matters of public discussion – and that that may not always take forms that are preferred or flattering, or that may not even be correct. As US law has stood since *New York Times v Sullivan*, unless the person or entity publishing a defamatory statement about a public official or public figure did so with actual malice, and/or knowing falsehood, the First Amendment will protect their speech. Overturning the case upon revisiting it, which can happen only if an actual case presenting the issue comes to the US Supreme Court through the multi-level judicial system in a manner that allows the justices to address the issue, would dramatically alter the environment in favor of seditious libel. Even suggesting that the case should be revisited is a surprise and a disturbing warning.

We can assume that those individuals and organizations accused by Trump of being sources of "fake" or "false" news, and anyone communicating particular content, would be targets of seditious libel charges if such were easily available. That would be so many people, involving so much content, that it is also likely that a powerful chilling effect would quickly be generated; chilling effects arise when the environment for particular kinds of perspectives is so threatening that people choose not to speak at all – to self-censor – out of sheer fear. It is the attempt to prevent such chilling effects that

cases involving government efforts to restrict speech go to court with constitutional challenges, often succeeding on First Amendment grounds with the finding that the government's burden of proof regarding harm that would result should the speech proceed had not been met. A separate constitutional foundation for finding government restrictions on speech when patterns of discourse rather than single messages are involved would be available on the basis of vagueness and overbreadth.

Yet another innovation of Trump's in the area of nation branding suggests grounds for separate legal challenges on criminal grounds under seditious libel conditions – suborning criminal speech through his habit of deliberate disruption in unpredictable dimensions. By constantly denying what he has just said or done, or what we know from multiple reliable sources of a variety of kinds has actually happened, and using such denials as foundations for claims that particular news is fake, he would have been responsible for creating the conditions that generated the content, seducing reporters and others into certain statements.

Access to information

Laws and regulations regarding access to government information (such as the Freedom of Information Act) and affecting access to information in general (such as network neutrality) are of interest from a nation branding perspective because unregulated access could expose people to images or information that would undermine what is being promoted by the chosen nation brand, and/or to learn that the underlying of the nation brand is not as presented, or perhaps not there at all. There is much that can be said here regarding Trumpean moves and innovations. Briefly, an innovation on the part of citizens rather than the president that can be called Trumpean because it took place in defensive anticipation of expected policies of the incoming president, was another first in US history. Many organizations and individuals took part in efforts to mine government websites for all available scientific information (particularly but not only pertaining to climate change) for storage on servers outside of the United States. And indeed, once Trump became president, much of that information became unavailable through government websites, with a significant amount of it coming down the day of the much-touted Science March.

One of the first things the Trump-appointed Chair of the Federal Communications Commission (FCC) did upon arrival in office was reverse position on protections for network neutrality. These regulations regarding the extent to which companies that provide access to the Internet and to its

content and services must do so for all content and services rather than only those for which they have particularly profitable arrangements, and the extent to which the speed and cost of access to particular types of information can be manipulated based on viewpoint, type of content, or content provider, involve the most fundamental of gates for those seeking to access information. Lack of protections for network neutrality makes it easier to control the nation brand.

Compelled speech

Trump has suggested that those who did not applaud or speak as desired during his public presentations (see discussion of continuous treatment of presidential speech as campaign speech above) are guilty of treasonous behavior. Compelled speech of such types has long been associated with the most tyrannical of regimes, such as those of Hitler and Stalin. At the time of writing in February of 2019 this is still “merely” rhetoric on the part of Trump, but should a full-blown seditious libel environment develop this position would make not speaking seditious – silence as sedition.

Conclusions

If the stakes were lower, it might be ironic that nation branding could pose threats to the rule of law. Trumpean innovations suggest this is a possibility. There is significant literature on the challenges contemporary nation branding practices present to democracy, a subject that is related, but not the same thing. Other literatures that might usefully be brought to bear on this moment would include those on states of exception, legal zones of exception, and, interestingly, new architectures of trust such as those of the blockchain, and the legalization of the firm.

Regulatory toolkits that could be mined for techniques usable as constraints on branding can be found in a number of places. In the financial industry, pertinent regulations will include those pertaining to constraints on the design of derivatives as well as requirements for forward-looking statements in financial reporting. From advertising regulation will come constraints on puffery and positive mandates regarding the kind of empirical supports that must be available before any claims are made. There are over 1 000 statutory provisions in the current United States Code dealing with falsity that include a number of approaches that could be considered for use in the domain of nation branding.

As a separate matter, this first exploration of Trumpean innovations in the domain of nation branding suggests the need for policy analysis that attends specifically to the ways in which, and the extent to which, nation branding needs are driving requirements and implementation practices in other areas of information policy. These include such centrally important issues as surveillance as well as such fundamental issues as informational and communicative expectations of individuals in fulfillment of citizenship responsibilities. Göran Bolin's work over time has been marking the transformations of nation branding efforts as those have unfolded concurrently with the transformations of states. The same empirical and theoretical attention now needs to be paid to the stochastic, but also mutually reinforcing, effects of contemporary nation branding practices on information policy as well.

References

- Anderson, Benedict. (2016). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*, revised edition. New York: Verso Books.
- Andrejevic, Mark. (2011). Surveillance and alienation in the online economy, *Surveillance and Society*, 8(3), 278–287.
- Andrejevic, Mark. (2013). Estranged free labor. In T. Scholz, *Digital labor: the internet as playground and factory*. New York: Routledge, 149–164.
- Aronczyk, Melissa. (2008). “Living the brand”: Nationality, globality, and the identity strategies of nation branding consultants, *International Journal of Communication*, 2, 41–65.
- Arvidsson, Adam. (2006). *Brands: meaning and value in media culture*. London: Routledge.
- Baudrillard, Jean. (1983). *Simulations*. New York: Semiotext(e).
- Blanchard, Margaret. (1986). *Exporting the First Amendment: the press-government crusade of 1945–1952*. New York: Longman.
- Bolin, Göran. (2006). Visions of Europe: Cultural technologies of nation-states, *International Journal of Cultural Studies*, 9(2), 189–206.
- Bolin, Göran. (2005). Notes from inside the factory: The production and consumption of signs and sign value in media industries, *Social Semiotics*, 15(3), 289–306.
- Bolin, Göran, Jordan, Paul, & Ståhlberg, Per. (2016). From nation branding to information warfare: Management of information in the Ukraine-Russia conflict. In M. Pantti (ed.), *Media and the Ukraine crisis*, pp. 3–18. New York: Peter Lang.
- Bolin, Göran & Schwarz, Jonas Andersson. (2016). Heuristics of the algorithm: Big Data, user interpretation and institutional translation, *Big Data & Society*, July-December: 1–12.
- Bolin, Göran & Ståhlberg, Per. (2015). Mediating the nation-state: Agency and the media in nation-branding campaigns, *International Journal of Communication*, 9: 3065–3083.
- Browning, Christopher S. (2015). Nation branding, national self-esteem, and the constitution of subjectivity in late modernity, *Foreign Policy Analysis*, 11, 195–214.
- Braman, Sandra. (2018). Strange attraction: Trump and the metabolic consequences of fake news. In Maria de Vega, Victor Mazon Gardequi, & Daniela Silivstrin (eds.), *META, tracing unknown knowns*. Mexico City & Berlin: ñ.

- Braman, Sandra. (2017). The medium as power: Information and its flows as acts of war. In Cherian George (ed.), *Communicating with power*, pp. 3–22. Bern, Switzerland: Peter Lang, International Communication Association Theme Book Series.
- Braman, Sandra. (2011). The representational economy and the global information policy regime. In Sarita Albagli & Maria Lucia Maciel (eds.), *Information, power and politics: New technological and institutional mediations*, pp. 27–46. Boulder, CO: Lexington Books.
- Braman, Sandra. (2006). *Change of state: Information, policy, and power*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Desrosières, Alain. (2002). *The politics of large numbers: A history of statistical reasoning*, trans. by Camille Naish. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Duncombe, Constance. (2017). Twitter and transformative diplomacy: Social media and Iran-US relations, *International Affairs*, 93(3), 545–562.
- Dusi, Davide. (2018). Beyond prosumer capitalism: Retaining the original meaning of prosumption, *Current Sociology*, 66(5): 663–681.
- Ekovich, Steven R. (2017). Listening to Donald Trump, *Contemporary French and Francophone Studies*, 21(5), 498–506.
- Froomkin, A. Michael. (2004). When we say us, we mean it, *Houston Law Review*, 41(3): 839–884.
- Golbeck, Jennifer. (2018). Data we trust – But what data? *Reference & User Services Quarterly*, 57(3), 196–199.
- Goldhaber, Michael H. (1997). The attention economy and the net, *First Monday*, 2(4), April, <https://ojsphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/519/440>.
- Graan, Andrew. (2013). Counterfeiting the nation? Skopje 2014 and the politics of nation branding in Macedonia, *Cultural Anthropology*, 28(1), 161–179.
- Helmets, Helmer. (2016). Public diplomacy in early modern Europe: Towards a new history of news, *Media History*, 22(3-4), 401–420.
- Kaneva, Nadia. (2011). Nation branding: Toward an agenda for critical research, *International Journal of Communication*, 5, 117–141.
- Kosinski, Jerzy. (1971). *Being there*. New York: Grove Press.
- Nordenstreng, Kaarle. (1989). The worldwide movement for democratic communication. Presented to the Union for Democratic Communication, Montreal.
- New York Times v Sullivan, 376 US 254 (1964).
- Nye, Joseph. (2005). *Soft power*, rev. ed. New York: PublicAffairs.
- Olins, Wally. (2002). Branding the nation: The historical context. In Nigel Morgan, Annette Pritchard, & Roger Pride, *Destination branding*, pp. 17–25. Oxford: Elsevier.
- Reagan, Ronald. (1984, March 6). US International Information Policy, National Security Decision Directive Number 130.
- Ritzer, George & Jurgenson, Nathan. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’, *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36.
- Schmitt, Michael (ed.). (2017). *Tallinn Manual 2.0: International law applicable to cyber operations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Smythe, Dallas. (1977). Communications: Blindspot of western Marxism, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1–27.
- Stolee, Galen & Caton, Steve. (2018). Twitter, Trump, and the base: A shift to a new form of presidential talk? *Signs and Society*, 6(1), 147–165.

- Szondi, Gyorgy. (2008). Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences. Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Tribe, Laurence H. (1985) Constitutional calculus: Equal justice or economic efficiency? *Harvard Law Review*, 98(3), 592–621.
- Volcic, Zala & Andrejevic, Mark. (2011). Nation branding in the era of commercial nationalism, *International Journal of Communication*, 5, 598–618.
- World Justice Project. (2018). Rule of Law Indicators.

The role of mediatisation in the dynamic stabilisation of surveillance capitalism

RITA FIGUEIRAS

Modern societies can be characterised by the growing importance of the media in many different dimensions of life as the social is increasingly constructed through technologically mediated processes and infrastructures of communication. Mediatisation, therefore, plays an increasingly constitutive role in society and can be understood as “the variety of ways in which possible orderings of the social by the media are further transformed and stabilised through continuous feedback loops” (Couldry & Hepp, 2017, p. 4).

Mediatisation theory is concerned with the successive and overlapping waves in which modes of communications develop and interrelate as they become more complex (Couldry & Hepp, 2017, p. 34). When everyday life is considered in the context of media, the transformation of media is seen as a condition of social change. This theoretical approach puts the emphasis on the interplay between media and social change (Hepp, 2013; Hepp, Hjarvard & Lundby, 2015; Krotz, 2007, 2017).

The literature also describes mediatisation as a long-term process that changes social interactions as it creates new conditions for the basic human activity of communication. As these transformations cannot be isolated from other cultural, economic, social, and political developments, mediatisation is interrelated to other meta-processes, such as globalisation, individualisation, and commercialisation. However, and despite Frederich Krotz’s definition of commercialisation as “the basic process providing the stimulus to all action” (2007, p. 259), mediatisation studies have paid little attention to the economic dimension and the dynamics of capitalism. In theories of contemporary transformative processes, such as the mediated construction of reality, and analyses of mediatisation in various institutional, cultural, and social areas, economics and capitalism are treated mainly as a background (see, for instance, Couldry & Hepp, 2017; Dressens et al., 2017; Jansson, 2018). Only recently has interest been shown in the dynamics between capitalism and mediatisation (Murdock, 2017; Fast, 2018). Graham Murdock (2017) highlights the need to research mediatisation in the wider transformations of the marketisation of society. However, media scholars interested in the links

between capitalism, globalisation, and technology (e.g., Ampuja, 2012; Castells, 1996; Fisher, 2010; Fuchs, 2014) and those interested in the dynamics of capitalism (e.g., Mann, 2013; Rosa et al., 2017, Sennett, 2006; Streeck, 2013, 2016) have either questioned the concept of mediatisation or have paid it little or no attention.

The dynamics of capitalism have, thus, been under-researched in mediatisation research. This chapter is aimed to fill in some blanks by integrating a critical political economy angle with a mediatisation approach. For that reason, this paper adopts an open approach to mediatisation as it deals with processes studied in other disciplines. The relationship between capitalism and mediatisation is complex and this paper offers a first attempt to theoretically explore the role of mediatisation in the dynamic stabilisation of capitalist modernity.

In societies moulded by the logics of advanced capitalism, limits to conventional growth are increasingly evident as the structural scarcity of resources and intensification of economic, political, and ecological crises, among others, endanger capitalism's incessant dynamic of continuous escalation. These crises undermine the stability, sustainability, and viability of modern societies, leading several scholars to inquire about the end of capitalism (e.g., Harvey, 2010; Rosa et al., 2017; Streeck, 2016). Nevertheless, capitalist societies have always needed different sources of growth to ensure their reproduction and stability. In this late-modern era of dysfunction, a new variety of capitalism based on behavioural data has emerged, which Shoshana Zuboff (2015) calls "surveillance capitalism". This is a new economic logic based on monetising behavioural data by selling access to the real-time flow of people's daily life in order to directly influence and modify behaviour for profit. Despite being neither the dominant logic of accumulation in our time nor the only possible current or future modality of information capitalism, the rapid institutionalisation of surveillance capitalism has made it the default model of information capitalism (Zuboff, 2016, p. 5).

While acknowledging that overlapping networks of interaction influence emerging economic logics, the chapter uses the abstract model of the capitalist dynamic (Rosa et al., 2017) as a framework to elaborate on the indispensability of media to the dynamic stabilisation of capitalism. The successive socio-technological entanglements with media, deepening the mediatisation process, are argued to be paramount to ensuring renewed processes of appropriation, acceleration, and activation: the three motors of capitalism's dynamic stabilisation (Rosa et al., 2017). Capitalism needs permanent acceleration to retain its precarious stability, and in this theoretical essay, the

key idea is that mediatisation plays an accelerator role in the escalatory logic of surveillance capitalism, thereby enabling its social stabilisation. In this context, an “accelerator” must be understood as a functional precondition for further acceleration.

To substantiate this argument, I begin by addressing some of the most recent relevant transformations in capitalism. In the first section below, I address the change from Fordist to post-Fordist society, particularly to “surveillance capitalism” (Zuboff, 2015), considered a step in the further advancement of capitalism. These intra-capitalist transformations are reconstructed based on the logic of acceleration as explained by Rosa et al. (2017), whose abstract model of capitalism’s dynamic stabilisation is also discussed in the first section. In a landscape of connectivity where digital platforms, physical spaces, objects, and mobile communication devices are increasingly interconnected, on the levels of both infrastructure and operational logic, the proportion of operations able to produce, collect, and process data have also intensified. In the second section, I address the data-driven economy in relation to the deepening of mediatisation. As ever fewer areas of life are untouched by these technological transformations, in the third section I explore the emerging data-driven retailing system found in Joseph Turow’s empirical research (2017) in light of the model developed by Rosa et al. (2017). This example is used to illustrate how the emergent surveillance capitalism is related to the transformation of the media, which, in turn, is a condition for the transformation of aspects of everyday life, in this case the cultural practice of shopping. Then, with the help of the Rosa et al. (2017) model, I discuss the surveillance retailing business in terms of the deepening of mediatisation. In the concluding section, I argue that mediatisation plays an accelerator role in the escalatory logic of surveillance capitalism, while enabling its social stability. This argument also articulates the role of capitalism in conditioning media to change in favour of its escalatory needs. This idea is further developed in the final section.

Transformations in capitalism and its dynamic logics

In this section I address some of the most recent transformations in capitalism. Without aiming to present a thorough discussion on the topic, I discuss some relevant dimensions related to the change from Fordist society to post-Fordist society. These intra-capitalist changes are reconstructed based on the logic of acceleration explained by the abstract model of capitalism’s dynamic stabilisation presented by Rosa et al (2017).

Rosa et al. (2017) argue that capitalism can only reproduce and stabilise if it is capable of permanently renewed processes of appropriation, acceleration, and activation. Appropriation is the process of conquering new territories, resources, and markets for profit. This expansionist character is intrinsically associated with the process of acceleration, the ever quicker temporal structure and time regime of modern capitalist societies (Rosa, 2013). The increasing speed of communications due to technological innovation is one of the most measurable forms of acceleration associated with social change. Activation, in turn, describes the politicisation of subjectivity. Capitalist societies increasingly require the activation of the citizens by transferring state and market responsibilities to individuals themselves. According to Rosa et al. (2017, p. 55), these three motors together form the “triple-a-theory” of capitalism’s dynamic stabilisation, the mode of social reproduction that the authors consider to best characterise modern capitalist societies.

Hence, as a social order and a way of life vitally dependent on an uninterrupted model of growth, capitalism needs to be in constant development to guarantee its stability (Mann, 2013; Murdock, 2017; Rosa et al., 2017; Streeck, 2013). This means that stability is a functional precondition of further acceleration. “Capitalist systems in all varieties resemble a bicycle that gains in stability with the speed of its forward motion” (Rosa et al., 2017, p. 4). Speed and stability are, thus, common elements of all varieties of capitalism, and intra-capitalist changes from Fordism to post-Fordism are based on the logic of escalation (Harvey, 2010).

The transformation of capitalism from Fordism to post-Fordism in advanced societies in the late 20th century replaced the Keynesian welfare state and centrally planned economies with a neoliberal mode of capitalism (Aglietta, 2001; Harvey, 2010; Mann, 2013; Streeck, 2013).

In Fordism, the state had a strong interventionist role in embedding markets in society. These were societies dominated by a political culture of social democracy with capitalism planned to benefit the social welfare of society through the social goals of security, stability, and equality. In post-Fordist societies, the state lost much of its leverage over capital, which grew increasingly independent of the state. Capital became detached from particular localities and polities and became more mobile and global. Deregulation, privatisation, and the dismantling of the welfare state led to networked, self-regulated, and self-governed markets (Fisher, 2010).

Post-Fordist markets are inherently more accelerated, dynamic, and flexible, but also more unstable, unpredictable, and nonlinear than Fordist mar-

kets. These characteristics are related to the multifaceted process of destabilisation that capitalist societies have recently faced, especially since the 1970s (Mann, 2013; Streeck, 2013, 2016). Since then, cyclical crises have become frequent and disequilibrium has started to be a normal condition of the advanced industrial world, at both the national and the global level.

Present day societies moulded by the logics of such advanced capitalism thus face an intrinsic tension, with successive crises being “more severe, spreading more widely and rapidly” (Streeck, 2013, p. 35). Since the international financial crisis of 2008, limits to conventional growth have become more evident; structural scarcities of resources and increasing economic and political crises, among other disruptions, put the incessant dynamic of continuous escalation in jeopardy. This disequilibrium threatens to undermine the stability, sustainability, and viability of modern societies, leading several scholars to argue that these crises are signs of desynchronisation between capitalism’s needs and natural and human limits (e.g., Streeck, 2013; Rosa et al., 2017).

Capitalist societies have always needed different sources of growth to ensure their reproduction and stability. In this late-modern dysfunctional era, a new variety of capitalism based on behavioural data has emerged: “surveillance capitalism” (Zuboff, 2015). This emergent logic of accumulation, of which “big data is both a condition and an expression” (Zuboff, 2015, p. 3), is based on monetising behavioural data by selling access to the real-time flow of people’s daily life in order to directly influence and modify their behaviour for profit. In this new sub-type of capitalism, “users are the source of free raw material that feeds a new kind of manufacturing process” (Zuboff, 2016, p. 6).

As discourse is fundamental to legitimisation (Foucault, 1972), just as technological discourse legitimated the Fordist phase of capitalism, contemporary technological discourse functions as to legitimate post-Fordist capitalism (Fisher, 2010). The new characteristics of capitalism – flexibility, adaptability, temporality, acceleration, and so forth – illustrate the affinity between post-Fordism and network technology (Castells, 1996, p. 200; Fisher, 2010, p. 243). This helps to explain why the everyday use of networked media technology has fostered a socio-cultural climate of digital monitoring (Fuchs, 2012) where surveillance mechanisms that follow calculated orders, notably algorithms, are used to maximise profit. This data-driven economy is related to the deepening of mediatization explored in the next section.

The deepening of mediatisation and the data-driven economy

Mediatisation is the transformation of culture and society in response to the transformation of the media (Couldry & Hepp, 2017; Driessens et al, 2017; Hjarvard, 2008; Jansson, 2014; Krotz, 2017; Lundby, 2014). The concept has been defined many times, perhaps best by André Jansson:

a movement through which media technologies and related artefacts become necessary for carrying out practices that are essential to the maintenance of society in its various parts, and places and practices become materially adapted to the existence of media. (2014, p. 275)

For Jansson (2014, 2018), media indispensability is a key dimension in the definition of mediatisation. Indispensability is related to media mobility, connectivity, and interactivity. It is also inseparable from the meaningful integration of media in life at large. Hence, technological developments are intertwined with cultural and social shifts as more areas of society become increasingly adapted to and dependent upon media technologies and institutions.

Mobile technology facilitates the conflation of work and leisure, work time and free time, office space and home space, and public and private spheres. This indispensability reinforces the functional dependence of various technological systems and infrastructures, but also increases ambiguity and ambivalence. The perceived social advantages of self-empowerment, freedom, and liberation many times co-exist with feelings of anxiety related, for instance, to the decompartmentalised structure of work, which becomes ever-present and can be performed anywhere and anytime (Jansson, 2018).

The intensifying embedding of media in social processes and everyday life is related to increases not only in the quantity of media available to everyone, but also in its innovations and functionalities over recent decades. Today's media are predominantly mobile, digital, software-based, and linked to the Internet through a varied infrastructure. This intensifies the connectivity and synchrony between old media, online platforms, mobile phones and applications (apps), and many other types of media. Various media, therefore (especially mobile media), can be seen as assemblages of technologies (e.g., cloud infrastructures, mobile broadband, mobile phones, portable tablets, etc.) rather than any specific medium (Krotz, 2017; Fast, 2018). Media can be considered entities associated with contents, technologies, and infrastructures. This means that they can be understood as means of communication,

sense-making, and connectivity as well as means of producing and collecting data about users in real time (Bolin & Hepp, 2017, p. 322).

This landscape of connective media fuelled by a complex system of online information flows opened the door to datafication:

the techniques for aggregating user data in the age of pervasive and ubiquitous personal media (e.g. laptops, smartphones, credit cards/swipe cards and radio-frequency identification) build on large aggregates of information (big data) analysed by algorithms that transform data into commodities. (Bolin & Schwarz, 2015, p. 1)

This means that societies marked by digital media abundance are increasingly immersed in a surveillance culture, where procedures to “measure, manipulate and monetize online human behaviour” (van Dijck, 2014, p. 200) have become routinised in commercial corporations. With different specificities, states are also using technology to develop surveillance mechanisms over citizens (e.g., Andrejevic & Gates, 2014; van Dijck, 2014; Lyon, 2015; Zuboff, 2015).

Corporate surveillance governed by commercial forces has created a system of profit extraction based on a model of top-down surveillance through the systematic collation and analysis of information, be it information used to target advertising, to improve product design, or to consolidate corporate power and market control (Zuboff, 2015).

In this new techno-economic architecture, technological firms such as Google, Amazon, Apple, Microsoft, and Facebook are new forms of media organisations that operate worldwide and are among the current most influential organisations. As platform owners and operators of the core infrastructures of the World Wide Web, these firms dominate the digital market and online advertising, determine access to the Web, shape product and service offerings on the Internet, structure users’ communicative possibilities, and are the main drivers of innovation in the technology field and in the physical world (Dolata, 2017; Turow, 2017). These corporations’ success stems also from how they have become economically interwoven with almost every traditional form of media (Nielson & Ganter, 2018) and other institutions of power in an unparalleled manner (van Dijk, 2013; Zuboff, 2015). Their dominance is, thus, reflected not only in economic leverage but also in infrastructural, rule-setting, and data-related power.

Fuchs (2012) and Zuboff (2016) claim that Google was ground zero for this new economic system. Early in the 21st century, the search engine developed new methods of information extraction and started to generate

value from algorithms. The company developed a new economic surveillance logic based on monetising behavioural data by selling access to the real-time flow of daily life to directly influence and modify behaviour for profit. Soon after, other platform corporations implemented large-scale user surveillance economic models as they realised that this could be a new source of revenue (Zuboff, 2016).

The normalisation of datafication as a new paradigm in society (van Dijck, 2014, p. 198) helps to explain why big data is the foundational component of a new regime that is becoming integrated into the general operations of contemporary capitalism at every level. In the big data value chain, several different kinds of companies operating in a diverse array of sectors are adapting to this data-driven regime based on profits from surveillance (Bolin & Schwartz, 2015; van Dijck, 2013; Turow, 2017; Zuboff, 2015). In this new business model, a set of companies focused on collecting, processing, and selling user data obtained from apps, social media, and other communication technologies and software are also flourishing (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013; Zuboff, 2016; Turow, 2017).

In turn, online tracking and monitoring have become deeply rooted practices in individual users as well. The everyday use of networked media technology, especially social media, has fostered a socio-cultural climate in which users are accustomed to monitoring, quantifying, and commenting on each others' lives. These practices can be seen as a means of evaluating identity, social integration, and success (e.g., Andrejevic, 2005; Dijck & Poell, 2013; Jansson, 2015; Marwick, 2012). Horizontal processes of surveillance are, thus, structurally integrated with vertical processes of surveillance. And as with horizontal surveillance, users have ambivalent attitudes towards corporate surveillance (Turow, 2017; Bolin & Jerslev, 2018; Leckner, 2018). On the one hand, they are sceptical towards corporate surveillance, and, on the other, they easily neglect their own protection by skimming or ignoring privacy policies in exchange for perceived advantages, such as product discounts or better service opportunities (e.g., a better hotel room or flight seat).

“Obfuscation” is how Joseph Turow (2017, p. 177) explains people's support of the new regime, i.e. their acceptance of giving up some degree of their personal data and privacy. Turow suggests that people are lulled into complacency; when they ignore what corporations state they do with the information they willingly supply (especially the information corporations access without people's explicit knowledge) they do so because they believe all data collectors use their data in the same way. This is creating a new “hidden curriculum” for American society (p. 13), Turow argues; as people become

accustomed to giving information about themselves everywhere, this kind of attitude expands to every aspect of life and in every kind of institution.

This means that the links between technology and society are also related to the discursive construction of technology (e.g. Fast, 2018; Fisher, 2010; Hand & Sandywell, 2002), which emerges in various social contexts and reflects a “variety” of interests, namely those of technology corporations (Fast, 2018). For economic reasons, these companies construct mobile media technologies as non-optional for businesses, individuals, and society at large. This means that they construct mediatization “as the response to an internal human drive and as an inexorable natural force” (Fast, 2018, p. 10), building their narrative on media indispensability (Jansson, 2014, 2018). This representation of technology is powerful, because corporate technology discourse practices “reflect and influence the wider political, institutional, social, and legal policies of the culture” (David, 2001, p. 196).

Capitalism as a mode of production crucially depends on both financial and technological support in its ceaseless quest for capital accumulation. The reshaping of a wide array of economic sectors to data-driven regimes are exemplary expressions of capitalism’s will to increase its power and profitability. In the following section, I explore the relation between surveillance retailing and the deepening of mediatization with the help of Joseph Turow’s work *The Aisles have Eyes* (2017). This example is used to illustrate how the emergent surveillance capitalism is related to the transformation of the media, which, in turn, is a condition for the transformation of retailing. This example also helps to illustrate my main argument: that mediatization plays an accelerator role in the escalatory logic of surveillance capitalism and enables its social stabilisation.

Retail business as a training ground for surveillance capitalism

Everyday routines are profoundly interwoven with mobile media such as smartphones, tablets, Wi-Fi networks, and social media accounts used for a wide variety of activities during free time, work, commuting, or while pursuing other routines. The more areas of social life become saturated with and dependent on processes of mediation, the more varied business sectors adapt to and are dependent upon media technologies as well. The everyday use of networked media technology has fostered both a socio-cultural climate in which people become accustomed to monitoring in tandem with a new data-driven regime integrated into the general operations of contemporary capitalism at every level.

Internet-based companies, such as Google, Facebook, and Amazon, began as the main drivers of the new logic of accumulation. However, the increasing embedding of media in social processes and in the fabric of daily life is contributing to expanding the new economic model to the physical world and to conventional industries, such as the retail industry, which is transforming itself as it enters into the data-driven regime. Physical retailing still makes up 90 % of all purchases, but Joseph Turow (2017, p. 2–3) argues: “brick-and-mortar merchants will succeed only if they figure how to trace, quantify, profile, and discriminate among shoppers.” The data-driven regime being set in motion involves “an interlocking system of new and old organisations committed to accumulating ever-increasing amounts of data on individual shoppers along with furthering the technologies to track and persuade them” (p. 106). This is a new business model that is being implemented by major retailers such as Macy’s, Target, and Walmart (Turow, 2017, p. 3), but some uses of the existing technology discussed in this section are also being integrated in the business model of small-scale retailer companies.

Until the early 2000s, merchants viewed the Internet as a separate world and online commerce as a business to be run parallel to and separately from the physical stores. Amazon’s predatory strategy (Turow, 2017, p. 107), however, forced a change in the mentality of retailers, and merchants started to look at the store as a place where they could track and follow their customers at least as well as digital sellers did. For that reason, in the second decade of the 2000s, the brick-and-mortar sector entered a new and hyper-competitive phase with online sellers by integrating the virtual and the physical store worlds. Brick-and-mortar retailers started morphing to function as multi-locational places as part of a multichannel strategy. This reshaping also included novel merchant–buyer relationships framed by new practices of monitoring, scoring, personalisation, and discrimination.

The combination of mobility, connectivity, and affordability put the cellular phone at the centre of surveillance retailing. The mobile phone became the most important marketing channel for personalised communication and for driving always-on commerce, but above all for both developing store surveillance and capturing data about customers. This means that “the shopper, rather than the merchant, brought the connecting technology into the store” (Turow, 2017, p. 101).¹

¹ The connection between the store and the shopper’s phone (via Bluetooth or Wi-Fi) is mainly done through phone apps, which work as cookies. Merchants can track people through the store and gather information about them. Marketing companies can even send shoppers without the store’s app a text message for a discount coupon, which when

The digital shopping era is introducing new practices of retailing surveillance, with merchants routinely tracking customers, storing information about their purchase history (what they buy and when), and scoring them based on that and other additional data about them (shoppers' backgrounds and activities) purchased from data brokers with or without shoppers' explicit permission or knowledge.

Targeting people's mobile devices inside brick-and-mortar establishments is being extended to outside the physical store (Turow, 2017, p. 135). With the help of the mobile phone, stores are increasingly able to track and target shoppers virtually everywhere they go. Based on a customer's location, it is also becoming possible to "determine whether the phone holder is in an area where an advertiser wants to reach shoppers with a message" (p. 136).

In a way, this is not new, considering that monitoring consumers has always been an important part of the retail sector. By the 1920s, stores were already collecting a wide range of information on their customers (Turow, 2017, p. 52). The difference is that monitoring mechanisms are evolving to unprecedented levels in the digital age. Companies today have more information on their customers than ever before. They are still interested in demographic characteristics and shopping habits, but they are now also looking at customers' lifestyles, hobbies, families, friends, opinions, and attitudes, among other information.

Stores believe that learning as much as possible about individuals will lead to accurate predictions of their behaviours. The success of personalisation is, thus, considered to be related to the quality of the data, and that is why retailers perform a regular triangulation of first-, second-, and third-party data.

Because technology allows stores to collect a broad array of personal information on virtually any customer in real time, it becomes possible for them to change prices while people are in the store. Considering the shopper's profile, prices can be changed at checkout, or a better price can be offered to a person about to leave without purchasing. Data then becomes the source of customers' personal discounts while they walk through the store, when they go online, and any time the company can communicate with them.

A physical retailer can offer an individual the most effective prices in the store, in real time, and in a personalised manner (Turow, 2017, p. 114). The technological ability to run through thousands of data-points about someone and compare them with thousands of data-points about unknown others,

put in the phone's wallet works as an app, thus starting the process of communication and surveillance (Turow, 2017).

and then come up with a sense of what someone will buy or not buy at what price, allows retailers to offer different discounts on products according to statistical portraits of individuals. This means that one person may be offered a discount, while the next may get no offer at all.

Turow argues that this process of discriminating between customers resembles the pre-1840 peddler era (2017, p. 25–31). Peddlers scored customers based on their relationships with them and changed their prices based on what they thought customers could afford. In the digital age, the emerging form of peddling at scale means that not all customers are created equal. Discrimination is the result of the value a retailer places on each customer based on perceived differences. For instance, a customer who is considered less valuable to retailers may be charged more for certain things or certain goods may not even be shown to them. In other cases, even if it may seem contradictory, loyal members of a store may get higher prices than others who are disloyal, because the retailer may want to turn these disloyal into loyal customers. Turow (2017) discusses several examples of this strategy.

Mainly with the help of the mobile device, customers are incentivised to use certain apps more often, to use coupons when sent to them, to increase and improve the communication channel with stores, and to engage in other desired behaviours. These mechanisms respond to and reinforce the social behaviour of media users, who as customers contribute to the retailing logic's self-perpetuation. Customers subscribe to terms and conditions that allow the service provider to aggregate, store, and analyse data flows in order to build consumer segments for targeted advertising and for other marketing purposes. People are, thus, being cultivated to do certain things to obtain better conditions, despite not knowing the prices they will be offered or their status score with a certain company. Turow considers, however, that people are learning to navigate the new shopping landscape, as a quote from one of his interviewees shows: "I'm going to change my behaviour in order to get more points, so that companies think better of me and I get better discounts" (2016, p. 11).

Turow's main argument is that surveillance retailing is reconfiguring the architecture of the 21st century Western marketplace. This reconfigured retailing combines new characteristics to distinguish it from the mass-oriented retailing establishment that dominated the 20th century, while the erosion of some fundamental pillars of what it meant to buy and sell in the 20th century is bringing back elements of the peddler era. Technology is contributing to social change as the emerging data-centred retail business gives up on the historical democratic culture of individual privacy and egalitarian

treatment by adding new layers of routine surveillance and discriminating between preferred and non-preferred customers.

Building on this brief presentation of the emergent surveillance retail business, I move on to the second step of my argument guided by the work of Rosa et al. (2017). These authors have developed a theoretical framework to explain how capitalism reproduces itself through speed and stability. Capitalism's dynamic stabilisation is inseparable from the three engines of its spiral of escalation: appropriation, acceleration, and activation. I use this abstract model to discuss the reshaping of the retail industry to show how mediatization is an effective functional component in the accelerative capitalist machinery.

In the interconnected and increasingly mediated world, digital and physical experiences become increasingly integrated and the line blurs between them, as stores are increasingly able to follow individuals across devices, spaces, and spheres of life. This entanglement potentiates the extraction of a wide variety of information on individuals, many times beyond their perception, while abilities to track and target individuals continue to extend their reach (and will reach further with the expanding Internet of things).

As an expansionist system, capitalism cannot reproduce itself exclusively from within. This means that capitalist development occurs as a "complex internal-external movement" (Rosa et al., 2017, p. 56), involving the "internalization of externals" (p. 56) through appropriation. In this sense, renewed processes of appropriation are taking place via mediatization as it allows capitalism to expand into successive non-capitalist environments, "spheres of life and forms of human activity that have as yet not been subject to market exchange, and ever new segments of our personality structures like emotional needs or social relationships" (Rosa et al., 2017, p. 57). Companies now have unprecedented opportunities to reach into the most private dimensions of everyday life. Even in intimate spheres, corporations have learned where and how to capture, store, and analyse data. This means that in the new techno-economic architecture, media technology is increasingly used to look continuously for new resources and markets, while eroding previous ethical codes and frontiers.

In the digital age, the increasing speed of technologies that perform complex quantitative analysis to predict individuals' future shopping behaviours combined with the ability to communicate with shoppers instantly is accelerating the possibility of interference in shoppers' decisions. Access to the real-time flow of daily life to directly influence and modify behaviour for profit illustrates the inherent connection between the processes of growth

and acceleration (Vostal, 2017), where the deepening mediatisation contributes to a new temporality in the current high-speed society (Wajcman, 2015). Real-time interference shows how mediatisation is also a fertile ground for renewed processes of acceleration to the betterment of surveillance retailing.

This renewed process of acceleration is inseparable from the process of activation. Like political institutions and labour markets, retail companies now also instigate individuals to actively work on their identities and learn to present their personalities – i.e. their customer profiles – in ways that are as beneficial as possible for reaching certain goals. The “active citizen” (Rosa et al., 2017, p. 7) resonates with the individualisation process described by Beck and Beck-Gernsheim (2002). As risks and contradictions continue to be socially produced, the duty and necessity of coping with them is becoming individualised in a society in which institutions reconfigure themselves and transfer some of their responsibilities to the citizens.

In the retail business this is done by instigating a neoliberal “entrepreneurial-self” (Bröckling, 2015) as responsibility for the coming structural inequalities are transferred to the individual. Although the marketplace is a space of transactional dependence, consumers are being cultivated to realise that prices they are offered increasingly depend upon their own effort to become relevant to merchants (which can be seen as a new form of free labour (e.g. Bolin, 2012; Fuchs, 2014). In the new mediated commercial uncertainty, recognition is continuously at stake, but never achieved. The marketplace can, thus, be seen as a space of “infinite debt” (Andrejevic, 2014). This (self-)precariousness, instability, and vulnerability serves the interests of capitalism as the dynamic stability of capitalism is also dependent on its capability to permanently renew the processes of activation through which the individual becomes a “perpetuum mobile” (Rosa et al., 2017: 7). That is why the activated citizen is “an actor who not only cares for him-/herself but also for the economic and social reproduction of the system” (Dörre et al., 2016, p. 8).

Final remarks

This paper is a first attempt to theoretically explore the role of mediatisation in the dynamic stabilisation of capitalist modernity. By looking at the retail business sector and its consumers as an example of the interplay between mediatisation and capitalism, the paper offered an approach that combines macro, meso, and micro levels of analysis.

In the brief space of this chapter, I argue that mediatisation plays an accelerator role in the escalatory logic of surveillance capitalism, while enabling its social stability. In this context, “accelerator” must be understood as a functional precondition for further acceleration. This argument was developed in two steps. First, the emerging data-driven retail system was used to illustrate the interplay between the dynamics of capitalism and the deepening of mediatisation. Surveillance capitalism is related to the transformation of the media, which, in turn, is a condition for the transformation of everyday life, in the case presented, the cultural practice of shopping. The second step of the argument, guided by Rosa et al. (2017), contends that surveillance retailing illustrates how surveillance capitalism’s dynamic stabilisation is inseparable from renewed processes of appropriation, acceleration, and activation linked to the deepening of mediatisation.

This statement also articulates the fundamental role of capitalism in conditioning media change in favour of its escalatory needs. Capitalism’s escalation of media dependence derives, at least in part, from the dissociation between capitalism and the democratic project of society. As democracy is increasingly seen as a means to satisfy capitalist needs, rather than the other way around, the successive expansion of surveillance capitalism needs the lack of data mining regulation and the continuous promotion of datafication as a naturalised social practice at the expense of democratic structural values, such as privacy, equality and freedom. In addition, as media are also physical infrastructures and machines, the rising production, circulation, and use of media devices increases the need for raw materials and natural resources. This material aspect of mediatisation also intensifies problems related to the scarcity of resources and the escalation of the climate crisis.

To conclude, I would like to emphasise that whether these trends will continue or whether other trends will emerge remains uncertain. This is not happening, obviously, without tensions and contradictions. This is a conflict-driven process with an open-ended trajectory, and it is not clear what will happen in the future. That said, however, at least for now, by making the immune system of capitalism stronger – i.e., by contributing to its dynamic stabilisation – mediatisation seems to be implicated in the dynamic destabilisation of modern capitalist societies.

References

- Aglietta, M. (2001). *A Theory of Capitalist Regulation: The US Experience*. New York: Verso.
- Ampuja, M. (2012). *Theorizing Globalization. A Critique of the Mediatization of Social Theory*. Leiden: Brill.
- Andrejevic, M. (2005). The Work of Watching One Another: Lateral Surveillance, Risk, and Governance, *Surveillance and Society*, 2(4): 479–497.
- Andrejevic, M. (2014). The Infinite Debt of Surveillance in the Digital Economy. In A. Jansson & M. Christensen (eds.), *Media, Surveillance and Identity: Social Perspectives* (pp. 91–108). New York: Peter Lang.
- Andrejevic, M. & Gates, K. (2014). Big Data Surveillance, *Surveillance & Society*, 12(2): 185–196.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Bolin, G. (2012). The Labour of Media Use. The Two Active Audiences, *Information, Communication & Society*, 15(6): 796–814.
- Bolin, G. & Hepp, A. (2017). The Complexities of Mediatization: Charting the Road Ahead. In O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp & S. Hjvard (eds.), *Dynamics of Mediatization, Institutional Change and Everyday Transformations in a Digital Age* (pp. 315–331). Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Bolin, G. & Jerslev, A. (2018). Surveillance through Media, by Media, in *Media, Northern Lights*, 16(1): 3–21.
- Bolin, G. & Schwarz, J. (2015). Heuristics of the Algorithm: Big Data, User Interpretation and Institutional Translation, *Big Data & Society*, 2(2): 1–12.
- Bröckling, U. (2015). *The Entrepreneurial Self. Fabricating a New Type of Subject*. London: Sage.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Couldry, N. & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. London: Polity.
- David, C. (2001). Mythmaking in Annual Reports, *Journal of Business and Technical Communication*, 15(2): 195–222.
- Dolata, U. (2017). Apple, Amazon, Google, Facebook, Microsoft. Market Concentration, Competition, Innovation Strategies, SOI Discussion Paper 2017-01: 5–30.
- Dörre, K., Lessenich, S. & Rosa, H. (2016). Landnahme, Acceleration, Activation. Dynamics and (De-)stabilisation of Modern Growth Societies. Application for funding from DFG Humanities Centre for Advanced Studies, 1–24.
- Fast, K. (2018). A Discursive Approach to Mediatization: Corporate Technology Discourse and the Trope of Media Indispensability, *Media and Communication*, 6(2): 15–28.
- Fisher, E. (2010). Contemporary Technology Discourse and the Legitimation of Capitalism, *European Journal of Social Theory*, 13(2): 229–252.
- Foucault, M. (1972). *Vetandets arkeologi*. (1. uppl.) Staffanstorp: Cavefors.
- Fuchs, C. (2012). Google Capitalism, *TripleC*, 10(1): 42–48.
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. London: Routledge.
- Hand, M. & Sandywell, B. (2002). E-topia as Cosmopolis or Citadel: On the Democratizing and De-democratizing Logics of the Internet, or, Toward a Critique of the New Technological Fetishism, *Theory, Culture & Society*, 19(1/2): 197–225.
- Harvey, D. (2010) *The Enigma of Capital and the Crisis of Capitalism*. London: Profile Books.

- Hepp, A. (2013). *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press.
- Hepp, A. & Krotz, F. (Eds.) (2014). *Mediatized Worlds*. Houndsmills, UK: Palgrave.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society, *Media, Culture & Society*, 37(2): 314–324.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change, *Nordicom Review*, 29(2): 105–134.
- Jansson, A. (2014). Indispensable Things: On Mediatization, Space and Materiality. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 273–295). Berlin: De Gruyter Mouton.
- Jansson, A. (2015). Interveillance: A New Culture of Recognition and Mediatization, *Media and Communication*, 3(3): 81–90.
- Jansson, A. (2018). *Mediatization and Mobile Lives: A Critical Approach*. London: Routledge.
- Krotz, F. (2007). The Meta-process of “Mediatization” as a Conceptual Frame, *Global Media and Communication*, 3(3): 256–260.
- Krotz, F. (2017). Explaining the Mediatisation Approach, *Javnost*, 24(2): 103–118.
- Leckner, S. (2018). Sceptics and Supporters of Corporate Use of Behavioural Data: Attitudes Towards Informational Privacy and Internet Surveillance in Sweden, *Northern Lights*, 16(1): 113–132.
- Lyon, D. (2015). *Surveillance after Snowden*. Cambridge/Malden: Polity Press.
- Lundby, K. (2014). Mediatization of Communication. In K. Lundby (ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 3–35). Berlin: De Gruyter Mouton.
- Mann, M. (2013). The End of Capitalism? *Analise Social*, 209(4): 927–945.
- Mayer-Schönberger, V. & Cukier, C. (2013). *Big Data. A Revolution that Will Transform How We Live, Think and Work*. London: John Murray
- Marwick, A. E. (2012). The Public Domain: Social Surveillance in Everyday Life. *Surveillance & Society*, 9(4), 378–393.
- Murdock, G. (2017). Mediatisation and the Transformation of Capitalism: The Elephant in the Room, *Javnost*, 24(2): 119–135.
- Nielson, R. & Ganter, A. (2018). Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations between Publishers and Platforms, *New Media & Society*, 20(4): 1600–1617.
- Rosa, H. (2013). *Social Acceleration. A New Theory of Modernity*. New York: Columbia University Press.
- Rosa, H., Dörre, K. & Lessenich, S. (2017). Appropriation, Activation and Acceleration: The Escalatory Logics of Capitalist Modernity and the Crises of Dynamic Stabilization, *Theory, Culture & Society*, 34(1): 53–73.
- Sennett, R. (2006). *The Culture of the New Capitalism*. New Haven: Yale University Press.
- Streeck, W. (2013). The Politics of Public Debt. Neoliberalism, Capitalist Development, and the Restructuring of the State. Discussion Paper 13/7. Max Planck Institute for the Study of Societies: iii–24.
- Streeck, W. (2016). *How Will Capitalism End? Essays on a Failing System*. London and New York: Verso.
- Turow, J. (2017). *The Aisles Have Eyes. How Retailers Track your Shopping, Strip your Privacy, and Define your Power*. New Haven: Yale University Press.
- Wadell, K. (2016). Incessant Consumer Surveillance is Leaking into Physical Stores. Retail is on Its Way to a Future of Personalized Everything—Even Prices. [Interview with Joseph Turow]. *The Atlantic*, Oct 20, 2016, 1–20. Retrieved from <https://www.theatlantic.com>

- atlantic.com/technology/archive/2016/10/incessant-consumer-surveillance-is-leaking-into-physical-stores/504821/
- Wajcman, J. (2015). *Pressed for Time. The Acceleration of Life in Digital Capitalism*. Chicago: The University of Chicago Press.
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- van Dijck, J. (2014). Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data between Scientific Paradigm and Ideology, *Surveillance & Society*, 12(2): 197-208.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic, *Media and Communication*, 1(1), 2–14.
- Vostal, F. (2017). *Slowing Down Modernity: A Critique*. London: Sage.
- Zuboff, S. (2015). Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization, *Journal of Information Technology*, 30: 75–89.
- Zuboff, S. (2016). Google as a Fortune Teller: The Secrets of Surveillance Capitalism, *Frankfurter Allgemeine*, The Digital Debate. Retrieved from <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/shoshana-zuboff-secrets-of-surveillance-capitalism-14103616.html>

Fängelse, arbete, medier

FREDRIK STIERNSTEDT

Det här Det här kapitlet handlar om arbete och mer specifikt om mediearbete. Det var ett tema i min avhandling (2013), för vilken Göran Bolin var handledare och det är något jag sedan dess utvecklat i en rad publikationer och projekt. I Görans egen forskargärning löper medieproduktion och mediearbete som en röd tråd genom författarskapet, från avhandlingen *Filmbytare: videovåld, kulturell produktion & unga män* (Bolin 1998) om unga, skräckfilmsintresserade mäns fanzineproduktion, via ett forskningsprojekt om TV-programmet Bingolotto som innehöll analyser av produktionsprocesser (Bolin & Forsman 2002) till intresse för det arbete som bedrivs i medieindustrierna för att samla ihop, beräkna, övervaka och producera publiken och publikvaror i de digitala mediernas tid (Bolin 2011).

Jag kommer i det här kapitlet att belysa en form av mediearbete som tidigare inte rönt någon större uppmärksamhet i medieforskningen. Det är det medierelaterade arbete och den produktion som historiskt sett har skett, och alltså sker, i fängelser och som utförs av fångar. Alla de medie- och kommunikationssystem, de infrastrukturer som omger oss och som vi använder varje dag – åtminstone delvis – har skapats, monterats och möjliggjorts genom fångars arbete. De medier som Ithiel de Sola Pool (1983) med en inflytelserik formulering kallat för *technologies of freedom*, har alltså, något paradoxalt, också sin grund i ofrihet och fångenskap. Förutom att kapitlet belyser och dokumenterar något av denna hittills oskrivna mediehistoria kommer jag också att diskutera vad vi kan dra för generella lärdomar av exemplet med fångars mediearbete.

Produktion och arbete som forskningsområde

Man kan fråga sig varför medievetenskapen överhuvudtaget ska bry sig om frågor om produktion och arbete. Jag tror att det är möjligt att på ett övergripande plan besvara denna fråga på åtminstone två olika sätt.

Det första svaret är att ett studium av mediearbete lär oss något generellt om arbete som sådant. Visserligen är arbete i medieindustrierna en ganska speciell verksamhet som har präglats av något annorlunda organisationsformer och strukturer än mycket annat lönearbete i den kapitalistiska världen.

Det har funnits – och finns alltså – marknadsmässiga och ekonomiska skäl att erbjuda de anställda en högre grad av autonomi och självbestämmande i denna sektor än i många andra former av produktion (Hesmondhalgh 2013). Det är också en form av arbete som beskrivits som inte bara ”coolt” och ”kreativt” utan också mer egalitärt och informellt organiserat än många andra former av arbete (Gill 2002). Samtidigt har det förts fram argument att medie- och kulturindustrierna är föregångare för organisationsformer och sätt att ordna lönearbete på som sedan fått spridning i ekonomin mer generellt och som bidragit till den tendens av prekarisering av arbetet som skett under de senaste decennierna. Flexibilitet, tillfälliga anställningar, perioder av oavlönat arbete, betydelsen av personliga nätverk för att få jobb, betoningen på självförverkligande och personlig identifikation med arbetet, uppluckrade gränser mellan fritid och arbetsliv – alla dessa trender och tendenser har en längre historia i de ”kreativa” näringarna än i arbetslivet generellt, men har under de senaste decennierna fått en stor spridning i hela lönearbetet. Om man på så vis tänker sig arbetet i medie- och kulturindustrierna som ett laboratorium där nya modeller för att organisera lönearbete prövas ut, blir det då ett argument för varför det är viktigt att studera detta arbete närmare.

Det andra svaret, som är det mer medievetenskapliga, är att vi genom att studera arbete och produktion lär oss något om medierna och deras roller och funktioner i samhälle och kultur. ”Författarens död och läsarens födelse” med Barthes och Foucault i det sena 1970-talet innebar förvisso att frågor om upphov, ursprung och intention på många sätt förpassades ur kulturvetenskapen, till förmån för frågor om meningsskapande, läsning och tolkning. Mycket medievetenskaplig forskning under 1980- och 1990-talen samlades också kring skärningspunkter mellan användare och texter i vardagslivet. Inte minst under Görans formativa år i forskarutbildning på 1990-talet var en sådan ”cultural studies”-tradition stark i den nordiska medieforskningen. Men samtidigt har det, inom medievetenskapen, alltid funnits strömningar som intresserat sig för ”inkodning” eller produktion av medier.

I relation till journalistikforskning har frågor om nyhetsvärdering, selektion och redaktionella principer och beslutsgångar exempelvis varit ett livaktigt fält (se t ex Löfgren Nilsson 1999). Men även i annan medieforskning har intresse riktats mot upphovspersoner och intentioner. Dock har den individuella ”auteuren” eller producenten sällan varit i fokus i sådana studier och biografisk forskning om enskilda medieproducenter har inte varit någon dominerande genre i medieforskningen. Det finns också goda skäl till det. Produktionsprocesser i medierna är sällan entydigt dominerade av en upphovsperson utan snarare kollektiva och komplexa processer som innefattar

en mängd olika aktörer. Teoretiskt innebär det att studier av produktion och arbete i medierna ofta utforskat detta som sociala processer bestämda av sociala krafter. Till exempel har Pierre Bourdieus fältteori används för sådana studier, liksom politisk-ekonomisk teori eller andra liknande perspektiv som flyttar fokus från individer och deras intentioner och livslopp till sociala och kulturella strukturerande krafter i medieproduktionen. Samtidigt delar mycket av forskningen om medieproduktion och arbete i medierna den grundläggande premissen – med exempelvis biografiskt orienterade tillnärmningar – att det som händer i produktionen, och de intentioner och krafter som spelas ut där, på något sätt har betydelse för mediernas innehåll och de sätt varpå de i sin tur bidrar till att organisera tid, rum, kommunikation och meningsskapande i samhället.

En viktig fråga för dem som intresserar sig för arbete och produktion i relation till medier är förstas hur detta område skall avgränsas: Vad är medieproduktion? Vad är mediearbete? Och vad är det inte? Frågorna är i sig inte nya, men har fått förnyad aktualitet genom mediernas utveckling. I den digitala eran blir gränser mellan producenter och konsumenter allt mer flytande; liksom i radiomedietets barndom (se Brecht 1999) är de flesta samtida medieteknologier för mediekonsumtion (t ex datorer, smarta telefoner, läsplattor osv) också teknologier för produktion. Tack vare digitala plattformar kan dessutom medieproduktioner distribueras allt lättare, från din egen handhållna medieapparat och direkt till potentiellt sett stora publikor (se Bolin 2011 för en diskussion). Även om vi begränsar medieproduktion genom att tala om mediearbete, vilket förutsätter en ekonomisk maktrelation (arbete i ett kapitalistiskt samhälle) är avgränsningen av mediearbetet inte självklar. Kan det till exempel vara ett slags ”arbete” att klicka, länka, likea, ladda upp innehåll och att röra sig i digitala plattformsmiljöer (eftersom det onekligen är den verksamheten som skapar ekonomiska vinster för plattformsföretagen)? (ibid.). Och var ska gränserna för mediearbete dras? Är det bara de symbolproducerande och expressiva formerna av arbete (journalister, bloggare, TV-producenter, art directors osv.) som ska uppfattas som mediearbetare (som t ex David Hesmondhalgh har argumenterat för)? Eller bör denna kategori också innefatta anställda på call centers, de som levererar cateringmaten till TV-inspelningar eller de kinesiska fabriksarbetare som bygger våra mobiltelefoner? (Fuchs 2014). En diskussion kring dessa svåra frågor – vars svar har både vetenskapliga, praktiska och politiska implikationer – har rasat i medieforskningen under det senaste decenniet och Göran har i högsta grad varit delaktig i en sådan diskussion (se t ex Bolin 2005; 2012).

För den som bläddrar genom litteraturen om medieproduktion och mediearbete är det uppenbart att den absoluta huvuddelen av denna forskning handlar om och är formulerad i relation till en ”smalare” definition av mediearbete. Symbolproducerande, expressivt, kreativt lönearbete i de traditionella medieindustrierna dominerar studierna. Även om jag själv gjort mig skyldig till detta smala fokus i mycket av min egen forskning (se t ex Stiernstedt 2013) så tror jag att vi har mycket att vinna på att bredda denna definition av mediearbete och att betrakta även andra saker än ”kreativa” och symbolproducerande verksamheter som mediearbete. Vicki Mayer (2011) har här gjort en pionjärgärning med sin studie av arbete ”below the line”; i vilket hon inkluderar såväl de fabriksanställda som bygger TV-apparater, praktikanter som kokar kaffe, ungdomar som arbetar med casting som manusförfattare och producenter i sin studie av TV-produktion. Det finns förvisso politiska och taktiska skäl som gör att det också kan vara produktivt att bredda definitionen av arbete; att på så sätt visa vilka gemensamma problem (prekarisering och ökad otrygghet t ex) som finns i olika typer av mediearbete och således vilka gemensamma intressen som finns bland arbetare i olika delar av mediernas ”värdekedja”. På så sätt kan forskningen också peka framåt mot en gemensam organisering av denna breda grupp av personer och yrken som är inblandade i att skapa och reproducera samhällets kommunikationsresurser. Så föreställer sig t ex Christian Fuchs (2014) poängen med en bred definition av mediearbete. Men bortom sådana politiska och taktiska överväganden finns också kunskapsmässiga och vetenskapliga vinster för den som vill pröva att inkludera fler verksamheter och grupper i definitionen av mediearbete, något jag ska återkomma till i kapitlets avslutande delar.

Att bredda vad vi menar när vi talar om mediearbete blir också påkallat i och med det ökade intresset för infrastrukturer inom medieforskningen (Larkin 2008, Parks & Starosielski 2015). Detta intresse innebär att symboler och texter inte nödvändigtvis står i centrum i forskningen utan att artefakter som satelliter, kablar och nätverk blir studieobjekt, och att deras förmåga att bära signaler, organisera tid och rum, sätta gränser och skapa möjligheter fokuseras i forskningen. Infrastrukturer är nu inte bara ting, de innefattar också en rad praktiker. Satelliter måste försättas i omloppsbana (av någon), kablar måste läggas (av någon) och nätverk måste kopplas samman (av någon) – och de måste ständigt övervakas och underhållas (av någon) för att inte sluta fungera. Infrastrukturer implicerar en mängd – ofta osynligt – arbete. I detta sammanhang blir ett fokus på arbete också en möjlighet att teoretisera och beforska frågor om makt”, då konfliktrelationen arbete/kapital på så sätt uppenbarar sig i relation till mediernas infrastrukturer.

Fängelsearbete som mediearbete

Det här kapitlet handlar om ett specifikt exempel på mediearbete som sker långt ifrån vad vi traditionellt uppfattar som medie- och kulturindustrierna och avlägset från det kreativa och ”självförverkligande” arbete som kan vara en realitet för de mer gynnade delarna av den kreativa klassen. Arbetet som står i centrum i det här kapitlet sker inte bara ”below the line” (med Vicki Mayers formulering) utan också ”behind bars”; i fängelser, av fångar.

Intresset för att studera relationen mellan arbetet i fängelser å ena sidan och medier och kommunikation å den andra kom när jag stötte på en fotnot i en snart trettio år gammal, svensk avhandling i kriminologi. Hanns von Hofer (1993) skriver i sin studie *Fängelset: uppkomst – avskräckning – inkapacitering*, helt kort och i förbigående om hur både kanalsystemet, järnvägarna och telegrafan till stor del byggts av fångar. Här väcktes en nyfikenhet: om fångar spelat en sådan roll i tillkomsten av tidiga medie- och kommunikationssystem, hade de också haft något att göra med senare medie- och kommunikationsteknologier? Och kunde det vara så att de fortfarande idag spelar en roll för utvecklingen och konstruktionen av våra medier? När jag, tillsammans med Anne Kaun, inom ramen för forskningsprojektet *Prison Media*, började undersöka frågan fann vi att svaren på dessa frågor är: ja. I vad som följer i detta kapitel ska jag utveckla svaren på dessa frågor.

Texten har följande struktur: jag inleder med en kortfattad historisk överblick över arbete och straff med fokus på det svenska, moderna fängelse-systemet, från 1800-talets mitt fram till idag. I kapitlets andra del kommer jag så att gå igenom de olika former av mediearbete som förekommer – och historiskt har förekommit – i svenska fängelser och diskutera den s.k. ”arbetsdriftens” bidrag till det svenska mediasystemet. I den tredje delen av kapitlet tar jag kortfattat att diskutera vad digitalisering och nya medier kan innebära för fångars produktion i samtida fängelser. Texten avslutas sedan med några reflektioner kring ävad medievetenskapen skulle ha att vinna på att bredda och nyansera såväl de empiriska studierna och teoretiska modellerna av mediearbete för att synliggöra fler typer av mediearbete.

Arbete och straff i det moderna fängelsesystemet

Fängelsestraff, frihetsberövande och arbete har ofta varit sammanlänkade genom historien. På fästningar och i spinnhus, på galärskepp, i gruvor, i kvarnar och på bomullsplantager har dömda brottslingar fått slita i sitt anletes svett för att sona sina brott. Som den institutionsvane Jalmar Tornklint,

redaktör för Hall-fångarnas tidning *Hallbladet*, skriver i sin debattbok *Förtroende för fångar* (1971): ”fången konstruerades för arbetets skull” (s. 32).

I den klassiska studien *Punishment and Social Structure* (1939) visar Georg Rusche och Otto Kirchheimer hur förändringar i olika samhällens ekonomiska organisation genom historien har bidragit till utvecklingen av olika slags ”straffregimer”. Slavarbete var en dominerande form i antikens samhällen, bötesstraffet dominerade under medeltiden, medan straffarbete blev en central del av merkantilismens socialpolitik. Det är en tid som präglas av ”den stora inlåsningen” och straffarbetet var centralt för den tidigkapitalistiska ekonomins funktions sätt.

Vid 1800-talets ingång och i och med den framväxande industrialismen skedde en förändring: det hårda kroppsarbetet började nu – av vissa – betraktas som både inhumant och ineffektivt. Men än mer centralt var att straffarbetet alltmer spelat ut sin roll i samhällsekonomin. Fångarnas arbete ansågs tvärtom ha skadliga effekter på den kapitalistiska arbetsmarknadens funktions sätt. I tidskriften *Vård & Vakt* uttrycks denna ståndpunkt tydligt i en artikel från år 1908:

Fångarnas arbete utgör en skadlig konkurrens på arbetsmarknaden. Tre hundra fångars sysselsättning i skrädderi kan innebära tre hundra arbetslösa skräddare ute i samhället (citat ur Lundberg 1997, s. 59).

Istället växte en ny bestraffningsideologi fram. Häri betonades vård istället för straff och fångarnas väg till bättring och möjliga återinträde i samhällsgemenskapen kom att gå genom självrannsakan och personlig omvändelse, snarare än genom arbete. Denna nya ideologi materialiserades i det s.k. kväkarfängelset, eller Philadelphia-systemet. Detta system utvecklades av kväkarna i nordöstra USA och en stark betoning låg på sådant som av denna religiösa grupp betraktades som ideal: avskildhet, tystnad och introspektion. De fångelser som uppfördes enligt denna modell var s.k. cellfångelser, där fångarna levde i enskilda celler, placerade i korridorer på ett sådant sätt att övervakning lätt lät sig göras. Jeremy Benthams (1791/2001) berömda *panopticon* kan sägas vara en variant av ett sådant fängelse. I dessa fångelser levde de intagna i fullkomlig total tystnad inlåsta i individuella celler och arbetade inte, och detta ansågs av många vara en humanisering av fånghanteringen.

Det dröjde dock inte länge innan de stora nackdelarna med kväkarfängelset uppenbarades. Isoleringen, överksamheten, tystnaden, avsaknaden av all stimulans och mänsklig kontakt drev fångar till galenskap. De psykiska ärren blev stora för många av dem som genomlevt denna typ av bestraffning, och självmordsfrekvensen var betydande.

Den modell som kom att bli dominerande i Europeiska fängelser var det s.k. Auburn-systemet, som hade utvecklats i New York i USA. Detta system var snarlikt Philadelphia-systemet och innefattade också en hög grad av tystnad och avskildhet, men till skillnad från i Philadelphia-systemet tilläts fångarna att arbeta, i gemenskap, under dagtid. Arbetet skedde huvudsakligen innanför fängelsets murar i särskilda verkstäder och blev under 1800-talets gång alltmer industriellt till sin karaktär. Många stadsfängelser uppfördes i Sverige vid 1800-talets mitt och Auburn-systemet var det ideal som låg bakom dess konstruktion: de var således cellfängelser där de intagna levde i stor avskildhet från varandra. Även om Auburn-systemets tystnadsvång, starkt religiösa prägel och relativa avsaknad av kontakt mellan fångarna avvecklades vid 1800-talets slut blev verkstadsarbetet kvar i fängelserna och har så varit sedan dess.

Den moderna arbetsdriften i svenska fängelser kom till genom ett kungligt regleringsbrev år 1904. Innan dess hade fängelsets arbete anordnats ad hoc och förtjänsterna hade kommit fängelsedirektörerna och fångvaktarna till del, snarare än att tillfalla statskassan. Motståndet mot en professionaliserad arbetsdrift var därmed av förklarliga skäl utbrett bland fängelsepersonalen och förlusten av förtjänster på fångarbetet användes t o m som ett argument för höjd lön av fångvaktarnas fackförening i en avtalsrörelse på 1910-talet (Lundberg 1997). Arbetet i fängelserna organiserades framförallt i mekaniska verkstäder och snickeriverkstäder, men även tvätteri, sömnad och lantbruk var vanliga näringsgrenar. Ett stort antal ”verkmästare” anställdes i fängelserna för att leda arbetet och utbilda fångarna i nödvändig yrkeskunskap. Från och med 1946 och den lag om verkställighet som då trädde i kraft ålades fängelserna skyldigheten att ge varje intagen möjlighet att under fängelsetiden erhålla kunskaper som denne kunde ha nytta av efter frigivningen och som kunde underlätta dennes återanpassning till samhällslivet, vilket ytterligare underströk arbetets betydelse som en del av kriminalvården (Lamroth 1990).

Mediearbete i fängelse under 1900-talet och idag

När man tänker på det arbete som utförs i fängelser kanske man inte i första hand föreställer sig att det har med medier att göra. Arbetsdriften, eller Krim-Prod, som denna verksamhet numera kallas inom Kriminalvården i Sverige, innefattar också en mångfald av olika arbetsuppgifter. De har dock det gemensamt att det ofta handlar om enklare arbete av manuell karaktär som i de flesta fall inte kräver några djupare förkunskaper. Inom Kriminalvården

har arbetsdriften under 1900-talet varit indelad i tre sektioner: en jordbruksdel, en skogsbruksdel och en industridel. Det som står i centrum här är den sistnämnda: de former av verkstads- och industriarbeten som ägt rum innanför fängelsemurarna. Idag har denna produktion också ett eget varumärke, *Made In Jail*, för att marknadsföra sina produkter.

Den period som jag kommer uppehålla mig vid här sträcker sig från slutet av andra världskriget fram till idag och kan i sig sägas utgöras av två distinkta perioder, kopplade till olika konkreta samhälleliga behov och till olika samhällsekonomiska regimer.

Den första av dessa perioder (ca. 1940–1980) hänger samman med den moderna statsförvaltningens framväxt och är förbunden med krav och behov som finns i det senkapitalistiska eller ”monopolkapitalistiska” samhälle som växer fram efter andra världskriget och som domineras av stora, byråkratiskt organiserade organisationer och företag. Den andra perioden (ca. 1980–) hänger samman med det nyliberala samhällets framväxt, globalisering och digitalisering, vilket också satte avtryck i arbetsdriftens organisation i fängelserna.

Att försörja statens och storföretagens kommunikationsbehov

Det finns lång tradition av medieproduktion i svenska fängelser: de intagna har publicerat egna tidningar och skrivit poesi och prosa men det har också förekommit en livaktig produktion av tecknat material, inte minst av erotisk karaktär. Tidningen *Hallbladet* startade redan på 1940-talet och under de nästkommande decennierna dök fängstidningar upp på i stort sett alla större anstalter i Sverige, med namn som *Kårridåren*, *Cell-Staff* eller *Högsbo Crime News*.¹ Redaktionerna sattes samman av de intagna själva och tidningarna höll ofta anmärkningsvärt hög kvalitet, inriktade på nyheter, debattinlägg, hälsningar till fångarna, humor och kåserier. Såväl *Kåkbladet* som *Hallbladet* innehöll också en stor del mer seriöst material, i form av kriminalpolitiska debattinlägg och en kritisk diskussion av kriminalvården. Personal från myndigheten och politiker medverkade regelbundet med texter i dessa stencilerade publikationer. Traditionen med fängstidningar har idag i stort upphört. Dels kanhända på grund av att mediemiljön i svenska fängelser blivit mer rikhaltig och att efterfrågan på tidningarna minskat, men sannolikt också på grund av en mer repressiv hållning från Kriminalvårdens sida, under generaldirektören Lars Nyléns ledning i början av 2000-talet (Eriksson 2017).

¹ Från 1960-talet och framåt hade man på de större anstalterna också egna radiostationer som sköttes av fångarna, via vilka nyheter och musik distribuerades i interna, slutna radiosystem över anstalten.

Tidningsproduktion och annan medieproduktion på anstalterna räknas inte som en del av arbetet, utan är något som de intagna får sysselsätta sig med på fritiden. Dock kan man notera att frågan om arbete diskuteras livligt fångarnas egna tidningar, i princip genomgående utifrån ett kritiskt perspektiv. I den tidning som utkom på anstalten Hall – *Hallbladet* – kan man t ex i julnumret 1964 läsa inte mindre än två längre arbetskritiska artiklar skrivna av intagna, där den s.k. ”storindustrialiseringen” av anstalten kritiserades av signaturen Cheminau:

Ty i all ära denna nu storindustrialisering som har skett på Hall så hjälper den oss ej efter vårt utgångna straff, den hjälper kanske Er [fängelseledningen] i att arbete finns för alla etc. men oss hjälper den inte då friheten är ett faktum och arbete ska anskaffas utanför. (*Hallbladet* julen 1964)

Och några månader senare publiceras ett långt kåseri under rubriken ”Små, små stänk av ironi” som handlar om att Kriminalvården borde skaffa sig en ”PR-man” (något som blev allt vanligare i samhället vid denna tidpunkt) för att se till att det inte blir arbetsbrist i fängelserna, genom att locka människor till att begå brott så att det ska kunna bidra till produktionen innanför murarna: ”Lönen är inte så hög – men man får betänka att det handlar om vård”, avslutas kåseriet sarkastiskt (*Hallbladet*, midsommar 1965).

Vad innebar då ”storindustrialisering” som Cheminau refererar till i sitt kåseri? Vad som avses är förmodligen den tilltagande professionaliseringen av arbetsdriften efter 1946 års strafflagsreform, som gjort verkstadsarbetet till en ännu mer central del av verksamheten i kriminalvården. De nya anstalter som byggdes under 1950- och 60-talen (totalt 14 stycken) hade bättre och mer ändamålsenliga verkstadslokaler än de äldre fängelserna. Samtidigt ökade kundkretsens storlek.

I kundregistren från denna period² (50-60-70-tal) hittar man framförallt stora statliga och privata företag samt statliga förvaltningar av olika slag. Det mesta av arbetet på anstalt är inte relaterat till medier och kommunikation. Men precis som straffarbete i tidigare epoker använts för att bygga upp samhällets kommunikationsinfrastruktur, så var åtminstone en del av fångarnas produktion inriktad på kommunikation och medier, och mer precisat på teknologier för arkivering, distribution och förmedling av information. Det

² Uppgifterna i detta stycke kommer från följande källor: Kriminalvårdsstyrelsens arkiv, arbets- och utbildningsavdelningen. Koncept 1972–1975, Kriminalvårdsstyrelsen – Centrala Planeringsgruppen: Koncept 1973; Kungliga Fångvårdsstyrelsen: Arbetsbyrå – rapporter 1958–1962; Kundregister Kriminalvården 1970–1975.

vill säga sådant som krävdes för att organisera olika former av kommunikation i ett samhälle som präglades av svällande byråkratier (såväl statliga som privata) och offentliga välfärdssystem.

De byråkratiska organisationerna efter andra världskriget behövde infrastruktur för att fungera: bokhyllor, arkivskåp, skrivbord, stolar, mappar, pärmar och register behövde tillverkas i stora mängder; och fängelserna tillhandahöll härvidlag billig arbetskraft. Pärm och kuverttillverkning var viktiga områden inom Kriminalvården, liksom kontorsmöbler av olika slag. Även det snabbt växande utbildningsväsendet under efterkrigstiden behövde möbleras: universitetsbibliotek och klassrum behövde hyllor, bänkar och pulpeter. Även här levererade arbetsdriften inredningen till den framväxande välfärdsstaten. Svenska fångar underhöll t ex hela den svenska statsförvaltningens behov av bokhyllor och de levererade 5 000 hyllor varje år (*Sociala Meddelanden*, nr. 1-2, 1962).

| Televerkets Centralförvaltning | | off.förfr. | |
|--|--------|------------|---------------------------------|
| Inköp | Beslut | | |
| 16.11.70 | | | |
| Remiss | Ur | In | |
| | | | |
| | | | |
| Distanspårar 87-15850/00, 1500 mm, 42.000 st | | | best. 1095/1970 |
| | | | Soknr A 30 Dnr 3218 90 |

Ur arbetsdriftens orderböcker 1970. 42 000 distanspårar beställs av Televerket.

Bland beställarna under denna period hittar vi dock också ett flertal renodlade medie- och kommunikationsföretag. Det är i sig inget förvånande eftersom medie- och kommunikationsbranschen i Sverige, under denna period, var starkt dominerad av stora statliga företag (Televerket, Posten) eller semi-statliga organisationer (som t ex Sveriges Radio och Sveriges Television). Framväxten av den moderna, storskaliga förvaltningen och de stora byråkratiskt organiserade företagen under efterkrigstiden ställde allt större krav på kommunikationsinfrastruktur av detta slag (post, telefoni). Det fanns också en rad privata företag bland kunderna som t ex Svensk Filmindustri och Ericsson. Fångarnas bidrag till den växande medie- och kommunikationsbranschen i Sverige handlade även här i första hand om dess hårdvara: fångarna byggde infrastruktur och teknologier som krävdes för att distri-

buera information och kommunikation i samhället. Telefonstolpar, elektronik till telefonväxlar, kablar, kuvert och postväskor var t ex bland de produkter som beställdes från arbetsdriften. På en av de svenska anstalterna fanns under en period också en reparationsverkstad för TV- och radioapparater och vidare var tryckeriverksamhet förekommande på svenska anstalter. Mest känt härvidlag är tryckeriet på Långholmens fängelse i Stockholm, som dock stängdes redan under 1960-talet. I fängelsetryckerierna produceras internt material för bruk inom Kriminalvården, men här trycktes också blanketter, offentliga dokument, kataloger och tidskrifter (Rudstedt 1972).

En inventering av orderböcker, årsrapporter och statistik om arbetsdriften under efterkrigstiden visar alltså, på ett övergripande plan, att kommunikations- och medieinfrastrukturer byggdes upp och underhölls med fångarbete. Den exakta omfattningen av detta ”mediearbete” och vilken betydelse det egentligen haft för efterkrigstidens kommunikationsinfrastruktur behöver dock belysas genom ytterligare empiriska studier. Arkivmaterialet är härvidlag både omfattande och svårtillgängligt, men redan mot bakgrund av de nedslag i arkiven som här har redovisats kan man konstatera att fångars bidrag till efterkrigstidens kommunikationer inte varit helt obetydligt.

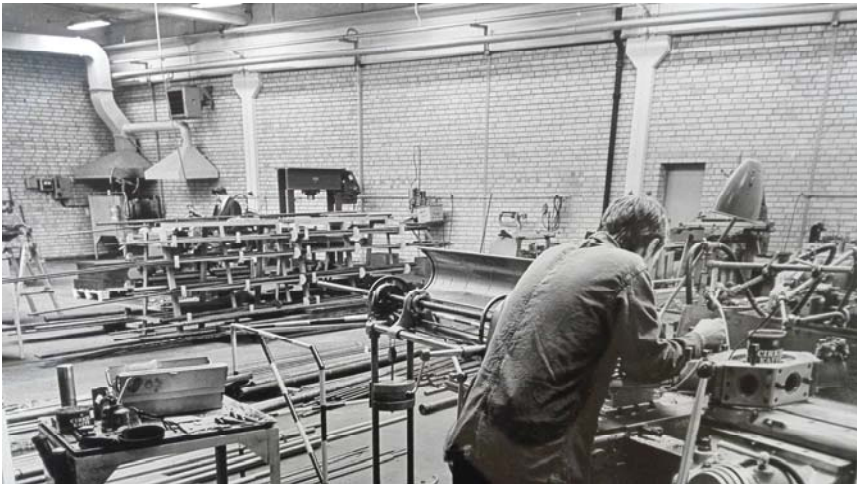
Struktumvandling och fångkamp: nedgång för arbetsdriften

Under 1970-talet förändrades arbetsdriften i fängelserna.

En tilltagande internationalisering av det ekonomiska livet innebar att en generell ”struktumvandling” ägde rum i den svenska ekonomin. Tillverkningsindustrin – både innanför och utanför murarna – drabbades hårt av denna omvandlingsprocess, då en rad framför allt enklare tillverkning outsourceades till låglöneländer, framförallt i Asien. (Kindgren & Littman 2015). Även många av kunderna som tidigare anlitat fångar för tillverkningsarbeten vände sig nu till denna nya arbetsmarknad. Båda dessa förändringar i samhällets ekonomiska liv, som båda är delar av övergången till en nyliberal ekonomisk-politisk regim, bidrog till att göra det allt svårare att hitta kunder till KrimProd – och därmed arbete till fångarna.

Samtidigt rasade den s.k. fångkampen. År 1966 bildades KRUM – riksförbundet för kriminalvårdens humanisering. En lång rad krav på förbättringar restes av fångarna själva, i allians med aktivister och akademiker utanför murarna. Strejker och andra manifestationer organiserades på en lång rad anstalter. Bland annat krävde fångarna bättre ersättning för sitt arbete och mer meningsfull sysselsättning (Adamson 2006). Experiment med marknadsmässiga löner i arbetsdriften skedde också under 1970-talet (Åman 1976). I den stora statliga utredningen om kriminalvården från 1970-talets

första år föreslogs vidare en rad förbättringar, t ex större möjligheter till utbildning och till andra sysselsättningar (förutom verkstadsarbete) i fängelserna (SOU 1971:74; SOU 1972:64). Det var i och med den av utredningen följande kriminalvårdsreformen som begreppet rehabilitering introduceras i kriminalvården och fritidsledartjänster inrättas på anstalterna. Samtidigt innebar professionaliseringen av arbetsdriften, med starkare fokus på arbetsmiljö och arbetarskydd samt marknadsmässiga löner, att den stora konkurrensfördelen med fångarbete (att det är billigt) till viss del gick förlorad. Dessa båda parallella skeenden (strukturomvandling och fångkamp) minskade således efterfrågan på fångars arbete och möjligheten för anstalterna att erbjuda verkstadsarbete till de intagna.



Verkstadsarbete i fångelse, här från Kumlaanstalten. Bild: Riksarkivet.

Under 1980-talet rapporteras ständiga problem med arbetsdriften. Samtidigt som den centrala myndigheten (Kriminalvården) krävde bättre lönsamhet och fler kunder, minskade istället efterfrågan på fångarnas arbetskraft. I anstaltarnas årsberättelser från 1980-talet är problemen i arbetsdriften ett ständigt återkommande tema och anstaltsdirektörerna använder årsrapporterna för att kritisera myndighetsledningen i denna fråga, som exempelvis här i årsrapporten för Hällby kriminalvårdsanstalt verksamhetsåret 1987/1988, som inleds med följande stycke författat av direktören själv:

Det gångna året har i stort sett förflutit utan störningar men dock har vissa problem visat sig i full blom. Det är i första hand verkstadsdriften som har haft svårigheter att hålla produktionen igång [...] Det krävs omedelbara åtgärder att rätta till denna situation. Vi kan inte acceptera att den centrala

myndigheten ställer ökade krav på produktion och samtidigt inte gör någonting att möjliggöra att ökad produktion blir verklighet. Om vi på allvar skall tro på allt prat om vikten av nollresultat måste vi ha ett konkret bevis att man menar allvar genom att ge oss möjlighet till att uppnå nollresultat här på stället. (Årsrapport för Kriminalvårdsanstalten i Hällby, s. 1)

Ett problem som också ständigt återkommer är den låga produktiviteten. Den beror dels på återkommande arbetsvägran (det som kallas för ”passivitet i verkstäderna”). Detta problem har präglat arbetsdriften under hela det moderna fängelsets historia och redan i den gamla Kungliga fängvårdsstyrelsens rapporter från det som då hette arbetsbyrå påtalas bristen på disciplin och arbetsmoral på anstalterna.

Det passiva mediearbetet i ”smarta fängelser”

Även om 1970- och 80-talen innebar vissa svårigheter i produktionen så stannade arbetet naturligtvis inte av. Runt millenniskiftet uppgick arbetsdriften till omkring 2.1 miljoner arbetstimmar, eller 1 300 årsarbetskrafter (Bergdahl 2000). I och med en omorganisation år 2015 kom arbetsdriften också att samordnas nationellt, istället för att hanteras av varje enskild anstalt, vilket innebar att ökad specialisering, ökade marknadsföringsinsatser och en förbättrad ekonomi i arbetsdriften (Kriminalvården 2017). De kunder som tidigare beställt varor från Kriminalvården finns i viss utsträckning kvar och ännu idag, t ex tillverkar arbetsdriften fortfarande bokhyllor och andra kontorsmöbler och år 2018, hittar vi en lång rad medieföretag i KrimProds kundregister. Det är t ex vanligt att fängelseinteriörer och fångkläder som ska användas i TV- eller filmproduktioner tillverkas av fångar i fängelseverkstäder. Däremot saknas idag de stora statliga företag som i den tidigare perioden dominerade: posten och televerket (vilka numera endast är delvis statligt ägda).

Men det finns också fog för att tala om ett nytt slags fängelsearbete som vuxit fram i och med digitaliseringen och som anknyter till diskussionerna om den alltmer otydliga gränsen mellan medieproduktion och medieanvändning i samhället generellt (Bolin 2011; 2012; Napoli 2010). Om ”passivitet i verkstäderna”, som vi såg ovan, historiskt sett varit ett problem i arbetsdriften (antalet passiva timmar rapporterades årligen till den centrala myndigheten) bygger det nya arbetet i fängelserna just på att fångar bara ”är” och utan att direkt utföra några arbetsuppgifter kan de ändå bidra till en slags produktion. Medieforskaren Mark Andrejevic (2002) har myntat uttrycket ”the work of being watched” för att beskriva hur digitala och sociala medier fungerar. De digitala medieplattformarnas affärsmodell går ut på att övervaka användarna

och samla in en mängd data om dem, som de sedan säljer vidare till annonsörer eller andra s.k. ”tredje parter” för att tjäna pengar. Att användarna låter sig övervakas kan på så sätt beskrivas som en form av produktivt arbete, eftersom det är vad som skapar ekonomiska vinster (mervärde) i den digitala medieekonomin.

På ett liknande sätt har fångars tillvaro i fängelse – som alltid präglats av övervakning – kunnat göras produktiv, eftersom den data som de genererar kan användas i produktiva syften. T ex som en form av utvecklingsarbete i arbetet med att ta fram nya och förbättrade teknologier för övervakning och kontroll. Fängelset kan på så sätt förstås som en slags experimentverkstäder för digital medie- och övervakningsteknologi, i vilka de intagna bidrar med oavlönat ”arbete”.

I och med digitaliseringen av fångvården har denna dimension av fängelserna blivit allt viktigare och digitaliseringen av fång- och kriminalvård går snabbt framåt i hela världen. Att bygga s.k. ”smarta fängelser”, i vissa fall helt utan mänsklig vaktpersonal, som använder sig av AI och maskininlärning, har under de senaste åren påbörjats i flera länder runtom i världen. Utvecklingen har kommit längst i Asien, men även i Sverige pågår just nu arbetet med att utveckla och implementera ”smart” s.k. *krimtech* i Kriminalvården.



Kumlas centralvakt under 1960-talet. Nu hade medieteknologier för övervakning så smått börjat användas i svenska fängelser, men det skulle dröja fram till 1970-talet innan den s.k. ”teletekniken” inkluderas fullt ut i Kriminalvårdens verksamhet. Bild: Riksarkivet.

Att använda medieteknologier för övervakning av fångar är förstås i sig inget nytt. Det var med uppförandet av de nya rixanstalterna, som exempelvis Kumla, som nya medieteknologier för övervakning introducerades i stor skala i svenska fängelser, men ända fram till det tidiga 1970-talet var tekniska s.k. ”teletekniska” övervakningssystem inte allmänt inlemmade i den svenska kriminalvården. I *Kriminalvårdsstyrelsen Koncept 1973-07-16* kan man exempelvis läsa att:

De moderna, slutna anstalterna är utrustade med ett dyrbart och komplicerat stark- och svagströmssystem för bl a larmanordningar, kontrollapparater, TV- och radarbevakning mm. [...] Styrelsen räknar med ett behov av ytterligare två handläggande tjänstemän. En av tjänsterna bör ges teknisk inriktning för att kunna svara för driftsäkerheten vid och vidareutvecklingen av anstaltens stark- och svagströmsanläggningar och andra tekniska rymningsförsvärande anordningar. [Det här ska finansieras genom att] personella insatser kan ersättas med tekniskövervakningsutrustning i form av TV- och radarkontroll.

Det var också efter den stora kriminalvårdsreformen 1973/1974 som datorisering och digitalisering av myndigheten kom igång, med en ökad automatisering av kontors- och registerfunktioner (ibid.). Och under 1970-talet och 1980-talet byggdes de teletekniska övervakningssystemen ut. Nu blev teknisk avlyssning av fångars samtal (med inbyggda mikrofoner i väggarna), övervakningskameror och automatiska låssystem alltmer integrerade i fångelsens arkitektur. Men det är först i och med digitaliseringen som medierad övervakning på allvar också kan bli en slags produktiv verksamhet, eller en experimentverkstad för utveckling av ny (övervaknings)teknologi.

Ett exempel på en sådan teknologi är den elektroniska fotbojan. År 1993 introducerades fotbojan i den svenska kriminalvården. Sverige var ett av de första länderna i Europa som introducerade denna nya teknologi och det skedde inom ramen för den s.k. ”frivården”. Introduktionen av fotbojan var en del i en större omorganisering av frivården och denna omorganisation, som innebar ett större fokus på kontroll och övervakning innebar också att 25 procent av frivårdens personal slutade inom loppet av ett par år i det tidiga 1990-talet (Tallving 2017). Fotbojan utvecklades av ett forskarlag vid Harvarduniversitetet i USA under 1960-talet och men den fick sin praktiska användning inom kriminalvården genom att en domare i New Mexico i USA lät sig inspireras av en episod ur serietidningen *Spindelmannen* där den ondskefulla figuren Kingpin spårade Spindelmannen genom en elektronisk fot-

boja. Domaren lät en lokal dataentreprenör utveckla en användarvänlig version av fotbojan och introducerade den i rättsystemet i New Mexico år 1983 (Cronin 2006).

De elektroniska fotbojorna bygger på olika teknologier: GPS, fast telefoni och mobilnätverk. Men principen är enkel: ett arm- eller fotband som inte går att ta av (utan att ett larm går) övervakar den dömdes rörelser i rummet, och andra saker, som exempelvis nykterhet. Denna teknologi är ett alternativ till fängelse för personer dömda till kortare straff (i Sverige upp till sex månader).

Den elektroniska fotbojan representerar ett nytt sätt att tänka kring straff och övervakning där den dömda kan fortsätta leva ett relativt normalt, t ex fortsätta att arbeta och umgås med vänner, vilket antas vara positivt för fortsatt laglydighet efter avtjänat straff. Den representerar också, menar den tyska medieforskaren Andreas Bernard (2017) en del av den tilltagande normaliseringen av teknologisk självövervakning i vardagslivet. Han ser fotbojan som en föregångare till samtida s.k. ”aktivitetsarmband” (som t ex den s.k. ”fitbiten”) som människor frivilligt använder för att övervaka sig själva och sina aktiviteter i vardagen. Redan från allra första början i den tekniska utvecklingen av fotbojor fanns också idéer på att denna teknologi skulle kunna användas även i andra sammanhang än i en kriminalvårdskontext. I ett brev daterat 1969 från redaktören för tidskriften *Federal Probation* och ställt till Ralph Kirkland Schwitzgebel, Harvardforskaren bakom fotbojan, föreslås t ex att dessa armband skulle kunna användas för att övervaka och passa barn (Gable 2015). År 2016 patenterade Amazon ett aktivitetsarmband, som likt fotbojan använder sig av radioteknik, vilket är tänkt att användas för att övervaka lageranställdas rörelser, och vilket alltså de anställda skulle vara tvungna att använda på arbetstid. Liknande försök har gjorts bland andra yrkesgrupper, där obligatoriskt användande av aktivitetsarmband introducerats av företagsledningar för att övervaka sin personal på olika sätt (O’Carroll 2018). Fotbojan representerar ett exempel på hur teknologier som utvecklats och utprovats i relation till och med hjälp av dömda brottslingar både indirekt kan inspirera, men också på ett direkt sätt ligga till grund för utvecklingen av medieteknologier (i det här fallet för övervakning) i samhället.

Ett annat exempel på hur fängelset kan användas som en experimentverkstad för digitala (övervaknings)medier är teknologier för automatiserad röstigenkänning. För att få röstigenkänning att fungera krävs stora datamängder på vilken teknologierna och mjukvaran kan ”öva sig” i att känna igen röster. Fångars samtal och telefonsamtal är ett sätt att få tillgång till

sådana datamängder, som kan vara svåra att generera på andra sätt. T ex förekommer det i amerikanska fängelser att de intagna tvingas gå med på att delta i utvecklingsprogram för s.k. ”röstavtryck” för att överhuvudtaget få rätt att använda telefon under sin tid i fängelset. Röstavtrycksteknologi, eller ”voice-print” som det heter på engelska, fungerar genom att särskilja och identifiera fysiska egenskaper som skiljer individers röster åt, som t ex deras tonhöjd. Med denna data kan sedan datorer känna igen röster, genom att bygga upp ”röstavtryck”, precis som man gör med fingeravtryck. Dessa kan sedan lagras i en databas och jämföras med uttalanden som spelas in i framtiden (Joseph & Nathan 2019). Sådana teknologier, som alltså utvecklats i en fängelsekontext, genom fångars ”arbete”, har förstås många tänkbara användningsområden i militär eller polisär verksamhet, men används också i mer vardagliga sammanhang, t ex för s.k. röstassistenter som Googles ”Siri”, Amazons ”Alexa” och Microsofts ”Cortana” (ibid.).

Avslutning

I den här texten har jag tecknat konturerna av det mediearbete som under 1900-talet utförts av svenska fångar i svenska fängelser. Som jag har pekat på har de bidragit till några av de medie- och kommunikationsinfrastrukturer som vi använder i vardagen. Den typ av arbete som fångar i svenska fängelser utfört har dels handlat om att *tillverka* (t ex telefonstolpar och elektroniska komponenter till telefoni och scenerier till TV och film) och *underhålla* (t ex reparera TV- och radioapparater) medieteknologier och infrastrukturer för kommunikation. Men som de samtida exemplen kring ”passivt” mediearbete i smarta fängelser pekar på kan kriminalvården också fungera som en experimentverkstad vilken bidrar till *utvecklingen* av medie- och kommunikationsteknologier.

Den mediehistoria som jag berättat här får på många sätt betraktas som skissartad. Många frågor är ännu obesvarade; kring såväl arbetets innehåll, som dess organisering och den roll det spelat i medieutvecklingen under 1900-talet.

Några avslutande kommentarer låter sig ändå göras. Mediearbete i fängelse skiljer sig naturligtvis från mycket av det mediearbete och den medieproduktion som hittills stått i centrum i medieforskningen. Som nämndes inledningsvis har intresset där huvudsakligen kretsat kring det symbolproducerande och expressiva mediearbete som samhällets ”kreativa klasser” står för. Trots de stora olikheterna, eller kanske tack vare dem, så kan man genom fångarbetet få syn på generella tendenser som kan finnas i allt mediearbete

och som är värda att uppmärksamma. Exemplet med fångars mediearbete understryker t ex något som är generellt för arbete överhuvudtaget, nämligen ofrihet. Det kan vara en nyttig påminnelse om att även mediearbete, som ofta beskrivits som ”cool, creative and egalitarian”, är genomskuret av ofrihet och ojämlikhet på olika sätt. I fängelsesammanhang ställs ju detta på sin spets. Men som mycket tidigare forskning visat kan även tillsynes förmånliga arbetsvillkor i ”de kreativa näringarna” bygga på utnyttjande, osäkra arbetsvillkor och innehålla diskriminering och orättfärdigt maktutövande, som minskar eller kringskär människans frihet.

Arbetet och produktionen i fångelser är ingen ”ö”, utan hänger tvärtom samman med hur arbetsmarknaden och ekonomin i stort organiseras i samhället. Den utveckling som skett, från en tyngdpunkt på industriell tillverkning till ”passivt” mediearbete, där det faktum att fångar övervakas och befinner sig i fängelsemiljön blir ett slags arbete i sig självt, sammanfaller också med tendenser som finns i samhället i övrigt, i den av medier beroende ”övervakningskapitalismen” (*surveillance capitalism*) (Foster & McChesney 2014). En sådan övervakningskapitalism – om man ska spetsa till det – applicerar fångelsens övervakningslogik på hela samhället. Som jag nämnde i inledningen har det varit vanligt att peka på just mediearbete som en experimentverkstad för arbetsmarknaden i stort: de personliga nätverkens betydelse, uppluckringen mellan fritid och arbetsliv, att alltmer av ens person och identitet läggs ned i arbetet, betoningen på kreativitet, de ”flexibla” arbetsvillkoren, etc. har först varit vanliga inom de ”kreativa näringarna” (McRobbie 2016) innan de vunnit alltmer spridning på arbetsmarknaden generellt. Kanske kan man på ett liknande sätt se fångelser och den ”produktion” som det kan innebära att övervakas innanför murarna som en slags modell eller föregångare för tendenser som nu vinner allt större spridning i hela samhället?

En annan intressant aspekt av av fångelsearbete som en slags mediearbete är att det leder oss rakt mot en fördjupad förståelse av de politisk-ekonomiska sammanhang i vilka medierna är inbäddade. Exemplet med fångars mediearbete pekar ju mot statens roll i utvecklingen och uppbyggandet av medier och kommunikation, då det tydliggör att statligt subventionerat arbete de facto har bidragit till en stor del av de medieinfrastrukturer som omger oss. Fångars mediearbete belyser alltså statens roll i att organisera, finansiera och subventionera medier och mediearbete, något som varit alltför förbisett i tidigare forskning och där mer forskning skulle vara välkommen. Sammantaget pekar exemplet med mediearbete i fångelser på behovet av att studera fler av de former av arbete som sker ”below the line” och utanför och

bortom det som traditionellt uppfattats som medieindustrier. Och att utforska den betydelse som enklare, mer rutinartade, industriella eller andra former av förbisett mediearbete kan ha haft – och har – för mediernas roll i kultur och samhälle. Rent generellt kan man också säga att det arbete som nedlagts i, och ständigt läggs ned i utvecklingen, framställandet och underhållandet av samhällets medie- och kommunikationsresurser och som organiserats utanför det som vi traditionellt sett uppfattar som ”medieindustrier” inte studerats i någon större utsträckning inom medieforskningen. Detta trots att detta arbete kan ha stor betydelse för de former som mediesystemen tar och de roller som de kan spela i samhället. Här finns mycket framtida forskning som behöver göras för att få en tydligare bild av hur de sätt varpå medier skapas – och i vilka kontexter – påverkar hur de blir och vilka möjligheter och begränsningar de erbjuder för att organisera medierad kommunikation – och därmed tid, rum och meningsskapande – i samhället.

Referenser

- Adamson, M. (red.) (2004). *När botten stack upp: om de utslagnas kamp för frihet och människovärde*. Hedemora: Gidlund.
- Andrejevic, M. (2002). The work of being watched: Interactive media and the exploitation of self-disclosure. *Critical studies in media communication*, 19(2), 230-248.
- Bentham, J. (1791). *Panopticon: or, the inspection-house. Containing the idea of a new principle of construction applicable to any sort of establishment, in which persons ... are to be kept ... and in particular to penitentiary-houses, prisons, ... In a series of letters, written in ... 1787, ... By Jeremy Bentham, ...* Dublin: Thomas Byrne.
- Bergdahl, P. (2000). *Staten som kommersiell aktör. Omfattning och konkurrenseffekter*. Stockholm: Statskontoret.
- Bolin, G. (1998). *Filmbytare: videovåld, kulturell produktion & unga män*. (1. uppl.) Borea: Umeå.
- Bolin, G. (2005). Notes from inside the factory: the production and consumption of signs and sign value in media industries. *Social Semiotics*, 15(3), 289-306.
- Bolin, G. (2011). *Value and the media: cultural production and consumption in digital markets*. Farnham: Ashgate.
- Bolin, G. (2012). The labour of media use: The two active audiences. *Information, Communication & Society*, 15(6), 796-814.
- Bolin, G. & Forsman, M. (2002). *Bingolotto: produktion, text, reception*. Huddinge: Medie- och kommunikationsvetenskap, Södertörns högskola.
- Brecht, B. (1999). *Brecht on film and radio*. London: Methuen.
- Cronin, Brian (2006) Comic Book Urban Legends Revealed #38!, 16/2 2006, Comics, Comic News. URL (2019-02-19): <https://www.cbr.com/comic-book-urban-legends-revealed-38/>
- Eriksson, O. (2017). Fängtidningarnas död. *Brand*, nr. 1 2017.
- Foster, J. B., & McChesney, R. W. (2014). Surveillance capitalism: Monopoly-finance capital, the military-industrial complex, and the digital age. *Monthly Review*, 66(3), 1.

- Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx*. London: Routledge.
- Gable, R. S. (2015). The Ankle Bracelet Is History: An Informal Review of the Birth and Death of a Monitoring Technology. *The Journal of Offender Monitoring*, August 2015.
- Gill, R. (2002). Cool, creative and egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Euro. *Information, communication & society*, 5(1), 70-89.
- Hallbladet, julen 1964.
- Hallbladet, midsommar 1965.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries*. (3. ed.) London: SAGE.
- Hofer, H.V. (1993). *Fängelset: uppkomst – avskräckning – inkapacitering: tre kriminologiska studier*. Diss. Stockholm: Univ. Stockholm.
- Kindgren, J & Littman, L (2015) *Arbete, utbildning och behandling i svenska anstalter. En studie om intagnas sysselsättning*. Brå Rapport 2015:20.
- Kriminalvården 2017. *Årsrapport*.
- Kriminalvårdsstyrelsen *Koncept 1973-07-16*. Kriminalvårdsstyrelsen.
- Lamroth, A. (1990). *Kåkfårare: fängelselivet på Långholmen 1946–1975*. Stockholm: Komm. för Stockholmsforskning.
- Larkin, B. (2008). *Signal and noise: media, infrastructure, and urban culture in Nigeria*. Durham: Duke University Press.
- Lundberg, S. (1997). *Härlanda fängelse – en tidsspegel*. Göteborg: Tre böcker.
- Löfgren Nilsson, M. (1999). *På Bladet, Kuriren & Allehanda*. Diss. Göteborg: Univ. Göteborg.
- Mayer, V. (2011). *Below the line: producers and production studies in the new television economy*. Durham, N.C.: Duke University Press.
- McRobbie, A. (2016). *Be creative: making a living in the new culture industries*. Cambridge: Polity Press.
- Napoli, P. M. (2010). Revisiting ‘mass communication’ and the ‘work’ of the audience in the new media environment. *Media, Culture & Society*, 32(3), 505-516.
- O’Carroll, E. (2018). Can you boss make you wear a fitbit? *The Christian Science Monitor*, March 15 2018.
- Parks, L. & Starosielski, N. (2015). *Signal Traffic: critical studies of media infrastructures*. Illinois: University of Illinois Press.
- Pool, I.D.S. (1983). *Technologies of freedom: on free speech in an electronic age*. Cambridge, Mass.: Belknap Press.
- Rudstedt, G. (1972). *Långholmen: spinnhuset och fängelset under två sekler*. Stockholm. *Sociala Meddelanden*, nr. 1-2, 1962
- SOU 1971:74. *Kriminalvård i anstalt. Betänkande avgivet av kommittén för anstaltsbehandling inom kriminalvården*. Stockholm 1971.
- SOU 1972:64. *Kriminalvård. Betänkande avgivet av Kriminalvårdsberedningen*. Stockholm 1972
- Stiernstedt, F. (2013) *Från radiofabrik till mediehus: medieförändring och medieproduktion på MTG-radio*. Örebro: Örebro universitet.
- Tallving, G. (red.) (2017). *Vägen hit: en antologi om svensk kriminalvård*. Norrköping: Kriminalvården förlag.
- Tornklint, J. (1971). *Förtroende för fångar*. Stockholm: Aldus/Bonnier.
- Åman, A. (1976). *Om den offentliga vården: byggnader och verksamheter vid svenska vårdinstitutioner under 1800- och 1900-talen: en arkitekturhistorisk undersökning*. Stockholm: Sveriges arkitekturmuseum.
- Årsrapport för Kriminalvårdsanstalten i Hällby. Kriminalvårdsstyrelsen 1982–2000.

Notes on media, culture and resilience

JOHAN FORNÄS

Inspired by the contemporary “ecomedia” discourse, I will propose a few conceptual reflections on cultural sustainability and media resilience. (1) First, I heuristically suggest three different ways in which to relate media to societal problems such as the climate crisis. (2) Then follows a brief outline of a hermeneutic concept of culture as meaning-making practice. (3) Next, this concept is linked to that of sustainability, developing the idea of cultural sustainability. (4) This points toward a need to formulate the requirements of a cultural citizenship that is based on communicative rights. (5) In the following step, the idea of cultural resilience is added and discussed in relation to conflicts of interpretation and agonistic politics. (6) It is finally asked if it may be possible to identify a tipping point on the threshold to runaway change in human culture, as well as in the ecosystem, undermining our capacities to make the world meaningful?¹

Media and societal problems

One may heuristically identify three possible ways of relating media to contemporary societal problems such as those raised by imminent ecological catastrophes. One may focus on the dangers for mediated communication and public spheres caused by globalisation, commodification or populist nationalism. This perspective starts with new difficulties for various media to fulfil their key missions in the contemporary situation. Here, the media are mainly seen as *victims* of historical and social trends, having problems in contemporary societies.

But media are also *villains*: key sources causing serious political and social problems. Mediatisation increases the societal impact of various kinds of media with authoritarian applications that threaten processes of socialisation and democratic governance.

¹ I am grateful to Kirsten Drotner and Göran Bolin for allowing me to develop these thoughts at two workshops of Academia Europaea’s Film, Media and Visual Studies Section, devoted to media culture and sustainability – one in Budapest, Hungary 3/9 2017, the other in Wrocław, Poland 12/12 2018.

It is thirdly also possible to explore ways in which media provide resources for identifying problems and solving them. Media serve as indicators and forums for finding solutions to today's crises. They show where cultural conflicts and climate catastrophes emerge, and it is only our communicative capacities for mediated and mediating meaning-making that may find tenable ways to solve current problems.

All these ways of relating media to societal crises are legitimate, but I sense a need to balance the two first, more negative ones with the third, creative one, which is at once both critical and utopian. Media should not just be seen as innocent victims having problems in modern society; nor as enemy villains causing problems for society; but also and not least as seismographs suggesting *solutions*, as providers of necessary remedies – provided they can function as they should.

Culture as meaning and mediation

I will here focus on *cultural* aspects of media resilience. There are many definitions of culture, including the ontological one of human cultivation, the anthropological concept of culture as lifeforms and the aesthetic one comprising the arts. I find the more recent hermeneutic concept of culture as meaning-making through signifying practice to be the most useful one, for reasons I will not further elaborate here (see instead Fornäs, 2017).

Making meaning is not primarily about producing texts but first of all about making meaningful such networks of things that we understand as texts, through acts of interpretation. The author of a text provides the material structure which text users through acts of interpretation can associate with meanings. But the meanings of a text are not primarily produced by its author but by its reader or user, even though the author as imagined by the reader plays an important role in the interpretation process: understanding a text is affected by how the reader imagines its author, which in turn of course is partially determined by who the real author was. As Paul Ricoeur (1969/1974 and 1976) has pointed out, meanings emerge not behind the text, in the author's intentions, but in front of the text, in the contextualised encounter between text and subject. Meaning is made in signifying acts that intrinsically combine imagination with communication. On one hand, the ("vertical") imaginary leap between the present material textual thing to its associated but absent web of meanings; on the other hand, the equally necessary ("horizontal") communication between different subjects, texts and contexts which even the most private reading experience actually is.

Late modern citizens “live in *cultures of technology*, or technological culture”, and “culture *is* technology: a *cultural technology*” (Bolin, 2012, pp. 2 and 5). Meaning-making relies on a network of media technologies and genres, since media are the dedicated technologies of culture, as Ulf Hannerz (1992) once said. If culture is meaning-making practice, combining imagination with communication, then media are the cultural techniques specifically developed and used for such purpose.

In this perspective, cultural sustainability would be the effort to secure the long-term capacity for meaning-making: people’s ability to interpret and understand their world. Not only the ecology (or the natural environment) needs some kind of care in order to reproduce its preconditions for human culture – a culture taking responsibility for “natureculture”, to use Donna Haraway’s (1991 and 2008) term (see also Fornäs, 2017, Ch. 7). Today, in the era of the Anthropocene, human practices of understanding and interpretation also need a politics of sustainability: a cultivation of culture, so to speak.

Cultural sustainability

I can think of two main ways of conceptualising sustainability.

In a wider and more general – but also in a sense more “local” – perspective, sustainability points at the need for all separate systems to have balancing mechanisms to secure their smooth reproduction. From some kind of system theory perspective, one may scrutinize the stability of any system, be it psychological, political or aesthetic, for instance. As media scholars, we would then be particularly anxious that the media sphere is itself sustainable, so that it does not collapse from its own inner contradictions.

However, all different forms of such “local” sustainabilities are mutually intertwined and superimposed, and therefore cannot really be discussed in separation, in particular since one of them is today the most central, dominant and vulnerable one. This calls for an intersectional approach that conceptually and analytically distinguishes between different sustainability issues but at the same time also acknowledges their close interdependence and interaction. Even though sustainability may well be an issue in all spheres, it has as far as I am aware entered the agenda for one specific reason, namely, the core intersection between the economic and the ecological systems.

The separation of culture from nature is an historical construction which is never complete. As Donna Haraway and others have suggested, “natureculture” is no fixed dichotomy but rather a dynamic continuum. Culture – the human capability to make meanings – originated in nature through a

kind of “agential cut” (Karen Barad), creating a tension within natureculture between materiality and meaning, not as stiff and polar opposites, but engaged in an ongoing dialectic process of becoming. As much as their separation is situated and relative, reproduced through a practice of social construction, it has real effects. Some of its effects are “positive” in terms of human societies’ capacity for knowledge growth and development. But there are also immense risks and costs involved.

The concept of *sustainability* derives from the Latin “sub” and “tenere”, literally meaning to hold something up from below: to strengthen or support something, so as to keep it going continuously. The Brundtland Commission of the United Nations in 1987 made sustainable development a prominent political slogan. It is usually specified as resting on three pillars, in practice interdependent but analytically separable: social sustainability securing human rights, ecologic sustainability securing the reproduction of environmental and material resources, and economic sustainability to abolish world poverty. Other pillars have been proposed for supplementation, for instance demographic, political and financial sustainability. More relevant to our discussion here today is the UN Agenda 21 addition in 2002 of cultural sustainability as a fourth pillar.

Instead of accumulating an interminable series of sustainabilities, I prefer to stick to focusing on the ecology–economy relation. Human societies are integrated in the ecosystem, which must be able to reproduce in order for societies to survive. Sustainability is an issue since the economic system of capitalism, which is a semi-auto-matised outgrowth of the social sphere, based solely on profitable valorisation, has an inherent tendency to expand across all boundaries, which – as Karl Marx well knew – risks undermining both the social and the natural basis of human existence. These two forms of reproduction must be balanced, so that economic processes do not destroy the natural environment on which they thrive, just like exchange values feed on use values (Fornäs, 2013). This task may be almost impossible, due to capitalism’s self-destructive, explosive–implosive character.

Human societies are integrated in the ecosystem, which must be able to reproduce itself in order for societies to survive. Sustainability can be discussed in lots of contexts, but it has become an urgent issue since the economic system of market-, value-, wage labour- and profit-based capitalism has an inherent tendency to expand across every material boundary, thereby undermining both the social and the natural basis of human existence. The reproduction of the market economy is based on spirals of boundless expansion of commodities and profits, which sooner or later collide with the

material limits of global resources. The general tension between nature and culture reaches an acute stage with the unbound market forces in the capitalist mode of production, whose mechanism of quantitative expansion has given rise to a fatal spiral of self-destructive hubris.

The reproduction of human society must strike a balance with that of the ecosystem, but so far, capitalism seems to lack sufficient barriers to prevent economic processes from destroying the natural environment on which they thrive. Ecological and economic sustainability are closely intertwined. It is primarily the latter that produces the first, but once the ecological balance transgresses a set of tipping points, societies and their economies will certainly in turn be affected and even annihilated. Technological fixes can temporarily halt the erosion of the ecosystem, but in a longer term, human societies must develop another social and economic foundation that no longer requires continual excessive growth far beyond the affordances of this planet Earth.

A growing body of “ecomedia studies” (Walker & Starosielski, 2016) concentrates either on “media in the environment”: the ecological impact of the media, in particular through digital waste; or on “media about the environment”: how media cover ecological topics. Both of these issues – of materialities and of representations – are relevant, and together they express the cultural concerns of ecomedia studies. The disastrous climate crisis has crucial cultural causes, including the irresponsible fiction of endless expansion of mankind in a limited zone of the universe. On the other hand, there must also be cultural remedies to this crisis, if science, politics and the media can establish key facts, take responsibility and initiate effective measures to secure an inhabitable future for younger generations. From “cli-fi” to online environmental activism, media practices and discourses do really contribute crucial resources for achieving sustainability.

Balancing economic and ecological processes demands social and political reflection and responsible action, which in turn requires well-functioning communication processes. The reproduction crisis is caused by malfunctions in the social sphere and can only be remedied by social measures, with media and communications as central tools. Neither biological nor economic mechanisms alone can escape the impasse which modern societies have locked themselves into. Commodified communication media contribute to the destructive forces of capitalist modernity, but are also necessary contributors to finding a way out of this deadlock. We need to improve our ability to interpret the current situation, to discover and map its problems, and to imagine sustainable alternatives. All of these are cultural capacities, anchored

in the social world and relying on the specific meaning-making tools of communication media. Well-functioning media processes are necessary components for securing sustainability.

The cultural techniques that are used and commonly identified as communication media may thus in two main ways be discussed in relation to issues of sustainability: one “local” and one “global”. On one hand, their own specific reproduction and functioning need to be secured. On the other hand, their role in either underpinning or undermining ecological sustainability needs further investigation and consideration. Around the central mechanism where economic forces globally challenge the ecosystem, there is a network cluster of intertwined “local” sustainability mechanisms, including those of the media system.

Cultural citizenship and communicative rights

Science and technology can explain how ecological systems function and develop tools for repairing them. But in order to identify and understand what is the problem and what should be done, there must be interpretive social sciences and humanities. For instance, cultural research is needed to understand that strange new form of fact resistance which threatens to make sciences unable to achieve anything at all in the social and political world.

A sustainable culture demands working systems and processes of mediation. This has been codified in the wide concept of *media literacy*, securing material, social and personal infrastructures for communication, including public spheres, information exchange and education. This requires sustainable reproduction of capacities for culture, critique and creativity: understanding ecological and economic systems; identifying problems of their linkage; and suggesting changes by means of utopian imagination. Cultural processes of imaginative meaning making form our views of the world and of ourselves. Facts, fears and fantasies of reconciliation in a better world develop from mediated cultural practices which only humanities and social sciences can decipher.

Communicative practices and tools, integrated into interlinked public spheres, are a necessity. But it is also essential that civil society has room for social movements as well as cultural movements, which in arts, popular culture and subcultures expand society’s interpretive capacities and thus enable us to identify and counteract sustainability deficits.

Mediating processes are thus essential tools for securing sustainability in this more specific sense, but at the same time, they demand a sustainability of

the media themselves. From Raymond Williams' *Communications* (1962/1973: pp. 120–123 and 138) to work by for instance Graham Murdock (1996), efforts have been made to specify how modern citizenship relies on practices of communication, interpretation and mediation. According to Williams (1962/1973, pp. 120–123 and 138), a democratic system of communication should be grounded on basic rights to transmit and receive that together form the basis for free speech, participation and discussion. These rights must be guaranteed by public-service institutions not directly controlled by governments, so that “the active contributors have control of their own means of expression”. Williams proposed that public responsibility in the area of education included teaching speech, writing, creative expression, contemporary arts, institutions and criticism. The reforms he proposed in the area of institutions aimed to “make sure that as many people as possible are free to reply and criticize”, which demanded “the right to reply, the right to criticize and compare, and the right to distribute alternatives”. I find these ideas still remarkably relevant to the current discourse of media literacy, though there is certainly need for updating due to processes of mediatisation. One of the most recent and elaborated efforts in this direction is that proposed by the International Panel on Social Progress IPSP (Couldry et al., 2018).

Hence, cultural citizenship needs to be based on communicative rights of information, experience, knowledge and participation in collective processes of meaning-making, demanding material, social and personal resources for using the widest possible range of media in dialogue with others, securing the reproduction of texts, contexts and subjects as the three basic elements of communication and culture. This includes access to both software texts and hardware technologies: to multiple languages and symbolic modes, to an open stock of texts and genres, and to intersectional discourses and public spheres. Not everyone has sufficient means to access such resources in commodity form through the market, and there is therefore a need for supplementary provision through interpersonal gifts and public utilities as well. This requires a combination of media markets with civic networks as well as democratically organised libraries and other public services (Fornäs et al., 2007, pp. 188–193; see also Fornäs, 2008).

This is also linked to political issues of censorship and rights of free expression as well as to economic issues of how the media market pools resources for consumers. Citizens further need personal resources to be able to make full use of the available media texts and machines in accessible social and spatial settings for such media use. Williams belonged to a European tradition discussing this in terms of enlightenment, popular education and

literacy. From alphabetization and mass education to public service and media literacy, this empowering project has had tremendous effects. It has empowered the working classes and other subordinate groups, but it has also had a problematic paternalistic tendency to evaluate these personal skills according to a biased normative scale, derived from the standards and norms of bourgeois high culture. Populist and neoliberal relativists have on the contrary argued against all state intervention and falsely trusted the commercial market to be able to offer a satisfactory supply to every existing demand. The issue of media literacy should not fall back to such an individualist position. Personal capacities must be related to the specific demands raised by the communicative situation of each individual, each moment and each place. Media literacy cannot be a straightforward question of trained experts teaching young people how to listen to music or use the Internet. In many media areas, there is still no effective schooling system, and there will never be one that covers all new genres and modes of communication. Instead, the task must be to create conditions for everyone to develop media literacies through participation in a diverse set of educational settings, subcultures and interpretive communities. For this, people need access to reliable information on how to find and use different media, but also access to opportunities for developing critical reflection on the existing media world. This can never be fully “delivered” by state institutions, but the communicative rights of cultural citizenship must strive to deconstruct the obstacles that commercial businesses, authoritarian states or oppressive social groups raise for such critical engagement.

Conflicts, dynamics and resilience

The affordances of different media can on one hand contribute to sustainability by identifying problems in the interlinked natureculture system and exploring ways of solving them. However, media can also threaten sustainability, by themselves producing material waste and pollution, but also by being used for pathological forms of communication, breeding what has been discussed as “fake news” and “fact resistance”.

No society can be permanently sustainable, since those sociocultural resources built for securing key balances can always in new ways be corrupted and instead contribute to the evils they were intended to prevent. The notion of sustainability alone may be too harmonious and too static. After all, balancing is normally a task and a dynamic *act*, not a given or fixed *fact*. The fate of the current climate crisis is decided on the cultural arena where conflicts

of interpretation (to borrow Ricoeur's expression) take place, discussing how to understand the material facts provided by the natural sciences. Chantal Mouffe (2013) has argued that there cannot be expected to emerge a consensus between political interests, but in order to avoid the mutual destruction resulting from *antagonistic* struggles to defeat and annihilate the adversary, democracy must rely on certain procedural forms to deal with conflicts, thus developing what Mouffe calls an *agonistic* politics. There will never be a social world in static and harmonious equilibrium, without imbalances. Neither sustainability nor consensus will therefore ever be permanently secured. But it may suffice to develop a processual dynamism for dealing with upcoming disturbances through democratic procedures of debate, negotiation and collective action.

This would correspond to the notion of *resilience*. If sustainability is about the balanced reproducibility of natureculture, resilience concerns the capacity of ecosystems and societies to absorb disturbance and reproduce in a sustainable way in spite of temporary imbalances. The Latin term "resilir" means to recoil or to be able to withstand or recover quickly from difficult conditions such as bending, stretching or compression. Resilience thus implies a capacity to retain or reinstall sustainability whenever it is under threat.

Approaching a cultural tipping point

Here again, the field of culture and media is a crucial hub. It is important to discuss media's negative as well as positive role for ecological sustainability, but also for cultural sustainability. Media need to be resilient in order to secure those communicative rights and resources that can sustain cultural citizenship in these fateful times. Media contribute to environmental problems as well as to our efforts to solve them. As dedicated technologies of culture, they provide resources for meaning-making practices, which are today under serious stress.

The current growth of right-wing nationalism has sent shock waves through democratic societies, by obstructing mediated opinion formation and thus undermining the basis of enlightened democracy. This has been seen in countries like Poland, Hungary, the Czech Republic, Russia, Turkey, Syria, the Philippines, Brazil and the United States. However, similar tendencies can be traced almost everywhere. In Sweden, there is likewise a frightening growth of forces pushing towards a new kind of fascist barbarism, including attacks on a wide spectrum of knowledge production, from science to journalism.

Researchers today fear a possible “runaway climate change”, where accumulated changes reach a “tipping point” at which the balancing mechanisms and subsequent efforts to heal the planet can no more prevent the catastrophe that may make the Earth uninhabitable for humans. Is there also a runaway cultural change approaching a cultural tipping point when the communicative resources of the total media network can no more underpin the shared meaning-making essential for agonistic democracy and sustainable civilization, so that what remains is pure, antagonistic violence? How much communication crisis can democracy survive? How can current media practices contain and neutralise rather than feed and strengthen totalitarian nationalism, racist xenophobia, antifeminist misogyny and fact-resistant climate change denial?

Media are in trouble, as authoritarian extremists attack journalists, threaten to dismount public spheres and install measures of political and religious censorship and regulation of mass media as well as social media. Today’s authoritarianism and knowledge resistance gain momentum by first of all disarming public media institutions and critical practices, preventing them from working as they should and must work as a communicative backbone in civil society. Media require the protection and strengthening of a set of communicative rights of cultural citizenship. Media can only function in democratic, emancipatory and empowering ways if there is access to such infrastructural resources.

On the other hand, much of today’s fascist wars against democracy take place on the cultural arena, as a symbolic struggle that is fuelled by dysfunctional media that deliver weapons to a culture war against equality, against critical reflexivity, and against globalisation. *Media cause trouble*, not just by making direct material contributions to the ecological disaster in the form of electronic waste, but also by indirectly undermining sensible dynamics for reconciling human societies with the biosphere. There is a need for further research and discussion of how digital devices pollute biospheres and exploit natural resources. But there are also more specific cultural threats as some media technologies may help breaking down communicative processes by letting lies, fear and hate run rampant. When the cultural techniques of the media are too firmly chained to market mechanisms of commodification, they tend to hollow out communication processes and empty them of meaningful contents, practices of critical debate and shared understanding. This may undermine agonistic politics in Mouffe’s sense. The only platform left is then that of violent terror and oppression. A possible tipping point in both these two first respects is when media cease to function as meaning-makers

so that trust is eroded by manipulative strategies undermining efforts of understanding. What can here be learned from historical examples? How many steps are there to a de facto fascist dictatorship in Brazil, Hungary or the United States, for instance?

This is why there is an urgent demand for exploring how *media contribute solutions*. After all, mediated communication is necessary to understand the situation and make societies less catastrophic. How can we use media to reinforce resilience? Media research and public communication are necessary devices for sustainable development, but how should they be secured for the future? How can contemporary modes of communicative meaning-making safeguard a sustainable media sphere which is able to assist in providing measures to prevent economic forces to completely destroy the global ecosystem? It is in both these respects through communicative action that solutions must be motivated and explored. A first task is to use all communicative skills and resources to identify potential “runaway changes” in the cultural climate of late modern societies, resulting when a “tipping point” in the media system has eroded critical feedback mechanisms and allowed fascist non-understanding to stand unquestioned.

In shifting ways, several countries today seem to be dangerously close to these tipping points – both of the ecological environment and of that communicative public sphere for meaning-making that constitutes human culture and civilization. Media studies can learn from sustainability theory but also contribute to the understanding of the cultural dimensions of sustainability: our capacities for making the world – and our ecological concerns – meaningful.

References

- Bolin, G. (2012). Introduction: Cultural technologies in cultures of technology. In G. Bolin (ed.), *Cultural technologies: The shaping of culture in media and society*. New York/London: Routledge, 1–15.
- Couldry, N., Rodriguez, C., Bolin, G., Cohen, J., Volkmer, I., Goggin, G., Kraidy, M., Iwabuchi, K., Linchuan Qiu, J., Wasserman, H., Zhao, Y., Rincón, O., Magallanes-Blanco, C., Ninan Thomas, P., Koltsova, O., Rahkmani, I. & Lee, K.-H. (2018). Media, communication and the struggle for social progress, *Global Media and Communication*.
- Fornäs, J. (2008). Networks in borderlands: Movements, public spheres and subcultures as innovators of creativity governance, *Nordisk Kulturpolitisk Tidskrift*, 11(1), 55–69.
- Fornäs, J. (2013). *Capitalism: A companion to Marx' economy critique*. London/New York: Routledge.
- Fornäs, J. (2017). *Defending culture: Conceptual foundations and contemporary debate*. Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan.

- Fornäs, J., Becker, K., Bjurström, E. & Ganetz, H. (2007). *Consuming media: Communication, shopping and everyday life*. Oxford/New York: Berg.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning*. New York: Columbia University Press.
- Haraway, D. J. (1991). *Simians, cyborgs, and women*. London: Free Association Books.
- Haraway, D. J. (2008). *When species meet*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Mouffe, C. (2013). *Agonistics: Thinking the world politically*. London/New York: Verso.
- Murdock, G. (1996): Rights and representations: Public discourse and cultural citizenship. In J. Gripsrud (ed.), *Media and knowledge: The role of television*. Bergen: Department of Media Studies, 9–26.
- Ricoeur, P. (1969/1974). *The conflict of interpretations: Essays in hermeneutics*. Evanston: Northwestern University Press.
- Ricoeur, P. (1976). *Interpretation theory: Discourse and the surplus of meaning*. Fort Worth: Texas Christian University Press.
- Walker, J. & Starosielski, N. (2016). Introduction: Sustainable media. In N. Starosielski & J. Walker (Eds), *Sustainable media: Critical approaches to media and environment*. New York: Routledge, 1–20.
- Williams, R. (1962/1973). *Communications*. Harmondsworth: Penguin.

The Lecture Room (1962)
– on dark rooms, antennas,
and the synchronization of education

STAFFAN ERICSON

Introductory remark: What follows are notes to a presentation held at CAS (Centre for Advanced Studies) in Oslo, for a colloquium on “How synchronization and mediation produce collective times, then and now”. This occasion was the opening event of a CAS research project, “In Sync”, involving some 15 fellows from various disciplines and countries, located at and financed by the Norwegian Academy of Science and Letters, and led by Helge Jordheim and Espen Ytreberg. Aiming for oral presentation, this text is further affected by the request for participants to ventilate tentative ideas, on potential projects. At first sight, its topic may appear unrelated to the work of Göran Bolin. To me, it is not, as my decision to pursue this particular path was – as often – inspired by an engaged corridor conversation with Göran, about an odd and old book I had picked up.

My presentation today will mainly be about the spatial organization of classrooms in Swedish schools in 1962. The relation of this topic to the synchronization of collective time may not be immediately apparent, so a few introductory remarks are in order.

I came upon this material in the context of an ongoing project within media studies, called *Media Citizenship and the Mediatization of School*.¹ One of its initial ambitions was to provide some sort of historical perspective to contemporary debates and policies on media literacy. It soon became clear that our attempt of looking backwards was fundamentally out of synch with the temporalities employed by most actors and institutions engaged in these issues. In fact, it seemed if as if imagining the educative formation of future generations in relation to some form of media-induced social change, more or less presupposed the application of a “modern” sense of time: in which time always moves on, the future remains open, and the past is continually discarded.

¹ Michael Forsman & Staffan Ericson, Södertörn University, financed by Riksbankens Jubileumsfond.

Still, there should be guidance in theories engaged in historicizing media and education. A natural first candidate was, as the project title suggests, the notion of *mediatization*. For all the recent debates on this emerging “paradigm” (cf. Lundby, ed., 2014) there seemed to be consensus that it could provide a “historical vision” (Livingstone & Lunt, 2016) to a strongly presentist (or future-oriented) discipline; after all, its main focus was on “historical developments that took and take place as a result of change in (communication) media and the consequences of those changes” (Krotz, 2007). Scanning actual research carried out under this conceptual banner did not, however, provide much of a vision beyond the latest decades (i.e. the era of “digitization”), and out of that, not much was concerned with the mediatization of schools and/or education (among the exceptions are Breitner, 2014; Lingard & Ravolle, 2015; Livingstone, 2015).

Turning to educational science, a historicizing approach was evidently offered by so called *curriculum theory*: the study of “how the goals, content and methods of educational processes are shaped in a certain society and certain culture” (Lundgren 1979/1989). But while its leading proponents (cf. Pinar 2003) tends to refer to media revolutions when illustrating outside forces of change, none of the strands of curriculum theory seemed to have developed a more systematic approach on how education may be influenced by processes of mediatization.

So, how was one to approach the historical relation between mediatization and education? In the case of this project, we moved further by simply delving into empirical material emerging during a specific year: 1962.

1962, a time of shared experience

Why 1962? This year is commonly referred to as the origin for the current Swedish school system. In 1962, the parliament decided on a new law for primary, compulsory schooling, and the first of the curricula regulating this nine-year system was issued by the Royal Swedish Board of Education (*Läroplan för grundskolan*, 1962). 1962 was also the year that Swedish public service broadcasting launched “school TV” in full scale, achieving close to daily broadcasts of series and programs, explicitly adapting to the expectations of the new curriculum. The same year also saw the Swedish press coming together in forming an organization called “Newspapers in school”, supplying learning materials for classes in history and social studies. In hindsight, 1962, was also a remarkable year when it came to recognizing media influence within the academic world. This year saw the publication of

three books which remain classics of media theory today: Marshall McLuhan's *Gutenberg Galaxy* (1962), predicting the arrival of an electronic "global village"; Jürgen Habermas *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1962), linking the historical development of the media to the rise and fall of the public sphere, and Raymond Williams' *Communications* (1962), discussing the relevance of contemporary forms of communication for democracy and education, on the basis of the cultural theory he had just launched in *The Long Revolution* (1961). In what follows, I will relate some themes in these books to the Swedish 1962 curricula.

Within its first eight pages, the 1962 curricula stated its "aims and guidelines". The overriding task of schools, it declares, is "fostran" (a term connoting formal education, but also nurturing, breeding, *Bildung*). This task is always double-sided: it concerns the free development of the *individual*, but also his or hers *social* training. Only by combining these two dimensions may schools prepare for life as an "active citizen in the society of tomorrow". As all education must be "directed towards the future", and as "society constantly changes", the reforms suggested in the present curricula would soon be replaced:

Transformations of the cultural situation may imply – as was previously stressed – that the issue of the most suitable content of the most fundamental *bildning* (*Bildung*) is in need of reevaluation. At any rate, it should be indisputable that the common framework which the school should provide to every citizen in a complex, contemporary society, must cover a richer form of content than before. (*Läroplan för grundskolan*, 1962)

In what sense "richer"? And what sorts of "transformations" are implied? For one thing, it is "not sufficient", the introduction states, "for the education of the school to breed a continued interest in the studies of books". Rather, it should "open the road from the classroom to libraries and archives, to courses and study circles, to newspapers and journals, film, radio, and television, etc". And while every teacher should seek variation in terms of method and content, each school must obtain "accessibility to a rich supply of suitable learning material and aids, which are to be used frequently". It is particularly stressed how,

Modern mass media, film, radio and television, are increasingly used in the service of education and individual study, and many valuable pedagogical ideas may be collected from these fields. (*Läroplan för grundskolan*, 1962)

In all, these eight pages from 1962 certainly seem to identify social change with the process of *mediatization*. Those familiar with educational philosophy may also note how its general orientation towards the future, its emphasis on social change, its critique of outdated traditions, resemble declarations of faith to the principles of *progressivism* – a pedagogical philosophy dating back to John Dewey’s (1916) *Democracy and Education*:

As a society becomes more enlightened, it realizes that it is responsible *not* to transmit and conserve the whole of its existing achievements, but only such as make for a better future society. The school is its chief agency for the accomplishment of this end. (Dewey, 1916)

A pattern to be noted in the 1962 curricula, is how some of its basic arguments are formed, rhetorically and conceptually, precisely by linking mediatization and progressivism: mediatization, an assumption on the nature of social change, may always motivate progressivism. While progressivism, a program for pedagogical change, may always motivate the mediatization of education. In terms of historical explanation, this link was obviously well in place before the era of “digitization”, and goes beyond the sort of one-sided logic according to which media is the cause, and modern education the effect. As stipulated within mediatization theory, this link actually concerns “the *interrelation* between changes in media and communications on the one hand, and changes in culture and society on the other” (Couldry & Hepp, 2013).

So, how is this link formed? And in what ways, if any, may this be related to issues of synchronization? One possible lead may be picked up in of those 1962 books: Raymond Williams *Communications*, the last book in a sequence of three (preceded by *Culture and Society*, 1957, and *The Long Revolution*, 1961) in which Williams, it is generally held, opened up the academic field of cultural studies. It is probably the least discussed of the three, perhaps because it ends up discussing quite specific matters of British educational reform (including suggestions for actual syllabuses). But it does start out with a theoretical/conceptual intervention, concerning the notion of communication. To Williams, this concept is not to be equated with the transportation of messages, but with the sharing of individual and social experience. Communication is not to be held as “secondary” in relation to social reality, it is rather the process through which such realities are formed:

What we call society is not only a network of political and economic arrangements, but also a process of learnings and communication. (Williams, 1962)

This claim is remarkably similar to those raised by John Dewey, in the introductory chapters of *Democracy and Education*:

Society not only continues to exist *by* transmission, *by* communication, but it may fairly be said to exist *in* transmission, *in* communication. Not only is social life identical with communication, but all communication (and hence all genuine social life) is educative. (Dewey, 1916)

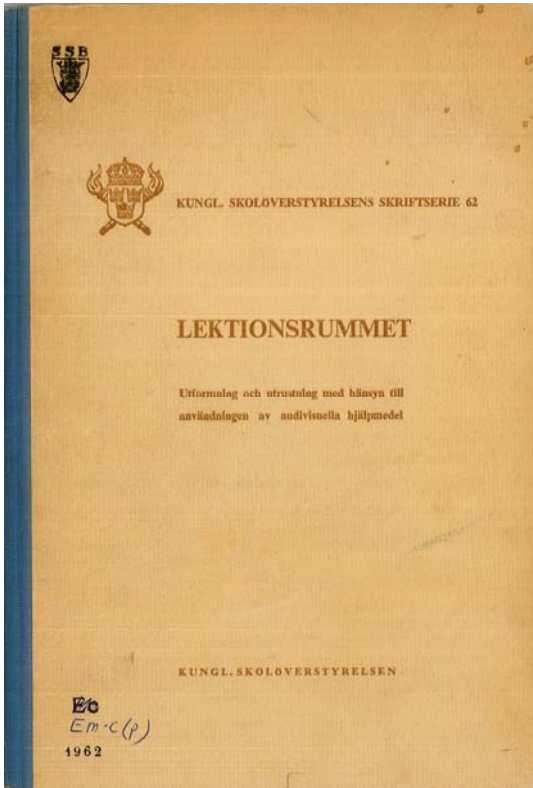
Thus, while Dewey starts off his intervention with education by mobilizing communication theory, Williams ends his intervention with theories on culture and communication, by discussing education. This convergence may, I would suggest, involve synchronization, in that its key concepts – be it culture, education or communication – have been subsumed to a particular temporal/historical framework: the “great change” that Williams called the long revolution, the “process” that Dewey referred to as “the social continuity of life through renewal”. More specifically, this framework displays obvious affinities with a “modern” experience of historical time, as analyzed by Koselleck and others. Note, however, how both Dewey and Williams project another time scale over that of a modern, permanent revolution: the time of *life*. To Williams, a “theory of culture” should be about “the study of relationships between elements in a whole way of life” (Williams, 1961). As the interrelation of various revolutions (artistic, political, communicative, industrial) occurs in the realm of “common experience”; the pace of that “great change” is not imagined as accelerating, in fact, its duration will be “long”. To Dewey, education is not “a preparation for life, but a process of living”. And the nature of this process as “shared experience” is what ultimately links education to communication:

Summary: It is the very nature of life to strive to continue in being. Since this continuance can be secured only by constant renewals, life is a self-renewing process. What nutrition and reproduction are to physiological life, education is to social life. This education consists primarily in transmission through communication. Communication is a process of sharing experience, until it becomes a common possession. (Dewey, 1916)

The lecture room: a medium for learning

The importance ascribed to practices of communication, and its roots in experiences that are specifically modern, does, of course, reappear in another of those 1962 books: Jürgen Habermas’ *The Structural Transformation of the*

Public Sphere. In Habermas’ analysis, attention is occasionally directed towards the *spacing* of shared experience (the organization of literary salons, coffee houses, and private homes). The title of my presentation, “The Lecture Room”, refers to a space in which the times of modernity, education and social life seem to converge. It refers to the title of another 1962 publication by the Swedish Board of Education, as a direct follow up to the 1962 curricula (which repeatedly refers to it, in its “aims and guidelines”).



As announced by the subtitle, the topic of this publication is “design and equipment with regard to the use of audiovisual aids”. In some 30 pages, it basically provides a manual on how to implement a spatial plan (fig 2), for accessing up to 12 audiovisual units (windows, speakers, electricity, antenna sockets, black boards, projectors, microphones, tape recorders, etc.) in every single lecture room of Swedish schools.

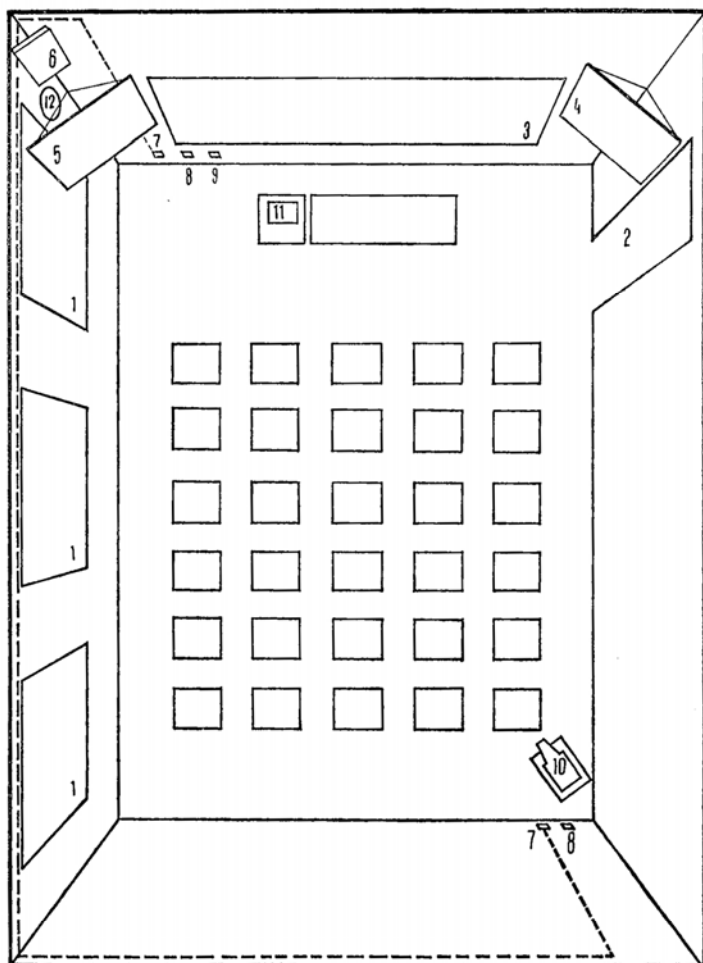


Fig. 1.

Principskiss av lektionsrummet.

Först när bildvisningens och ljudbandslyssnandets praktiska sida är tillrättalagd, finns verklig möjlighet att påverka lärarnas undervisning i riktning mot ett riktigare utnyttjande av hjälpmedlen. Bristande hänsynstagande till dessa synpunkter vid nybyggnad av skollokaler kan få en allvarligt utvecklingshämmande verkan

The fact that this dry, infrastructural topic would be one of the first to address, after having issued a national curricula covering nine years of compulsory education, may come as a surprise. Then again, Dewey might have

approved, judging by another chapter summary in *Democracy and Education*:

Summary: We never educate directly, but indirectly by means of the environment /.../ The development within the young of the attitudes and dispositions necessary to the continuous and progressive life of a society cannot take place by direct conveyance of beliefs, emotions, and knowledge. It takes place through the intermediary of the environment. /.../ the particular medium in which an individual exists leads him to see and feel one thing rather than another. (Dewey, 1916)

Dewey's use of the term "medium" here corresponds to McLuhan's during the early 1960s: in contrast to the media studies of his days, McLuhan insisted that media does not so much transmit content, as organize environments. More specifically, media organizes time and space, and a "lecture room" represents an organization of both: providing a spatial environment for a temporal unit (originally, the time between prayers in monasteries, now, a basic unit for organizing the school day, thus, the daily lives of our young, during at least nine years).

So, maybe the first lesson of the 1962 curriculum is simply to regard this specific organisation of space and time – the lecture room – as a medium, in its own right. As something that precedes, but also determines, the content about to be communicated. This would not only be in accordance with McLuhan's and Dewey's views, but also with recent developments in media theory – for instance, the notion of "logistical media", suggested by John Durham Peters (2015), a term for various "civilisational ordering devices" (maps, watches, and towers, are Peters' examples) which "arrange people and property into time and space", and are "prior to and form the grid in which messages are sent". To regard the lecture room and its audiovisual equipment as a medium in this sense would, I would argue, identify a significant indicator of the *mediatization* of education, while also engaging the main question of curriculum theory ("how the goals, content and methods of educational processes are shaped in a certain society and certain culture").

To exemplify the type of instructions prepared to supplement the 1962 curriculum, I will here mention just two issues, which together take up more than half of the pages in *The Lecture Room*: 1) requirements for artificially darkening/blackening out the room, and 2) the room's connection to broadcasting networks of television and radio, via cables and antennas. Both of these measures were quite expensive, and the tone of the instructions turns slightly authoritative, as if resistance was to be expected:

Only when the practical sides of screening images and listening to sound have been properly attended to, there will exist a real opportunity of influencing teachers and education in direction of a right use of aids. A lack of consideration with regard to these aspects /.../ may seriously halt development, and preserve old-fashioned pedagogical methods. (*Lektionsrummet*, 1962)

Of course, the screenings of images had occurred in schools well before 1962. Still,

It is only in recent years that the view has come to be commonly accepted, that in order to be aids in the true meaning of the term, audiovisuals have to be fully integrated in daily teaching. *Consequently, the demand that every lecture room must be possible to darken, has become inevitable.* (*Lektionsrummet*, 1962, emphasis in original)

So, one of the main concerns for the spatial organization of a lecture room is, evidently, securing measures that would make that spatial experience go away. What is ultimately at stake here? The overriding task of audiovisual aids, states the 1962 curriculum, is to provide the kind of “information” that will give students adequate “föreställningar” (representations/ideas/notions), about phenomena and relations that may *not* be directly “åskådliggjorda” (visualized). In other words, a lecture room without audiovisual aids, and no possibility of blackout, remains stuck in time and place. While a lecture room including those aids may transport us to anyplace, anytime (and school TV, during these early years, produced the corresponding content: a series on life in India, a series on life in the middle ages, etc). Moreover, the suggested uses of audiovisual aids seem particularly directed at compensating for the restrictions of human sensorium, i.e. at providing the type of “information” that is real and adequate, yet not perceptible to the naked eye. Photography and film may escape such restrictions, for instance by freezing and studying in detail a lightning bolt striking across the sky, or the movement of a horse in slow motion, or by showing the growth of a flower, in higher speed. In other words, audiovisual aids were brought into the classroom to perform the task that McLuhan ascribed to all media: to serve as “extensions of man”. Thus, the need for artificial darkness, in the lecture rooms of 1962, corresponds to conditions for de-spatializing and desynchronizing immediate human experience, and the displaying of extended, media-displayed reality, beyond the restrictions of the human sensorium.

The lecture room: a sharing of space and time

But darkness may also be effective for introducing new forms of social organization: disappearing in the dark is not only the physical room, but also the peer group of the class. When it comes to relating the pupils to a social world outside the lecture room, the first Swedish curriculum has surprisingly little to say about their nation. It is more engaged in relating to their homes and families, their local communities, and beyond that – to the community of the world. How are such relations to be organized, in space and time? A short-cut to an answer that would resonate well with the 1962 curricula, may be found in another one of those 1962 books, McLuhan's *The Gutenberg Galaxy*:

the electro-magnetic discoveries have recreated the simultaneous 'field' in all human affairs so that the human family now exists under conditions of a 'global village'. We live in a single, constricted space, resonant with tribal drums. /.../ by the discovery of electro-magnetic waves, each individual finds himself henceforth (actively and passively) simultaneously present, over land and sea, in every corner of the earth. (McLuhan, 1962)

In this (McLuhan's very first) usage of the notion of the global village, electromagnetic waves create access to, not only anytime and anyplace, but to that one single (constricted) space, in that one single time (the simultaneous) – and thus, to a truly global "sharing of experience" (Dewey). Access to this space and this time, to this constricted simultaneity, was apparently another necessary asset of the lecture room, in 1962.

Which brings us to the antenna sockets, of which there was to be at least one, in every room, for the purpose of simultaneous viewing and listening. Here, teachers offered resistance, and raised one pragmatic counterargument: at least with radio, probably also with television in a near future, most programs could be taped in advance, and played for students at the appropriate occasion. This issue directly concerns practices of synchronization and desynchronization: contrasting, on the one hand, the schedule of the national broadcasting company, on the other, the schedule of a local school (involving different grades, disciplines, teaching staff). A committee report from the Swedish government in 1963, on the future of school TV and radio (*Skolradio och skol-TV fram till 1970*, 1963), had picked up on this resistance, yet insisted that pedagogical material produced by public broadcasters should arrive in real time. The local use of reproduction technology might actually be

damaging to the overriding purposes of education, in at least two ways. Firstly, it would ignore the values of, in the report's terms, "ethereality as such". Secondly, there existed an outside audience for school programs, which, admittedly, was not very large (some 6 % of the audience). But what had to be continually provided, was the opportunity of a mother or father at home, or at work, listening to the same program, at the same time, as their child in school. This argument refers to one of the main dilemmas acknowledged by the 1962 curricula: "fostran" was a responsibility to be shared by school authorities and families (and the latter would present considerable variations). Such a mutual responsibility could only be approached, it is assumed throughout the curricula, through efforts of *communication* (which, according to Dewey and Williams, is the realm in which societies exist, the fabric of experiences is to be shared and commonly possessed, as "elements in a whole way of life").

Thus, what was at stake with that antenna socket was not only the availability of some specific educational content, nor the technological aiding of some specific learning process. (In fact, the watching of/listening to live programs remained a rather marginal practice in most lecture rooms.) But rather the potential access, through the technologies of broadcasting, to that single space, that single time, in which experience could be shared, by home and family, individual and society, Being disconnected from that space, and desynchronized from its temporality, was obviously not an option, for a lecture room that was to train future citizens.

Synchronizing education

To sum up, I have suggested that the example of schools being "mediatized" in 1962, have involved issues of synchronization/desynchronization in at least the following ways:

Mediatization (an assumption about social and historical change) serves to *motivate* progressivism (the need for continual changes of curricula and educational practices) – and vice versa. This interrelation is determined by, and may strengthen, the synchronization of a "modern" temporal regime (and the corresponding desynchronization of previous traditions, historical and pedagogical). As this temporality is related to the continuance of social life, the sharing of experience, through communication, is recognized as *the* central feature of education (culture, and society).

The effects of mediatization may also be registered in the temporal and spatial organization of the environment of education (cf. the lecture room as

“logistical medium”, antennas, artificial darkening). This environment is intended to prepare future citizens for a “sharing of experience” in a synchronized, simultaneous time (the present), and a “displaced” notion of space (cf. the global village). These notions were at the time contested, by competing organisations of time (offered by teachers, disciplines, educative practices).

But this was all back in 1962. A continued analysis of curricula, and the organization of class rooms, up to our own days, could, I would suggest, offer vital indications on practices of synchronization assumed to be collectively important in the formation of future citizens.

References

- Breiter, Andreas (2014). “Schools as mediatized worlds”. In Hepp, A. & Krotz F (eds.). *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*, London: Palgrave & Macmillan.
- Couldry, Nick/Hepp, Andreas (2013), “Conceptualising mediatization: contexts, traditions, arguments”, *Communication Theory*, 23 (3).
- Dewey, John (1916), *Democracy and Education: An Introduction to the Philosophy of Education*, New York: MacMillan.
- Habermas, Jürgen (1962), *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (The Structural Transformation of the Public Sphere, 1989), Suhrkamp, Frankfurt am M.
- Krotz, Friedrich (2007), “The meta-process of ‘mediatization’ as a conceptual frame”, *Global Media and Communication* 3 (3).
- Lektionsrummet: utformning och utrustning med hänsyn till användningen av audiovisuella hjälpmedel* (1962), Skolöverstyrelsens skriftserie 62, Kungliga Skolöverstyrelsen, Stockholm.
- Lingard, Bob & Shaun Rawolle (2015). *Bourdieu and the Field of Education Policy. Understanding Globalization, Mediatization, Implementation*, London: Routledge.
- Livingstone, Sonia (2015). “The mediatization of childhood and education. Reflections on the class”, i *Media Practice and Everyday Agency in Europe*, ECREA online, www.ecrea.eu
- Livingstone, Sonia & Peter Lunt (2016), “Is ‘mediatization’ the new paradigm for our field? A commentary on Deacon and Stanyer (2014, 2015) and Hepp, Hjarvard and Lundby (2015)”. *Media, Culture and Society*, 38 (3).
- Lundby, Knut (ed. 2014), *Mediatization of Communication*, Handbook of Communication Science 21, De Gruyter Mouton: Berlin.
- Lundgren, Ulf P (1979/89). *Att organisera omvärlden. En introduktion till läroplansteori*. Stockholm: Utbildningsförlaget.
- Läroplan för grundskolan* (1962), Skolöverstyrelsens skriftserie 60, Kungliga Skolöverstyrelsen, Stockholm.
- McLuhan, Marshall (1962), *The Gutenberg Galaxy*, Toronto: University of Toronto Press.
- Peters, John Durham (2015), *The Marvelous Clouds, Towards a Philosophy of Elemental Media*, Chicago: Chicago University Press.
- Pinar, W (ed. 2003), *Handbook of International Curriculum Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Skolradio och skol-TV fram till 1970 (1963). Betänkande av 1960 års radioutrednings-
skoldelegation/RUSKO, Stockholm.

Williams, Raymond (1961), *The Long Revolution*, London: Chatto & Windus.

Williams, Raymond (1962), *Communications (Britain in the Sixties)*, London: Penguin.

Vad jag lärt mig under 38 år inom akademien

HANS STRAND

När man fyllt 60 finns det skäl att stanna upp och reflektera lite över sitt yrkesliv, om man inte redan har gjort det. Själv är jag nu – när jag skriver detta – 68 och pensionär sedan sex år, så det är hög tid. Det finns naturligtvis mycket att reflektera över, så en begränsning är nödvändig. I det här bokkapitlet har jag valt att fokusera på de kompetenser och intellektuella redskap som jag tillägnat mig under mitt akademiska yrkesliv och syftet är alltså att försöka synliggöra (några av) dessa. Kapitlet knyter an till ett av mina tidigare projekt, nämligen *Medierande redskap i vetenskapliga texter: hur kunskap byggs och förmedlas inom olika akademiska discipliner* (se Strand 2006 för en kortfattad projektpresentation).¹

Som forskare ingår man i en eller flera *diskursgemenskaper*, alla med sina speciella sätt att kommunicera och hantera kunskap på (se avsnittet Kompetenser och redskap nedan där en utförligare beskrivning av begreppet ges). Det som jag här kallar kompetenser och redskap är därför inte något generellt – i alla fall kan man inte ta detta för givet. Det innebär att de verktyg och förmågor som jag presenterar här endast eller i första hand är giltiga och gångbara inom de ämnen och diskursgemenskaper där jag har varit verksam och där min inskolning till forskare har skett. Därför är det motiverat med en tillbakablick på min akademiska bakgrund med tonvikt på de miljöer och kommunikativa sammanhang som jag har varit en del av.

En tillbakablick

1975 börjar jag som doktorand vid Institutionen för nordiska språk i Stockholm, och året efter är jag någorlunda klar över vad jag vill inrikta mitt avhandlingsarbete på.² Disputerar gör jag sedan våren 1984 på avhandlingen *Nusvenskt tidningsspråk. Kvantitativa studier av reportage i morgon-, kvälls- och veckopress* (Strand 1984). Min inriktning var alltså på språkbruk och modern svenska, närmare bestämt massmediespråk. Denna inriktning var

¹ Se även min profilsida på SU-webben: <https://www.su.se/profiles/hstrand-1.184016>. Där finns fler referenser till projektet liksom en länk till publikationsdatabasen DiVA.

² Den som satte mig på detta spår var min första handledare, Sten Malmström, som hade litterär stilistik som sin specialitet. Han gick dock bort tre år senare (1979).

jag inte ensam om vid institutionen. Min handledare, Margareta Westman, hade t ex skrivit en avhandling om bruksprosa som också var kvantitativt inriktad (Westman 1974). Förebilder fanns alltså. (Nordiska språk kan som bekant annars också handla om t ex runor, språkhistoria, grammatik, dialekter, ortnamn m m.)

Att det tog sin lilla tid (ca nio år) beror både på att det stundtals var motigt och på att jag ägnade mig åt annat: dels arbetade jag halvtid som amanuens vid institutionen, dels var jag med och startade Centrum för masskommunikationsforskning 1980 (se vidare nedan). Som amanuens ägnade jag mig åt lite av varje (administration, undervisning osv), och på det viset fick jag både en mängd personliga kontakter och en hyfsad inblick i en institutions olika verksamheter. Ganska tidigt började jag t ex att läsa kollegors manusutkast för att ge synpunkter.

Att avhandlingsarbetet tog tid och var mödosamt kan emellertid också förklaras med att jag saknade rutin och erfarenhet av att genomföra ett så pass omfattande projekt. Avhandlingsskrivande innebär ju både forskning och (i mitt fall) monografiskrivande, det senare dessutom något som jag (och många andra doktorander) inte övat på tidigare. Nämnas bör också att doktorandutbildningen på den tiden var långt ifrån lika uppstyrd som den är idag, dvs som doktorand var man i hög grad utlämnad åt sig själv och fick göra sina egna misstag. Dessutom var kontakten med andra doktorander tämligen begränsad; dem träffade man framför allt på kurser och seminarier men för övrigt inte särskilt ofta. Å andra sidan hade jag nog det ändå ganska väl förspänt eftersom jag ju arbetade deltid på Institutionen för nordiska språk och senare även på Centrum för masskommunikationsforskning, vilket innebar att jag hade tillgång till kvalificerade kollegor och läsare.

1980 börjar jag arbeta deltid på Centrum för masskommunikationsforskning som jag var med om att starta tillsammans med Kjell Nowak, som hade en forskartjänst vid HSR med inriktning mot masskommunikationsforskning, Gunnar Andrén, som var filosof, och Cecilia von Feilitzen, som var sociolog och arbetade på Publik- och programforskningsavdelningen på Sveriges radio.³

Vi satte genast igång med att anordna seminarier m m och att söka forskningsmedel. Redan 1981 fick vi bidrag av Riksbankens Jubileumsfond till vårt första delprojekt inom det forskningsprogram, *Televisionens idévärld*, som vi skisserat. Det första delprojektet, som var gemensamt, hette *Befolkningsstrukturen i TV*, och var tänkt att utgöra grunden för ett antal olika delprojekt som

³ Cecilia von Feilitzen avled den 18 december 2018.

var och en av oss fyra sedan skulle driva, och så blev det också. Genom de olika projektmedlen kunde vi också knyta till oss flera andra personer som fick anställning som forskningsassistenter; flera av dessa har sedan också gjort akademisk karriär och återfinns nu bland annat vid Stockholms universitet och på Södertörns högskola.

Ytterligare ett steg i centrets utveckling inträffade 1986. Då valde nämligen Johan Fornäs, som hade en forskartjänst vid HSFR med inriktning på ungdomskulturforskning, att förlägga sin verksamhet till centret. Därmed drog han i sin tur till sig flera yngre forskare med intresse för populär- och ungdomskultur. En av dessa var Göran Bolin. Projektmedel söktes och erhöles, och på så sätt utvecklades och breddades centrets verksamhet ytterligare. Även flera av denna ”andra våg” av yngre forskare har sedermera gått vidare och gjort akademisk karriär; Göran Bolin är här ett bra exempel.

Resten är, som man säger, historia. 1989 bildas Institutionen (numera Enheten) för journalistik, medier och kommunikation (JMK) genom att dåvarande Journalisthögskolan och centret slås samman. Centret upphör då formellt sett men finns fortfarande kvar i sina lokaler i Frescati. Det förtjänar också att nämnas att Medie- och kommunikationsvetenskap blir ett eget ämne vid Stockholms universitet 1990/91. (Beteckningarna massmedie- och masskommunikationsforskning är alltså då övergivna.) 1993 flyttar ”centret” (dvs personalen i Frescati) till Garnisonen på Karlavägen, vilket medför att hela institutionen blir samlad där. Detta innebär bland annat att ”centrets” onsdagsmöten (med efterföljande lunch på Lantis) upphör – en aktivitet som pågått sedan 1980 – och därmed går centret definitivt i graven. (Det sista protokollet är daterat 15/12 1993 och skrevs av Staffan Ericson.)

Tiden vid Centrum för masskommunikationsforskning har varit viktig – både i mitt liv och i min utveckling som forskare. Här lärde jag mig bland annat hur man gör innehållsanalyser och hur man söker – och erhåller – forskningsmedel. Det var också mycket givande att få arbeta i en tvärvetenskapligt sammansatt forskargrupp med allt vad det innebar av t ex nya perspektiv och breddade ämneskunskaper. Jag lärde mig dessutom mycket om hur man driver forskningsprojekt. Vidare skrev vi artiklar tillsammans och läste varandras manusutkast. Även rent sociala aktiviteter förekom. Under en period hade vi t ex en kör, och en gång var det faktiskt nära att vi skulle bli dirigerade av själva Eric Ericson (det blev dock inte av – som tur var antagligen).

Också tiden vid JMK efter flytten till Garnisonen har varit viktig. Då hamnade jag nämligen åter i en för mig i alla fall delvis ny miljö och fick tillgång till nya kollegor, såväl i journalistik som i medie- och kommunikationsvetenskap. Dessutom undervisade jag i medie- och kommunikationsvetenskap

(framför allt ägnad jag mig åt uppsatshandledning på B- och C-nivå), och jag hade även enstaka föreläsningar och lektioner för journaliststudenter. Ganska snart upptäckte jag att det fanns två olika grupper vid den nya institutionen som också motsvarande två skilda kulturer: en i journalistik och en i medie- och kommunikationsvetenskap.

Under 1997 lämnar jag dock JMK och blir nu enbart knuten till Institutionen för nordiska språk vid SU, där jag redan hade en heltidsanställning som universitetslektor, en anställning som jag varit helt eller partiellt tjänstledig från sedan 1990. Det var visserligen både lärorikt och stimulerande att tillhöra två olika ”världar” och ämnen men till slut blev det betungande att vara på två ställen. Dessutom hade jag under 1996 blivit engagerad i projektet *Akademiskt skrivcentrum* (ASC), och då passade det bättre att jag hade min bas vid Institutionen för nordiska språk.

Projektet ASC drivs av mig mellan den 1 juli 1996 och den 31 juni 2002. Finansieringen stod Stockholms universitet för. Att så kunde ske berodde på att Fackspråkligt kurscentrum avvecklades, vilket frigjorde medel motsvarande ungefär en halvtid under sex år. Därmed väcktes mitt intresse för ett nytt forskningsfält, nämligen akademiskt skrivande. Detta blir sedan min huvudsakliga forskningsinriktning fram till 2013 då jag väljer att gå i pension. (Jag upptäcker nämligen att jag har goda pensionsvillkor och att jag vill ägna mig åt mer praktiskt inriktade saker).

Syftet med ASC var att stödja och utveckla undervisningen i akademiskt skrivande vid SU. Detta gjorde jag bland annat genom att ordna seminarier och fortbildning för universitetets lärare. Jag gjorde också institutionsbesök och undervisade studenter och doktorander i akademiskt skrivande vid olika institutioner: såväl humanistiska och samhällsvetenskapliga som naturvetenskapliga. Avsikten med besöken var att jag ville skaffa mig en övergripande bild av undervisningen i akademiskt skrivande vid universitetet.

Dessa institutionsbesök var mycket intressanta och givande, men de hade också en avigsida. En av mina käpphästar var nämligen att de bäst lämpade att bedriva undervisning i akademiskt skrivande i ett visst ämne i själva verket är lärarna själva. En extern ”expert” kan helt enkelt inte göra detta lika bra, men hen har å andra sidan en uppgift att fylla som ”coach” för lärarna. Så länge jag fanns tillgänglig så ville dock lärarna helst att jag skulle undervisa deras studenter i akademiskt skrivande, medan min önskan var att lärarna i respektive ämne skulle ta över denna undervisning och så att säga integrera den i den övriga undervisningen.

Jag genomförde också enkäter, utvecklade en hemsida med tips och råd samt ett forum för erfarenhetsutbyte för universitetets lärare. Vidare utarbetade jag läromedel för studenter, drev projektet *Läskiga uppsatser* tillsammans med Stockholms universitets studentkår och verkade för att en språkverkstad skulle inrättas vid Stockholms universitet m m.⁴

Några regelrätta eller mer omfattande samarbeten med andra lärare och institutioner kom dock inte till stånd, så i den meningen kan jag inte säga att jag var verksam i en ny eller annan miljö. Däremot innebar de sex åren som jag ägnade åt ASC bland annat många kontakter över fakultetsgränserna, och jag fick dessutom intressanta inblickar i hur man ser på studenternas akademiska skrivande inom skilda ämnen. För mig som humanist var det särskilt spännande att få insyn i naturvetarnas värld.

År 2000 befordras jag till professor i svenska, särskilt nusvenska, och från 2002 så ägnar jag all min tid åt Institutionen för nordiska språk där jag framför allt arbetar med att driva olika forskningsprojekt och att handleda doktorander.⁵ Mellan 2007 och 2011 är jag dessutom prefekt för institutionen, vilket innebär att min tid att handleda och forska är något begränsad, men en del forskning och handledning hinner jag ändå med. Min forskning är alltså nu inriktad mot akademiskt skrivande, något som innebär att jag har orienterat mig mot en delvis ny och annan diskursgemenskap, och i min roll som handledare ägnar jag min tid framför allt åt att läsa och ge synpunkter på olika doktoranders manusutkast, men jag läser naturligtvis även andra typer av texter i olika syften.

Kompetenser och redskap

Vilken sorts texter man läser och skriver varierar antagligen en hel del över tid: en doktorand läser och skriver texter inte alltid samma slags texter som en professor (och ibland kanske inte heller på samma sätt). En inte alltför djärv gissning är dessutom att professorn ofta både läser och skriver en betydligt mer varierad kompot av texter än doktoranden. Det innebär att hen måste förhålla sig till en mängd olika diskursgemenskaper och därmed också anpassa sitt sätt att kommunicera i olika avseenden. Jag har roat mig med att lista och sortera de olika texttyper som jag någorlunda regelbundet och återkommande har skrivit och/eller läst under olika perioder av mitt akademiska yrkesliv:

—

⁴ För dokumentation, se <https://www.su.se/profiles/hstrand-1.184016>.

⁵ För information om de olika forskningsprojekten och avhandlingsarbetena, se <https://www.su.se/profiles/hstrand-1.184016>.

Forskningsrelaterade: vetenskapliga artiklar, avhandlingar, annan facklitteratur (monografier), abstracts, forskningsansökningar, recensioner, utlåtanden, konferensprogram, bokkataloger, förlagsinformation.

Utbildningsrelaterade: kurs- och studieplaner, läromedel, skrivningar och examinationsuppgifter.

Administrativa: protokoll och mötesanteckningar, kallelser, arbetsintyg/-betyg, remissvar, instruktioner och personalinformation, verksamhetsberättelser, remissvar, policydokument, utvärderingar, jobbsökningar, CV:n och meritförteckningar.

Tredje uppgiften: populärvetenskap (t ex språkspalter och liknande).

Övriga/multifunktionella: webbsidor, mejl, kommentarer till andras texter, powerpointpresentationer.

När jag betraktar denna uppräkningslista kan jag konstatera att de texter som jag har läst med några få undantag är desamma som de som jag också har skrivit. Viktigt att klargöra är också att uppräkningslistan ovan inte bara innefattar ”färdiga” (publicerade) texter utan även texter under arbete. När det är man själv som skriver, så är det förstås en självklarhet, men även mitt läsande har i hög grad varit inriktat på texter under arbete, dvs texter i olika versioner och stadier som skrivits av studenter, doktorander och kollegor, från tidiga och preliminära utkast till slutversioner och korrektur, och allt däremellan.

Vad är det då för verktyg och förmågor som jag har använt mig av och som ofta successivt och omärkligt har vuxit fram under mina år som läsare och författare av texter inom den akademiska världen? Nedan tar jag upp dem som jag uppfattar som viktigast och mest övergripande.

För det första har jag utvecklat en kunskapssyn som kan formuleras på följande sätt: som man ropar får man svar. Med det menar jag att kunskapen är beroende av hur den har tagits fram, dvs av de teorier och metoder som använts samt av de utgångspunkter och antaganden osv som gjorts (medvetet eller omedvetet). Enkelt uttryckt: hur det du betraktar ser ut beror på var du står när du tittar och vilka glasögon du har på dig. Detta är inte detsamma som relativism, men som jag ser det går det inte att komma ifrån att vår vetenskapliga kunskap är teori- och metodberoende. I princip gäller detta även vår vardagskunskap men det tänker vi kanske inte så ofta på. Konsekvensen blir hursomhelst att teori och metod är viktigt. Saknas teori och metod kan kunskapen knappast kallas vetenskaplig.

För det andra har jag tillägnat mig en språksyn som innebär att jag ser på relationen mellan text och kontext på ett konstruktivistiskt och diskursana-

lytiskt inspirerat sätt: texter och kontexter är sammanflätade och samverkande. Kontexten betraktas alltså här som något aktivt och ständigt närvarande, dvs den är inte statisk och given på förhand. Med detta synsätt blir det ofta fruktbart att hellre utgå från verksamheter än från kontexter (se vidare Karlsson & Strand 2012).

För det tredje har jag erfarit att det är viktigt att kunna skifta teoretiskt perspektiv då och då. Forskningen går ju förhoppningsvis framåt, och ett perspektivbyte blir då så att säga ett kvitto på att man har följt med på sitt område och utvecklats som forskare. Min erfarenhet är dock att sådana skiften i regel inte är något som bara kommer av sig själv utan ofta krävs ett aktivt arbete under längre eller kortare tid och vanligen också en dialog med andra personer. När det sker, t ex i form av en plötslig insikt, så är det dock mycket tacksamt och tillfredsställande.

För det fjärde har jag lärt mig att läsa strategiskt: dels för att inte slösa med tid, dels för att underlätta läsandet och (vid behov) göra det roligare och effektivare. Att läsa strategiskt har för mig bland annat inneburit att jag anpassat läsningen efter vad det är för typ av text, det syfte som jag haft med läsningen (t ex att examinera och bedöma kvalitet, att komma med synpunkter och ge kritik eller att orientera mig för egen eller andras räkning), och var i arbetsprocessen som texten har befunnit sig. Man läser förstås inte en förlagskatalog på samma sätt som en avhandling, och man läser inte heller texter under arbete på samma sätt som färdiga/publicerade texter; texter under arbete läses dessutom med fördel på lite olika sätt beroende på var i arbetsprocessen texten befinner sig: ett tidigt utkast detaljgranskar man naturligtvis inte utan den typen av synpunkter sparas lämpligen till ett senare skede osv.

Jag upplevde ofta läsandet som ganska tråkigt och tidsödande, inte minst som senior, och kanske var det därför som jag kände ett stort behov av att skapa fungerande rutiner och att läsa strategiskt. Särskilt tråkigt tyckte jag nog att det var att läsa färdiga vetenskapliga avhandlingar (avhandlingsmanus var lustigt nog ofta roligare att läsa), framför allt i sin helhet, något som man ju ibland var tvungen att göra, t ex om man skulle vara opponent. Det roliga började i stället när jag hade läst hela texten och kunde börja bearbeta läsningen genom att systematisera de intryck jag fått och de iakttagelser jag gjort. Uppgiften var då dels att leta efter blottor, inkonsekvenser och svagheter, dels att försöka förstå bygget och ta reda på hur dess olika delar hängde ihop. Ofta visade det sig nämligen att författaren inte hade gjort sig själv rättvisa, dvs hen hade inte riktigt lyckats skriva fram det som faktiskt var bra i avhandlingen.

För *det femte* har jag förvärvat ett teoretiskt perspektiv på skrivande och skrivförmåga, ett perspektiv som dock även har praktiska konsekvenser. Hur man skriver är förvisso i viss mån individuellt men inte så individuellt som många kanske tror. Det mest kända begreppet i detta sammanhang är antagligen *skrivprocessen*, som beskriver skrivandets olika stadier (t ex förberedelser, skrivande av första utkast, granskning, bearbetning och redigering). Skrivkompetens och skrivförmåga omfattar dock betydligt mer än så. Skrivande aktualiserar i själva verket en rad olika kunskaper och färdigheter, och dessa kunskaper och färdigheter varierar dessutom beroende på vad det är för typ av text som ska skrivas.

Enligt skrivforskaren Beaufort (2007) krävs, för att bli en skicklig skribent, kunskaper och färdigheter inom följande fem kontextspecifika kunskapsdomäner: skrivprocesskunskap, retorisk kunskap, ämneskunskap, genrekunskap och diskursgemenskapskunskap. Att kunskaperna och färdigheterna är kontextspecifika betyder att de varierar med diskursgemenskapen, som är den överordnade kunskapsdomänen.

En *diskursgemenskap* utgörs av en grupp av personer som kommunicerar med varandra och som i sin kommunikation med varandra delar vissa normer, värderingar, sätt att tänka, intellektuella redskap, antaganden etc. Ett exempel på en diskursgemenskap skulle t ex kunna vara forskare inom ämnet medie- och kommunikationsvetenskap, lokalt, nationellt och/eller internationellt (inom en viss kultursfär); det kan givetvis även finnas subkulturer inom en viss diskursgemenskap som i vissa avseenden har sina egna normer, värderingar osv.

Det gäller alltså att veta vilken diskursgemenskap man tillhör (eller strävar mot) och hur man kommunicerar med varandra inom just denna diskursgemenskap. För den som redan är inne i gemenskapen är detta i regel antagligen inte något större problem, även om det kan finnas genrer eller delgenrer som hen inte behärskar. Den som är inne riskerar snarare att bli hemmablind eftersom det så att säga är så självklart hur man gör, vilket kan vara ett problem i pedagogiska sammanhang, t ex i samband med handledning. För den som inte är inne i gemenskapen eller på väg in i den kan det emellertid också vara svårt att få syn på vilka olika kunskaper och färdigheter som krävs eftersom dessa sällan är explicitgjorda utan alltså tas för givna.⁶

För *det sjätte* och slutligen har jag med tiden också skaffat mig ett visst mått av praktisk erfarenhet av akademiskt textskrivande inom de områden

⁶ Det finns förstås mer att säga om de olika komponenterna i denna modell. Den intresserade hänvisas till Strand (2013) där en utförligare presentation finns; se även Beaufort (2007).

(diskursgemenskaper) där jag varit verksam. Dessa erfarenheter gäller t ex sådant som konsten att hantera krav och leda, betydelsen av självkänedom, hur man utnyttjar skrivprocessen så att den blir till ens fördel, hur man gör när man kör fast, hur man lockar fram nya tankar, hur man använder sig av och förhåller sig till mallar osv.

Att skriva själv är dock inte alltid lika enkelt som att ge råd åt andra trots att man ”vet hur det är”. Det här kapitlet har jag t ex skrivit om flera gånger (efter de synpunkter som jag har fått).⁷ Huvudproblemet har varit, tror jag, att texten är en hybrid, dvs den representerar en genre som jag inte har ägnat mig åt tidigare i min gärning som lärare och forskare och därmed inte övat på. (Men nu när jag har lämnat akademien så känns det mer naturligt att skriva just en sådan text.) Den är inte en regelrätt undersökning som utgår från en distinkt och avgränsad frågeställning (sådana texter följer ju ofta en tydlig mall), men den är heller inte en rent personlig text utan snarare en kompromiss mellan en rent personlig text och en vetenskaplig undersökning. Jag har alltså haft ambitionen både att vara en smula personlig och att säga något om akademiska kompetenser och redskap som faller inom en vetenskaplig ram. Detta har dock ställt till en rad problem: vad är relevant att ta med, hur formell/informell kan jag vara, hur ska artikeln disponeras osv?

Slutord

De kompetenser och redskap som jag har lyft fram ovan utgår alltså från min specifika bakgrund och mina specifika erfarenheter som lärare och forskare inom de fält där jag har varit verksam: massmediespråk, språkbruks- och diskursanalys, innehållsanalys och akademiskt skrivande. Jag har förstås gjort denna genomgång för att jag själv är intresserad av vad jag har lärt mig, som ett slags bokslut på gamla dar, men tanken är också att andra forskare ska kunna jämföra med sina erfarenheter: vad har vi gemensamt och vad har vi inte gemensamt? Vilken roll spelar min specifika bakgrund, dvs har forskare från andra ämnen och med annan bakgrund andra erfarenheter? Det skulle jag gärna vilja veta.

⁷ Tack, Anna-Malin, för alla genomläsningar!

Referenser

- Beaufort, A. (2007). *College writing and beyond. A new framework for university writing instruction*. Logan, Utah: Utah State University Press.
- Karlsson, A-M. & Strand, H. (2012). Text i verksamhet: mot en samlad förståelse. *Språk & stil*, 22:1, s. 110–134.
- Strand, H. (2013). Vetenskaplighet och anställningsbarhet. Om hur den akademiska skrivundervisningens paradox kan hanteras. *Sakprosa*, vol. 5, nr. 2, art. 3, s. 1–18.
- Strand, H. (2006). Medierande redskap i vetenskapliga texter: hur kunskap byggs och förmedlas inom olika akademiska discipliner (MEDVET). *ASLA-Information*, nr 32:1, <http://www.asla.se/aslainfo/321/medvet.htm>.
- Strand, H. (1984). *Nusvenskt tidningsspråk. Kvantitativa studier av reportage i morgon-, kvälls och veckopress*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Westman, M. (1974). *Bruksprosa. En funktionell stilanalys med kvantitativ metod*. Lund: LiberLäromedel.

Författarpresentationer

Linus Andersson is Senior Lecturer in media and communication studies at Halmstad University. He did his PhD in 2012 with prof. Göran Bolin as supervisor. Andersson's work has been published in such journals as *New Media & Society*, *Environmental Communication*, and *Media & Communication*. Currently, Linus is involved in research on photography at accident sites, the promotion of media and information literacy, and the question what is a good life in an age of digitalization and mediatization.

Erling Bjurström, professor emeritus. Kultur- och medieforskare med bakgrund i sociologi och filosofi. Till hans senaste publikationer hör *Det moderna smakspelet. Tid, smak, mode* (Stockholm: Carlssons 2016) och *Aesthetics and Politics: A Nordic Perspective on How Cultural Policy Negotiates the Agency of Music and Arts* (redaktör tillsammans med Ole Marius Hylland, London: Palgrave 2018).

Sandra Braman is Professor of Communication and Abbott Professor of Liberal Arts at Texas A&M University. Among her publications are *Change of State: Information, Policy, and Power*; *Biotechnology and Communication: The Meta-Technologies of Information*; and *Communication Researchers and Policy-Making*. Braman is Editor of the Information Policy Book Series at MIT Press, Fellow of the International Communication Association, and had the pleasure of serving as a Fulbright Senior Scholar at Södertörn University.

Nick Couldry is Professor of Media, Communications and Social Theory at the London School of Economics and Political Science. He is the author or editor of 12 books and more than 120 articles and book chapters. His most recent book was the *Mediated Construction of Reality* (with Andreas Hepp, Polity 2016).

Staffan Ericson is Associate Professor in Media and Communication Studies at Södertörn University. He has previously headed research projects on *Media Houses* and *The Times of Television*, and has recently written in and co-edited special sections in *International Journal of Communications* and *Media War and Conflict*. He is currently a research fellow at the Centre for

Advanced Studies in Oslo, and a participant in a project on *Media Citizenship and the Mediatization of Schools*.

Rita Figueiras is Associate Professor in Media and Communication at Universidade Católica Portuguesa (Lisbon). Her work focuses on the relationship between media and power, particularly in the areas of political economy of the media, communication of politics and media and opinion formation.

Johan Fornäs is Professor Emeritus of Media and Communication Studies and a member of Academia Europaea. He has studied and worked at the universities of Lund, Göteborg, Stockholm, Linköping and Södertörn. His publications include *Cultural Theory and Late Modernity* (1995); *In Garageland: Rock, Youth and Modernity* (1995); *Digital Borderlands: Cultural Studies of Identity and Interactivity on the Internet* (2002); *Consuming Media: Communication, Shopping and Everyday Life* (2007); *Signifying Europe* (2012); *Capitalism: A Companion to Marx's Economy Critique* (2013); *Europe Faces Europe: Narratives from Its Eastern Half* (2017); and *Defending Culture: Conceptual Foundations and Contemporary Debate* (2017).

Michael Forsman är docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola. Han har skrivit ett antal böcker och en mängd artiklar om barn, unga, medier, populärkultur, skola, och har sedan sent 1990-tal arbetat med lärarutbildning; på senare år med särskilt intresse för frågor om medie- och informationskunnighet (MIK) in den digitaliserade skolan och det medialiserade samhället.

Andreas Hepp is Professor of Media and Communication Studies at the ZeMKI (Centre for Media, Communication and Information Research), Universität Bremen, Germany. His main research areas are media and communication theory, media sociology, mediatization research, datafication of social practices, transnational and transcultural communication, and cross-media research. His most recent book was the 'Mediated Construction of Reality' (with Nick Couldry, Polity 2016).

Peter Jakobsson är lektor i medie- och kommunikationsvetenskap på Södertörns högskola samt lektor i Historia, Teori, Kontext på Beckmans Designhögskola. Han har forskat om medier och mediereglering men också om medier och social klass. Hans publikationer återfinns i bland annat *European*

Journal of Communication, European Journal of Cultural Studies, International Journal of Cultural Studies och *Nordicom Review*.

Lars Lundgren is Associate Professor in Media and Communication Studies at Södertörn University. He specializes in transnational communication, media infrastructures and media history. His work is published in journals such as *International Journal of Communication, European Journal of Cultural Studies, Media History, Historical Journal of Film, Radio and Television*, and *VIEW*.

Fredrik Stiernstedt är docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola. Hans forskning handlar om medieproduktion, mediearbete och mediereglering. Hans publikationer återfinns i bland annat *European Journal of Communication, European Journal of Cultural Studies, International Journal of Cultural Studies* och *New Media & Society*.

Hans Strand är professor emeritus i svenska, särskilt nusvenska, vid Stockholms universitet. Har varit anställd vid dåvarande Centrum för masskommunikationsforskning, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation samt Institutionen för nordiska språk. Var med och startade Centrum för masskommunikationsforskning.

Trine Syvertsen is Professor of Media Studies at the University of Oslo, Norway. She specialises in media policy, media history, television, and digital media. Recent books include *The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era* (2014) and *Media Resistance: Protest, Dislike, Abstention* (2017). She is chair of the project Digitox: 'Intrusive media, ambivalent users and digital detox' (funded by the Norwegian Research Council 2019-23).

Patrik Åker is Associate Professor in Media and Communication Studies at Södertörn University. His research interests include visual communication, journalism, historical perspectives on the media, cultural assumptions about media technologies, and the relationships between media and spatiality.