



Vad är MKV & mediestudier?

Prof. Pelle Snickars

Was waren Medien-Wissenschaften?

Under sommaren har jag ägnat mig åt att färdigställa ett bokmanus, en forskningsantologi som sätts i talande stund:

Massmedieproblem. Om mediestudiets formering i Sverige

Was waren Medien-Wissenschaften?

I bokens **efterord** resonerar jag och mina medredaktörer kring varför vi gjort denna bok – vid just denna tidpunkt – med utgångspunkt i en artikel av den tyske medievetaren **Claus Pias**, som för några år sedan frågade sig vad medier och medievetenskaper egentligen var för något: **Was waren Medien?** (2012).

Was waren Medien-Wissenschaften?

“Vad var egentligen medier för något – och hur studerades de? Frågan kan tyckas apart, men förefaller ha väckts genom **digitaliseringens massiva förändring av medielandskapet** [...] Från ett inom-akademiskt och medievetenskapligt perspektiv framstod det för Pias som alltmer uppenbart att eftersom studieobjekten för medievetenskaperna så fullständigt ändrat karaktär, så borde även det akademiska studiet av dem förändras. Frågan var bara hur – och i vilken riktning.

Pias frågeställning är på flera sätt analog med den vi använt oss av i den här boken: **vad var mediestudier, varför och på vilket sätt uppkom de i Sverige?**”

Was waren Medien-Wissenschaften?

Givet vår boks **tillbakablickar** frågar vi oss också **vart mediastudier är på väg** – och i vilka riktningar. Det gäller även ämnet medie- och kommunikationsvetenskap. Och även här fungerar vår tysk som ciceron.

Was waren Medien-Wissenschaften?

"Att **mediestudiet genom digitaliseringen blivit konkurrensutsatt** – såväl historiskt som i samtida bemärkelse – var något som Claus Pias oroade sig över i sina funderingar kring vad medier var för något. Han har bland annat påpekat att mediestudier under 2000-talet generellt präglades av ett slags "**Krise des Erfolgs**", det vill säga en sorts ämnesmässig framgångskris som orsakats av att **de flesta humanistiska och samhällsvetenskapliga discipliner alltmer ägnade sig åt medier – men på högst olika sätt.**"

Was waren Medien-Wissenschaften?

När ett medium kan beskrivas som, "**algorithms + a data structure**", (Lev **Manovich**) ja, då blir både traditionella humanistiska och samhällsvetenskapliga medieperspektiv åtminstone i vissa avseenden **obsoleta**.

Vad är MKV & mediastudier?

Vad jag vill säga med denna korta introduktion är att **mediastudier idag tveklöst befinner sig i ett slags brytpunkt.**

Det finns därför skäl att reflektera och diskutera på vilka sätt forskare idag bedriver mediastudier – det vill säga, vad är egentligen MKV för något – om så med **(A.) samhällsvetenskapliga** eller med mer **(B.) humanistiska** perspektiv, eller för den delen med uttalat **(C.) digitala** sådana.

Vad är MKV?

Medier är alltså inte vad de en gång var – och därför inte heller studiet av dem.

Som Jakob Bjur och Göran Bolin bland annat påpekat i *MedieSverige 2014* har digitaliseringen av medierna "explosionsartat expanderat utbudssrymden och fragmenterat masspubliker. Tablåer har blivit alltmer oavhängiga av tid samtidigt som mobilitet vidgat tillgängligheten till medier i rummet."

Ett **nytt medielandskap** – håller på att leda fram till nya och andra sätt att studera medier än tidigare.

Vad är MKV?

Om inte annat uppenbart om man läser **UKÄs självvärderingar av MKV** – där det klart och tydligt framgår **att ämnet för närvarande är många saker samtidigt.**

Vad är MKV?

Om inte annat uppenbart om man läser **UKÄs självvärderingar av MKV** – där det klart och tydligt framgår **att ämnet för närvarande är många saker samtidigt.**

A. medial dynamik som är spännande – såväl innehålls- som forskningmässigt. MKV kan potentiellt öppna upp sig för olika inriktningar, inte minst **interdisciplinärt.**

Vad är MKV?

Om inte annat uppenbart om man läser **UKÄs självvärderingar av MKV** – där det klart och tydligt framgår **att ämnet för närvarande är många saker samtidigt.**

A. medial dynamik som är spännande – såväl innehålls- som forskningmässigt. MKV kan potentiellt öppna upp sig för olika inriktningar, inte minst **interdisciplinärt.**

B. ämnesmässig identitetslöshet för MKV – "alla" forskar på medier, massmediernas kris, journalistikens utarmning etcetera leder också (i viss mån) till en sorts akademisk villrådighet.

Mediestudier i digital brytningstid

Mediestudier i digital brytningstid



Mediestudier i digital brytningstid



Boklördag

Reportagebok. Ulrika Kämberg om den moderna journalistikens kris

Falskt alarm om döden i medierna

Ulrika Kärmborg tecknar i "Klickokratin" bilden av en mediebransch i fritt fall. Men det är en dystopisk analys som undviker de mest centrala frågorna kring digitaliseringen, skriver Pelle Snickars.

Ulrika Kåmborg
"Ett skokasta.
Medelålderns första
offer för samlingen"
s. 106

[illegible]

Tilingsplassen blei var utingsplassen for Preassamlingene 1982, som vart sidan av 1983-84 i samarbeid med den fjerde av fire les somto offentlege samlingar om i samfunnet som er som samfunnspolitiske problem. Gassan innførte av prøvde fjerne di er beredte til alle til språk med politiske instrument. I dag framme tilhøyringsgruppja på Arntsen Næssle pågjende med utredning som med til stera. I samfunnet talar di for at samfunnet med politiske virkings dipt som, som fram gjeber utredning dipt framme 1988 blei med politiske.

"Det blei samfunnet er utredning som er i utredning, så vart kjende

Framför allt undrar jag varför Kärnberg undviker några av de mest centrala och kniviga frågeställningarna kring det digitaliserade medielandskapet.

Wilma Kålsberg
Foto: Magnus Berggren



1999. *Environ Monit Assess* 55: 119-126.

En viktig publikationsföretagare och då var det alltid för givet. Nu är det inte lika självklart, eftersom man ska ta tillräckligt i sin betänksamt han tilldelat en ny mediaansvarig. Enligt en ny studie från den amerikanska journalistiska föreningen, som visar att journalisterna fortfarande är en av de mest respekterade yrkesgrupperna i USA, är det dock inte alltid så enkelt. Enligt en ny studie från den amerikanska journalistiska föreningen, som visar att journalisterna fortfarande är en av de mest respekterade yrkesgrupperna i USA, är det dock inte alltid så enkelt.

Femorligen tror jag inte på den här typen av demokratigivningsverktyg som är medeltidstänkta och ramlade in i ett skall. Ett verktyg som inte är



"Det hela samhället är utskickat utom en bit press, så vad händer när den trycksen?", skriver Ulrika Kihlberg i sin senaste dystopiska reportagebok, "Klickkattor".

Stiltsveite, från Skogstad mörad - detta "använda tennisfält" (Stadshuset) - all upphäjd i gatorna och i alla gatorna är i skuggan. Färdig förhållningstid förklarar dock, att i en tid när alla kan publicera sig online är journalisternas utbud i framtiden. Journalisterna förklara dock på - och av.

Vad Kirsholmsgruppen vill med sin bok framförallt dock som hjälpstiftelse. Beröringsboken som ges ut är inte speciellt enkel, och denna stiftelsen är härnär röd. Fördelat som delar in boken i fem olika avsnitt: kyrkliga, kyrkliga, kyrkliga, kyrkliga, kyrkliga. Vill du se boken?

ehersom Kärnberg ofta berömt
var till "den riktiga Kärnbergs".
Här förklarade jag att jag inte
kände till honom, men bara blev

och inte heller var det moderna

Men liardit allt under jag var
En Klenberg underklar några av de
gust centrals och blicka främst

någonas kring det digitaliserade medietändpåk. Hov tassar med dem och zanyris i bokens stilla samtal, men Linnea dörblis. Jag dörblis i första hand på ymnig komposition de lågor som krävs för joanniska befiner jag i kris när jagure till flera stora medietendör gör be- tydande vinsten, på de som tillåter till- gyllnans dominans specklar av det gäller anordningsmarknaden, på telefonmarknaden som vinsten som är större än den innehålls- dörrens omflemning, till på public service kommissionen och till innehåll på den kvantitativt och kvalitativt betydligt större försvinnad.

Stolens friktions-
varianter -
de knyttet i E
sind.

Prof. Dr. Petra Brückner
Mitarbeiterin

Mediestudier i digital brytningstid

... undviker några av de mest centrala och kniviga frågeställningarna kring det digitaliserade medielandskapet. Hon tassar runt dem och de antyds i bokens olika samtal, men lämnas därhän. Jag tänker i första hand på ytterst komplicerade frågor som varför journalistiken befinner sig i kris när ägare till flera stora medieföretag gör betydande vinster, på de amerikanska IT-jättarnas dominans speciellt när det gäller annonsmarknaden, på telekomsektorns enorma vinster som är större än hela innehållsindustrins omsättning, eller på public service komplicerade roll där innehåll ges bort gratis när andra mediebolag kämpar för överlevnad.



Vad är MKV?

Medie- och kommunikationsvetenskap – vad är det då för något **forskningsmässigt**?

lokalisera MKV?

samhällsvetenskap	_____	humaniora
empiri	_____	teori & begrepp
generella	_____	partikulära
kvantitet	_____	kvalitet
politik	_____	kultur
demokrati	_____	estetik
effekt	_____	användning
mediepåverkan	_____	styrning & reglering
representation	_____	mediespecificitet
text	_____	materialitet
masskultur	_____	public service
objekt	_____	mediekontext

Vad är MKV?

Dominerande forskningsaktörer – fokus på medier & demokrati är vanligt med ett mer eller mindre statsvetenskapligt anslag (JMG, Örebro, JMK eller Mittuniversitetet).

Vad är MKV?

Dominerande forskningsaktörer – fokus på medier & demokrati är vanligt med ett mer eller mindre statsvetenskapligt anslag (JMG, Örebro, JMK eller Mittuniversitetet).

MKV, demokrati & politik

Min utgångspunkt när jag analyserar medieutvecklingen är i första hand demokratin. För att demokratin ska fungera krävs det att människor är åtminstone någorlunda informerade om politik och samhälle.⁶ Det är en förutsättning för att människor ska kunna bilda sig åsikter, delta i samhället och rösta på ett någorlunda genomtänkt sätt. Det är också därför mediernas viktigaste uppgift ofta anses vara att tillhandahålla sådan information som människor behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning i samhällsfrågor.

Politisk kommunikation

Vad som länge **dominerat svensk MKV** är ett slags innehållsanalyser av **journalistik** – utförda utifrån ett ganska så snävt demokrati- och politikperspektiv.

Politisk kommunikation

Vad som länge **dominerat svensk MKV** är ett slags innehållsanalyser av **journalistik** – utförda utifrån ett ganska så snävt demokrati- och politikperspektiv.

Strategisk kommunikation

Uppdaterar detta synsätt och **flyttar fokus från medieinstitutionerna själva** – till att fråga på vilka sätt som **organisationer, företag, kommuner** och **myndigheter** använder olika slags kommunikationsformer.

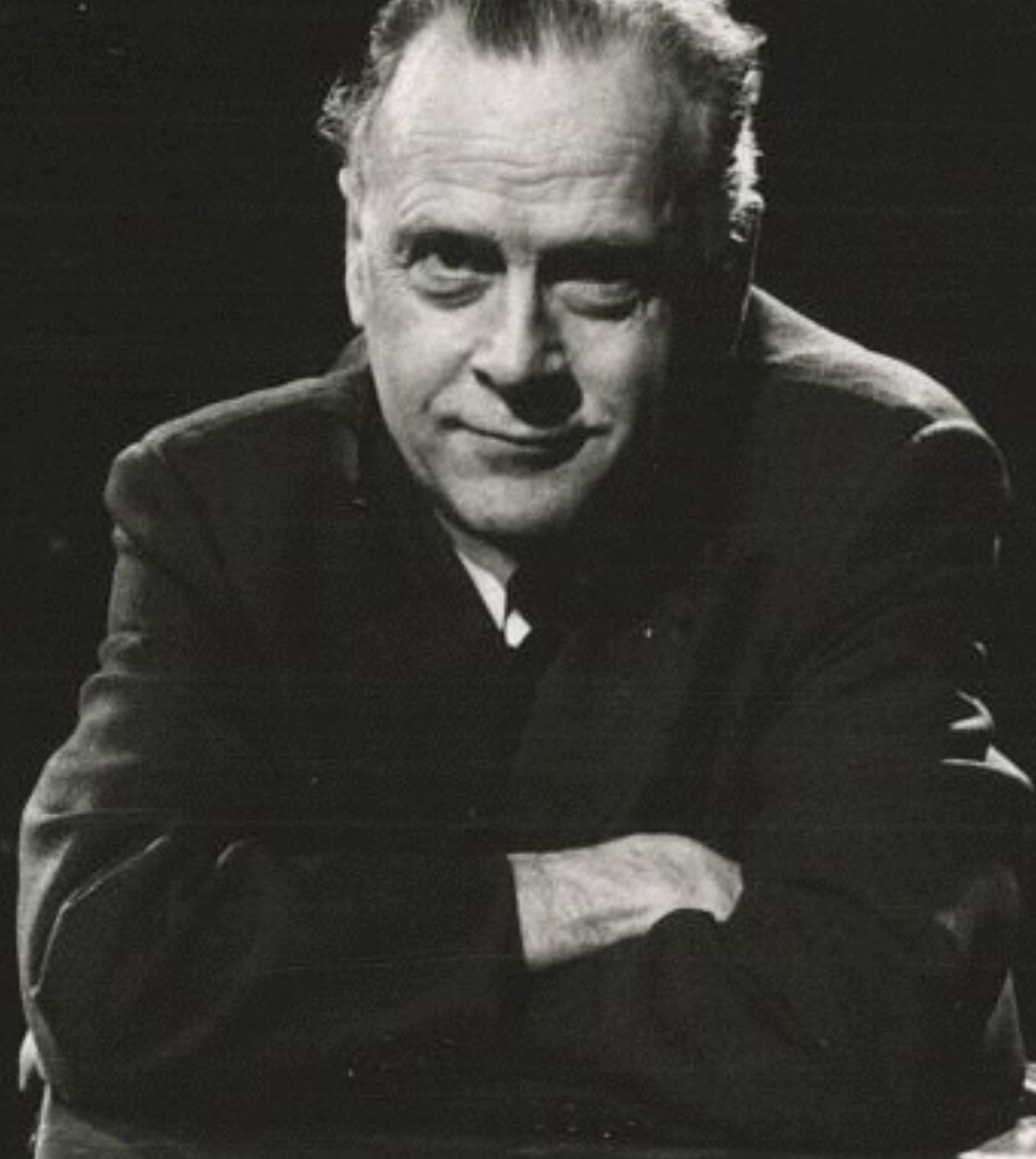
Kommunikation

Personligen tycker jag att "kommunikation" i MKV-ämnet är ett ganska så bökigt begrepp – inte minst **kommunikation utan medier** inom (ofta) ganska så främmande vetenskapstraditioner (och forskningsfält) som exempelvis språk & lingvistik eller informatik & tekniska styrsystem.

Kommunikation

Personligen tycker jag att "kommunikation" i MKV-ämnet är ett ganska så bökigt begrepp – inte minst **kommunikation utan medier** inom (ofta) ganska så främmande vetenskapstraditioner (och forskningsfält) som exempelvis språk & lingvistik eller informatik & tekniska styrsystem.

Vän av ordning kan dock enkelt anföra att detsamma egentligen också gäller **begreppet "medium"** – för vad står det egentligen för? – inte minst eftersom jag själv argumenterat för behovet av **ett breddat mediebegrepp** som inte bara inkluderar traditionella massmedier.





The medium is the message – slogan, har det hävdats som lägger grunden till det akademiska studiet av medier.

Vad är medier?

Hos **Niklas Luhmann** är medier överklighetsförstärkare;

För **Friedrich Kittler** reglerar de vår tillvaro och är instrument för lagring, bearbetning och överföring av information;

Harold Innis skiljer mellan tunga tidsbindande medier (kilskrift) och lätta rumsbindande medier (radio);

Och **Marshall McLuhan** gör en distinktion mellan heta (press) och svala medier (tv) – där olika grader av informationstäthet genererar aktivt eller passivt användande.

Vad är medier?

skrift är en medieform som massproducerats alltsedan boktryckarkonsten;

film, radio och teve är exempel på mer moderna medieformer baserade på **teknologi**, mekanik och kemi respektive elektricitet;

ett medium kan också ses som en **fysisk kanal** (bok, skyltfönster, utställning);

eller som **modalitet** (ljud, bild, rörlig bild, text);

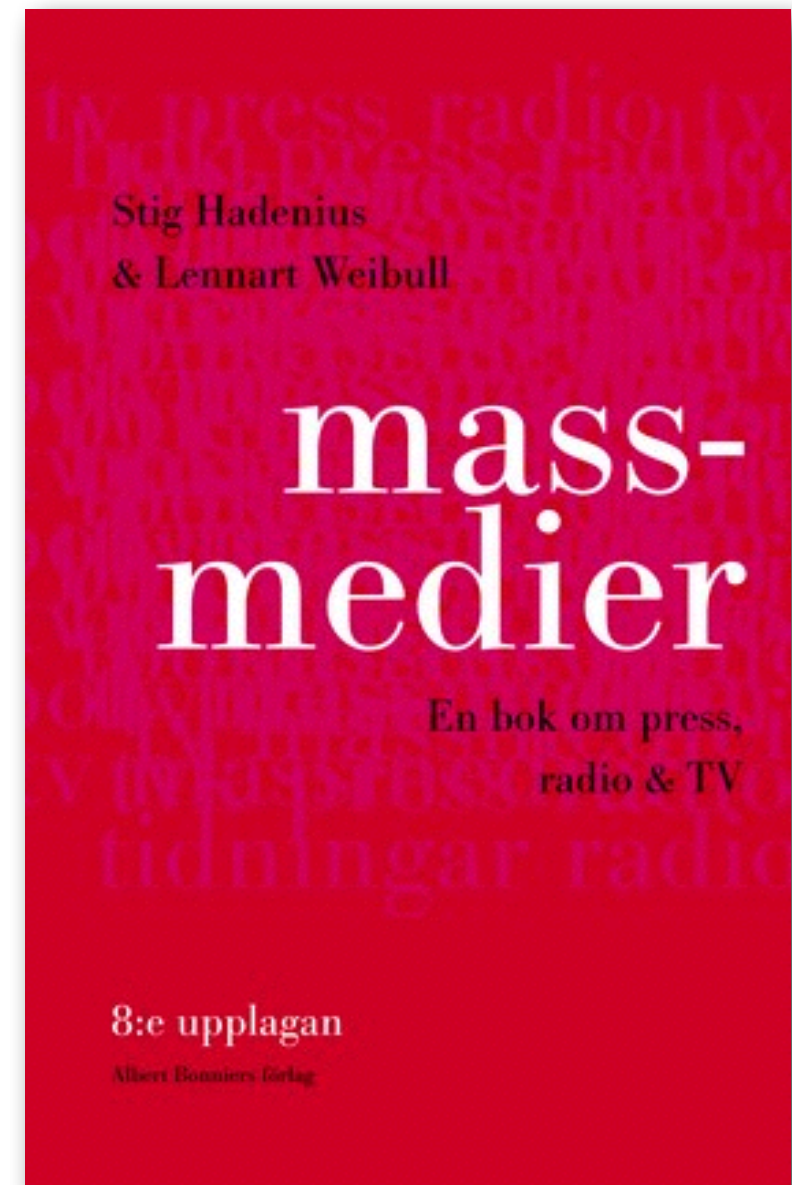
eller som ett slags **sammanvävd 'teknik'** för kommunikation inom sociala och kulturella praktiker. Här är en teknologi inte samma sak som ett medium; en teknologi blir ett medium genom komplexa kulturella, sociala, ekonomiska och materiella faktorer – vilka förändras över tid och rum – "**sociala protokoll**" (Gitelman)

Mediebegrepp | Mediehistoria | Medieteori

Det finns därför en **mångfald av mediebegreppsliga definitioner** – och de flesta medieforskare är eniga om att det knappast är möjligt att nå fram till en strikt bestämning av vad ett medium egentligen är.

Mediebegrepp | Mediehistoria | Medieteori

Trots denna relativa öppenhet kan man samtidigt konstatera – och detta gäller i hög grad svensk medieforskning – att ett formellt och **snävt mediebegrepp** under lång tid i praktiken hållits för självklart och dominerat både inom medie- och kommunikationsvetenskapen och inom de historiska disciplinerna.



Mediebegrepp | Mediehistoria | Medieteori

Mediehistoriskt är **mediebegreppet** (och **mediestudier**) i hög grad korrelerade till en sorts **mediala brott**. Under 1900-talet etableras ett **kommunikationsteknologiskt mediebegrepp** – press, foto, film, radio och teve – som alltså framför allt inom MKV varit i princip allena rådande.

Mediebegrepp | Mediehistoria | Medieteori

Mediehistoriskt är **mediebegreppet** (och **mediestudier**) i hög grad korrelerade till en sorts **mediala brott**. Under 1900-talet etableras ett **kommunikationsteknologiskt mediebegrepp** – press, foto, film, radio och teve – som alltså framför allt inom MKV varit i princip allenarådande.

Men långt **före 1900** finns också flera **mediediskurser** – från den aristoteliska sinneserfarenhetsläran till 1700-talets naturfilosofiska läror om "etermedier" eller diverse spiritistiska föreställningar (medier som optiska illusioner & fantasmagorier) till lingvistiska idéer om språk som ett tankens medium.

Mediebegrepp | Mediehistoria | Medieteori

I. en sorts **äldre mediebegrepp**

II. **kommunikationsteknologiskt mediebegrepp.**

III. nytt mediebegrepp sedan 1980-talet och CD-skivan – **analog/digital**. Det **digitala mediebegreppets** grund är den så kallade binärprincipen – det vill säga, 1 & 0.

Medieforskning som praktik & metod

Medieforskning som praktik & metod

Hur man bedriver forskning är **alltid** en **metodfråga** – men vilken **emfas** och **vikt** man lägger vid metodfrågor **varierar mellan olika vetenskapsdiscipliner**. Generellt trycker **samhällsvetare** hårdare på metodologiska frågeställningar än humanister.

Inte sällan hör man därför att **humanister inte har några egentliga metoder** – hur kunskap producerats framstår härvidlag som högst **subjektivt**, och utsagor kan inte bekräftas eller falsifieras i klassisk Karl-Poppersk bemärkelse.

Det stämmer i viss bemärkelse – men **skillnaden** mellan kvalitativa humanistiska metoder och samhällsvetenskapliga kvantitativa metoder är ofta **inte så stor som görs gällande**.

MKV & mediemetoder

Den sedan länge **tongivande MKV-forskningen** om medieanvändning med fokus på dagspress, radio och teve står ännu relativt stark i Sverige. Men i stort framstår de metoder som lanserades när mediestudiet formerades (åtminstone i dess mer samhällsvetenskapliga variant) som desamma. Medievanor studeras med sedan länge etablerade metoder: **surveyundersökningar, enkäter, fokusgrupper** och **intervjuer**. Årligen tas analog mediestatistik fram med metoder vars värde i relation till digitala mätmetoder kan diskuteras när det gäller att nå kunskap om medievanor, inte minst vetenskapligt. I en tid då *alla* digitala aktörer på fältet har mer detaljerad användardata än någonsin framstår **självuppskattat mediebruk** som en daterad metod att för att kvantifiera medieanvändning

MKV & metodologins kris

MKV & metodologins kris

Metodologisk blindhet inom delar av MKV, där ett flertal samhällsvetenskapligt orienterade medieforskare **tror sig vara metodmässigt starka och solida** – men som **tvärtom** inte är det.

MKV & metodologins kris

Metodologisk blindhet inom delar av MKV, där ett flertal samhällsvetenskapligt orienterade medieforskare **tror sig vara metodmässigt starka och solida** – men som **tvärtom** inte är det.

I korthet anser jag att **kvantitativa metoder inte är speciellt kvantitativa**. Det var de 1986 då statsvetenskapen i Göteborg började med sina SOM-undersökningar och gjorde "**en stor frågeundersökning om massmedier**" – men att **idag** undersöka 10 000 personers medievanor är **inte speciellt kvantitativt imponerande**.

MKV & metodologins kris

Metodologisk blindhet inom delar av MKV, där ett flertal samhällsvetenskapligt orienterade medieforskare **tror sig vara metodmässigt starka och solida** – men som **tvärtom** inte är det.

I korthet anser jag att **kvantitativa metoder inte är speciellt kvantitativa**. Det var de 1986 då statsvetenskapen i Göteborg började med sina SOM-undersökningar och gjorde "**en stor frågeundersökning om massmedier**" – men att **idag** undersöka 10 000 personers medievanor är **inte speciellt kvantitativt imponerande**.

I en **digital mediemiljö** är det snarare ett försvinnande litet antal; här räknas underlag i åtminstone hundratusentals användare, och i regel ännu fler. **Google arbetar ju inte direkt med enkäter**.

Så trångsynt att man blir mörkrädd

För en tid sedan skrev jag ett utlåtande kring en österrikisk konstvetare som nominerats till landets finaste akademiska pris, Wittgenstein-Preis. Jag var positiv eftersom han försökt förändra konstvetenskap till ett slags bildvetenskap. Men eftersom jag också ombads att vara kritisk, ifrågasatte jag vad karln egentligen studerade. I en tid när alla medier reducerats till data, hur bedriver man då bildvetenskap? Hur analyserar man exempelvis den sociala bildplattformen Snapchat, där alla skickade fotografier bokstavligen försvinner efter tio sekunder? Snapchat handlar ju mindre om bilder, och långt mer om dataflöden och social interaktion.

Debatt Mediepolitik



Pelle Snickars är professor i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot digitala humaniora vid Umeå universitet.

finns exempelvis inte ett ord om sociala medier, men desto fler om "massmedier". Det känns 1985. Inom delar av den medie- och kommunikationsvetenskapliga forskningen som av tradition backar upp mediepolitiken är det nästan lika illa ställt. Vad som länge dominerat sådan forskning är innehållsanalyser av journalistik i stil med representationen av X i mediet Y – tänk: "bilden av landsbygden i Dagens Nyheter" – utförda från snäva demokrati- och politikperspektiv. Nu handlar den diskussionen om så kallade "nyhetsundvikare", där högst normativa undersökningar försöker påvisa att folk struntar i nyheter. De kan sammanfattas i en rad: "så dumt att folk läser fel – fara för demokratin!". Det är medieforskning som paternalistisk politik.

Att Facebooks, Twitters eller Instagrams flöden för alltför komplett definierat om vad en nyhet de facto är –



Min poäng här är inte att vara inom-akademiskt kritisk, utan att påvisa hur den här typen av daterad medieforskning delvis ligger till grund för den nationella mediepolitiken. Så kan vi inte ha det.

de läser. I senaste Mediebarometern kan man ta del av "lyssnande till musik på ... vinylskiva".

Just självuppskattad medieanvänd-



MKV & metodologins kris

Metodmässig avgrund mellan **självuppskattat medieumgänge** som präglar Nordicom och SOM-institutets undersökningar, och den **faktiska medieanvändning** som kännetecknar allt digitalt medieumgänge idag.

”I en tid när branshperspektiv på hur medieanvändning undersöks drastiskt ändrat karaktär, så fortsätter den traditionella medievetenskapen att kvantitativt studera medievanor med sedan länge etablerade *analog*a metoder och fokusgrupper, som om ”det digitala” inte fanns. **Trots att enkätskolket ökar ... så uppmanas medborgare att i telefonintervjuer eller på pappersenkäter med blyertspennan i högsta hugg, kryssa i hur mycket ”internet” de använder, hur mycket strömmande musik de lyssnar på eller hur mycket ”nyheter” de läser. ... Det finns därför ett betydande underskott av digitala metoder inom medievetenskapen för mätning av samtida mediebeteenden, och dessutom ett betydande glapp mellan akademi och bransch.”**

SOM-undersökning

DE FÖRSTA FRÅGORNA GÄLLER VILKA MASSMEDIER DU TAR DEL AV

FRÅGA 1. Hur ofta brukar Du titta på eller lyssna till följande typer av nyhetsprogram i radio och TV?

	Dagligen	5-6 ggr/vecka	3-4 ggr/vecka	1-2 ggr/vecka	Mer sällan	Aldrig
(17) Nyheter i lokalradion	☐	☐	☐	☐	☐	☐
(18) Aktuellt i TV	☐	☐	☐	☐	☐	☐
(19) Rapport i TV	☐	☐	☐	☐	☐	☐
(20) Dagens Eko i riksradien	☐	☐	☐	☐	☐	☐
(21) Regionala nyheter i TV	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1 2 3 4 5 6

FRÅGA 2. Hur mycket brukar Du se på av följande typer av TV-program?

	Allt/I stort sett allt	Ganska mycket	Inte särskilt mycket	Ingenting/Nästan inget alls
(22) Underhållningsprogram	☐	☐	☐	☐
(23) Nyhetsprogram	☐	☐	☐	☐
(24) Dokumentär- och samhällsprogram	☐	☐	☐	☐
(25) Sportprogram	☐	☐	☐	☐
(26) Kulturprogram	☐	☐	☐	☐

1 2 3 4

FRÅGA 3. Vilken morgontidning brukar Du läsa regelbundet? (Med regelbundet menas här minst ett nummer per vecka. Om Du läser mer än en morgontidning - ange vilken Du betraktar som Din lokala morgontidning).

(27) 1
(Tidningens namn)

☐ 2 Läser ingen morgontidning regelbundet

1986

NYHETER & MEDIER

Fråga 1 Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram i radio och tv?

	Dagligen	5-6 dagar/vecka	3-4 dagar/vecka	1-2 dagar/vecka	Mer sällan	Aldrig
Lokala nyheter i radions P4	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ekonyheterna i radion	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Aktuellt/Rapport i SVT	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Regionala nyheter i SVT	☐	☐	☐	☐	☐	☐
TV4 Nyheterna	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 2 Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?

	Dagligen	5-6 dagar/vecka	3-4 dagar/vecka	1-2 dagar/vecka	Mer sällan	Aldrig
..... (morgontidningens namn)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
.....	☐	☐	☐	☐	☐	☐

☐ Jag läser aldrig någon morgontidning på papper

Fråga 3 Brukar du läsa eller titta i följande tidningar?

	Dagligen	5-6 dagar/vecka	3-4 dagar/vecka	1-2 dagar/vecka	Mer sällan	Aldrig
Aftonbladet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
...på papper	☐	☐	☐	☐	☐	☐
...på internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Expressen/GT/Kvällsposten	☐	☐	☐	☐	☐	☐
...på papper	☐	☐	☐	☐	☐	☐
...på internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 4 Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?

☐ Jag tar aldrig del av nyheter på internet

	Dagligen	5-6 dagar/vecka	3-4 dagar/vecka	1-2 dagar/vecka	Mer sällan	Aldrig
Dagens Nyheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2014

Så trångsynt att man debatt om mediemetod (A.), samt relationen mellan forskning & bransch (B.)

ör en tid sedan skrev jag ett utlåtande kring en av de senaste finaste akademiska pris, Wittgenstein-Preis. Jag var positiv eftersom han försökt förändra konstvetenskap till ett slags bildvetenskap. Men eftersom jag också ombads att vara kritisk, ifrågasatte jag vad karl egentligen studerade. I en tid när alla medier reducerats till data, hur bedriver man då bildvetenskap? Hur analyserar man exempelvis den sociala bildplattformen Snapchat, där alla skickade fotografier bokstavligen försvinner efter tio sekunder? Snapchat handlar ju mindre om bilder, och långt mer om dataflöden och social interaktion.



Pelle Snickars är professor i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot digitala humaniora vid Umeå universitet.

finns exempelvis inte ett ord om sociala medier, men desto fler om "massmedia". Det känns 1985. Inom delar av den vetenskapliga världen är det nästan lika illa ställt. Vad som länge dominerat sådan forskning är innehållsanalyser av journalistik i stil med representationen av X i mediet Y – tänk: "bilden av landsbygden i Dagens Nyheter" – utförda från snäva demokrati- och politikperspektiv. Nu handlar den diskussionen om så kallade "nyhetsundvikare", där högst normativa undersökningar försöker påvisa att folk struntar i nyheter. De kan sammanfattas i en rad: "så dumt att folk läser fel – fara för demokratin!". Det är medieforskning som paternalistisk politik.

Att Facebooks, Twitters eller Instagrams flöden för alltför komplett definierat om vad en nyhet de facto är –

vara inom-akademiskt kritisk, utan att påvisa hur den här typen av daterad medieforskning delvis ligger till grund för den nationella mediepolitiken. Så kan vi inte ha det.

de läser. I senaste Mediebarometern kan man ta del av "lyssnande till musik på ... vinylskiva". Just självuppskattad medieanvänd-

MKV & metodologins kris

I ett inlägg här på sidan (11 maj) dömdes den samtida medieforskningen ut av Pelle Snickars, professor i medie- och kommunikationsvetenskap i Umeå. Dagens tongivande medieforskare är pappersfixerade och ur takt med tiden, menade han. I dag försvarar sig sex av hans kollegor: Forskningen ska stå fri från bransch och politik, skriver de. Snickars replikerar: Dagens mediasituation kräver nya kompetenser också av er.

”Vi kan inte lita på maskinernas statistik!”

Måndagen den 11 maj 2015 fick läsarna av den här kultursidan reda på att svensk forskning om medier var trångsynt, till och med ”så trångsynt att man blir mörkrädd”. Författare till artikeln om medieforskningens kris var Pelle Snickars, professor i medie- och kommunikationsvetenskap, med inriktning på digitala humaniora, vid Umeå universitet. Artikeln sampublicerades på flera av Mittmedia-koncernens kultursidor.

Det är inte lätt att fånga upp huvudbudskapet i Snickars vidräkning med forskningen, eftersom artikeln även slår åt många andra håll. Han kritiserar mediepolitiker för att inte förstå vad som händer i den digitala medievärlden samtidigt som han lägger större delen av skulden på medie- och kommunikationsforskningen. Den forskning ”som av tradition backar upp mediepolitiken” har inte förstått vad som hänt och gör ”normativa undersökningar” som bygger under en ”paternalistisk politik”.

Debatt Mediepolitik

DET HÄR...

...är tredje artikeln i vår debattserie om medias utmaningar.

Den första skrevs av Pelle Snickars (11 maj).

Den andra skrevs av Stina Oscarson (18 maj).

Snickars oroar sig för det ”betydande glappet mellan akademi och bransch” och pläderar mångordigt för att forskningen måste starta i de digitala medierna.

Snickars kritik kan sammanfattas som att svensk medieforskning är alltför fokuserad på traditionella medier och därför saknar relevans för medieutvecklingen. Det är ett påstående som vittnar om stor okunskap om svensk massmedieforskning – och om forskningens villkor i allmänhet. Att en tidningskoncern som Mittmedia driver en sådan linje är kanske inte så svårt att förstå, men att samma kunskapsbrist finns hos en av ämnets företrädare måste bedömas som allvarligt.

Låt oss peka på några principiella problem med artikeln.

För det första utgår Pelle Snickars från att medieforskning lägger grunden för mediepolitik, liksom att medieforskning ska vara ett stöd för mediebranschen. Givetvis är det inget fel om politiker eller bransch kan bygga på vad forskare kommit fram till, men det kan aldrig vara forskningens huvuduppgift att skapa ett sådant underlag. Forskningen måste ha sin agenda och styras av ett fritt sökande efter ny kunskap och följa sin logik. Det är där svårt att förstå Snickars utgångspunkter. Som forskare har vi under åren sett både goda och dåliga exempel på hur medieforskning utnyttjats – eller inte utnyttjats. Vår erfarenhet är att förmågan hos politik och bransch att ta till sig relevant forskning just handlar om att förstå forskningens villkor.

En andra punkt som följer av detta är att medieforskningen måste vara bred och studera mediestruktur och medieanvändning såväl i ett historiskt som i ett framtidsinriktat perspektiv. Den skiljelinje som Snickars drar mellan traditionella och digitala medier känns föråldrad och ger en missvisande bild inte bara av forskningen om medier utan av hela medieområdet.

Det handlar om både medier som dagspress, radio och tv som fortsatt står starkt i Sverige och om olika sociala medier. Snickars ironiserar över att den stora undersökningen Mediebarometern, etablerad redan 1979, ställer



Den första debattartikeln om mediepolitiken skrevs av Pelle Snickars och publicerades på kultursidorna den 11 maj.

en fråga om vinylskivor, men det är just en följd av att man vill täcka den mångfacetterade mediekulturen.

Men Snickars nämner i sammanhanget inte att Mediebarometern ägnar ett mycket stort utrymme åt olika slag av sociala medier och dessutom började studera spridningen av digitala medier redan i början av 1990-talet.

Snickars gör sig även lustig över att medieforskning i surveyundersökningar ställer frågor till människor om deras användningar när man idag kan få mängder av digitala data om hur medier används. Det kan låta bestickande, men invändningen faller av åtminstone tre skäl. Det ena är att det mesta av den statistik som produceras, exempelvis KIA-index, gäller maskiner. Det går att ta fram både klicktoppar och användningsmönster för enskilda plattformar, men vi kan inte med säkerhet veta vilka människor som skapar dem. Och även om vi visste det säger sådan statistik inget om användarens engagemang i och värdering av mediet – det kan vi få bara genom att observera eller tala med användarna. Dessutom ger den maskinella statistiken ingen kunskap om det som kanske är den viktigaste faktorn för förståelsen av medieanvändning, nämligen hur olika medier kombineras med varandra. Med detta menar vi inte att den maskinella statistiken saknar värde, bara att den ännu så länge främst fungerar som ett, om än viktigt, komplement för vår kunskap om mönstren i svenskarnas medieanvändning.

Det innebär givetvis inte att vi tror att surveyundersökningar kan ge alla svar eller att de inte kan förbättras, men de är ännu så länge den solidaste grund vi har för vår kunskap om människors användning av medier.

Snickars artikel innehåller många utsagor som förvånar. När det gäller lokala nyheter sägs att digitalisering ger en ”långt mer dynamisk bevakning” än lokala tidningsredaktioner. Det sägs även att nyhetsbegreppet har tunnats ut och att en nyhet på Twitter eller Instagram lika gärna kan vara ett nyfött barn i bekantskapskretsen som en nyhet från CNN.



Det är inte lätt att fånga upp huvudbudskapet i Snickars vidräkning med forskningen, eftersom artikeln även slår åt många andra håll.

pet har tunnats ut och att en nyhet på Twitter eller Instagram lika gärna kan vara ett nyfött barn i bekantskapskretsen som en nyhet från CNN.

Båda påståendena kan vara korrekta men har inga belegg eftersom det bara är i surveyundersökningar sådant kan prövas. Den forskning som visat på att fler människor undviker traditionella nyheter avfärdas med hänvisning till att det är ett större problem att det saknas bredband i glesbygden. Vi dristar oss till den enkla reflexionen att båda sakerna kan vara problem från ett demokratiskt perspektiv. Det genomgående draget i Pelle Snickars artikel är att han ser både medieforskning, mediepolitik och mediebransch genom digitala glasögon. Att han betraktar bransch och politik på ett sådant sätt kan vi inte ha några synpunkter på. Men att han därigenom visar stor okunskap om det svenska medielandskapet och att han ger en vrågbild av svensk forskning om medier och kommunikation är både olyckligt och allvarligt.

Ulla Carlsson
Professor, Göteborgs universitet
Lars Nord
Professor, Mittuniversitetet
Jesper Strömbäck
Professor, Göteborgs universitet
Ingela Wadbring
Föreståndare Nordicom
Lennart Weibull
Seniorprofessor, Göteborgs universitet

MKV & metodologins kris

Snickars gör sig ... lustig över att medieforskning i surveyundersökningar ställer frågor till människor om deras användningar när man idag kan få mängder av digitala data om hur medier används. Det kan låta bestickande, men invändningen faller av åtminstone tre skäl. Det ena är att det mesta av **den statistik som produceras**, exempelvis KIA-index, gäller maskiner. Det går att ta fram både klicktoppar och användningsmönster för enskilda plattformar, men vi kan inte med säkerhet veta vilka människor som skapar dem. Och även om vi visste det säger **sådan statistik** inget om användarens engagemang i och värdering av mediet – det kan vi få bara genom att observera eller tala med användarna.

MKV & metodologins kris

***Snickars gör sig** ... lustig över att medieforskning i surveyundersökningar ställer frågor till människor om deras användningar när man idag kan få mängder av digitala data om hur medier används. Det kan låta bestickande, men invändningen faller av åtminstone tre skäl. Det ena är att det mesta av **den statistik som produceras**, exempelvis KIA-index, gäller maskiner. Det går att ta fram både klicktoppar och användningsmönster för enskilda plattformar, men vi kan inte med säkerhet veta vilka människor som skapar dem. Och även om vi visste det säger **sådan statistik** inget om användarens engagemang i och värdering av mediet – det kan vi få bara genom att observera eller tala med användarna.*

Men min explicita poäng i artikeln var ju att det finns ett **underskott av digitala metoder** inom MKV – det vill säga, medieforskare måste **själva börja att ta fram och producera underlag och statistik** av digital medieanvändning **genom nya vetenskapliga tillvägagångssätt**.

Bransch & mediemetoder

Senhösten 2014 publicerade **Aftonbladet** en så kallad **framtidsrapport** om hur tidningen bättre skulle anpassa sig till ett rådande – och tilltagande – digitalt medieumgäenge. "**Användardata är vårt viktigaste redskap**", kunde man där läsa. "Allt går ut på att mäta beteende och bara fatta beslut utifrån det." **Expressen** vill givetvis inte vara sämre och chefredaktör Thomas Mattson har bland annat påpekat att tidningens ambition är "att under 2015 bli Sveriges **mest datadrivna medieverksamhet**".

Bransch & mediemetoder

I maj 2015 påbörjade **Facebook** ett samarbete, "**instant articles**", där publicister som *New York Times*, *BBC News* och *The Guardian* bereds plats för sitt material direkt på Facebooks plattform. För många publicister har Facebook länge fungerat som en tratt genom vilka stora skaror av läsare når tidningen; samarbetet med "instant articles" är i många avseenden en renodling av den utvecklingen. Samtidigt startade **Google** verksamheten **Digital News Initiative**. Genom att samarbeta med åtta ledande publicister, inklusive *The Guardian*, *El Pais* och *Die Zeit* vill Google förnya den europeiska mediemarknaden.

Bransch & mediemetoder

Interna branschperspektiv på hur medieanvändning mäts och hur mätresultaten omsätts har med andra ord **snabbt ändrat karaktär**. Faktum är dock att i en tid när branschperspektiv på hur medieanvändning undersöks drastiskt förändrats, så framstår det som förvånande att den traditionella akademiska medievetenskapen **inte nämnvärt noterat detta**. Branschen är därför **kritisk till medieforskningen** i mer generella termer.

Bransch & mediemetoder

Den aktuella medieutredaren Anette **Nowak** frågade sig exempelvis i en debattartikel våren 2014 om dagens medieforskare ställer fel frågor: "medieforskningen behöver uppdateras: ställa nya frågor i det nya medielandskapet och få en mer tvärvetenskaplig approach". Utgivargruppen för **Mittmedia** hade några månader tidigare närmast sågat en rapport från Södertörns högskola, "Landsbygd i medieskugga" och påtalat att "forskningen har stannat i det förflutna, medan branschen är stadd i snabb förändring." Sveriges Radios biträdande programdirektör **Martin Jönsson** – en av dem i mediebranschen som kan det digitala medielandskapet allra bäst – har i flera sammanhang uttalat sig kritisk om den samtida medieforskningen. Beträffande den forskarförfattade Demokratiutredningens rapport, "Demokratin och det förändrade medielandskapet" (2015) påpekade han elakt att "perspektivet på digitala/sociala medier i demokrati-rapporten är så trångsynt att man blir mörkrädd". Under sommaren 2015 anordnades till och med ett seminarium i **Almedalen** under rubriken, "Medieforskningen idag – vad saknas?".

Vad är mediestudier?

Mediestudier befinner sig som sagt i ett slags brytpunkt – och jag tänkte därför säga något om två helt olika forskningsinriktningar, som jag själv ägnat en del tid åt: **Medialiseringsteori** & **Mediearkeologi**.

Medialiseringsteori

> ett forskningsområde som snabbt vuxit i omfång och attraherat en mängd medieforskare i framför allt Nordeuropa – **framåtriktat** och teoridrivet.

Mediearkeologi

> ett forskningsområde som snabbt vuxit i omfång och attraherat en mängd medieforskare i framför allt Nordeuropa – **bakåtriktat** och teoridrivet.

Politikens medialisering

Kent Asp

Mäktiga massmedier

Studier i politisk opinionsbildning

Förlaget Akademilitteratur AB
STOCKHOLM

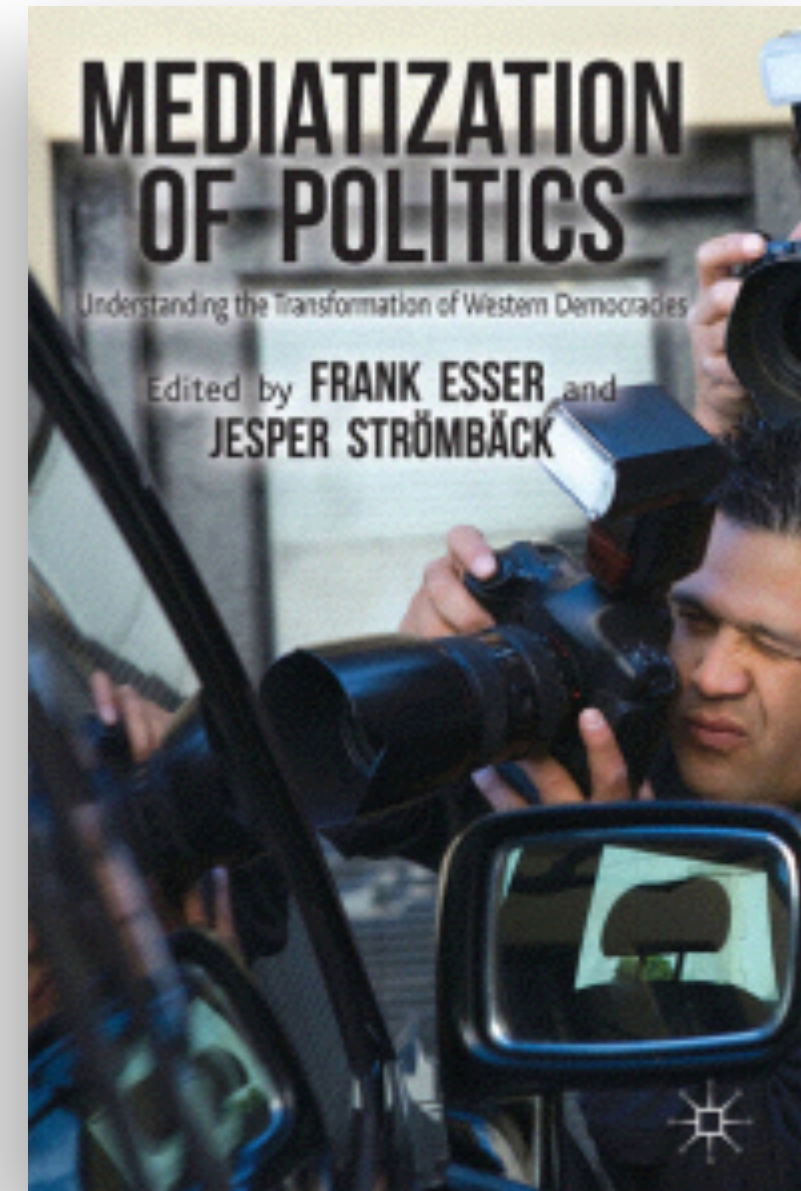
Politikens medialisering

*Peter Berglez
Leonor Camauër
Peter Dahlgren
Konstantin Economou
Mats Ekström
Per-Anders Forstorp
Redaktör Erik Amnå*

*Karl Erik Gustafsson
Åsa Kroon
Stig Arne Nohrstedt
Christian Svensson
Lennart Weibull*

Demokratiutredningens forskarvolym III


STATENS OFFENTLIGA
UTREDNINGAR
SÖO 1999:126



Medialisering

Själva begreppet medialisering är omdiskuterat men den centrala tanken är att **en växande mängd medier** utövar ett allt större inflytande över samhällets och kulturens områden. Här finns flera problematiska antaganden om att saker och ting **ökar, blir fler och tilltar i intensitet** – vilket inte alltid behöver vara fallet. Viss mediekonsumtion har snarare drastiskt minskat, som tidningsläsande eller biografbesök.

I teoretiska diskussioner knyts begreppet ibland till en bredare **modernitetsteori** – en **metaprocess** i linje med **globalisering** och **individualisering**. Ofta uppfattas medialiseringen som ett senmodernt fenomen vilket antas vara beroende inte enbart av massmedier utan även kopplas till de digitala mediernas ankomst. De **empiriska studier** som genomförts har framför allt analyserat förändringsprocesser inom olika samhälleliga institutioner och sfärer, som **politik** och **religion**.

Medialiseringsteori

Medialisering ses alltså som en större teknologiskt driven samhällsprocess – ofta med utgångspunkt i ett begrepp som **”politikens medialisering”** – vilket använts ganska länge i en statsvetenskaplig forskningskontext.

Det som behandlas är övergripande förändringar av det samtida medielandskapet och förståelsen av detta. Medialisering betraktas som en sorts lång **moderniseringsprocess** där teoribildningen försöker få korn på hur medier med tilltagande intensitet påverkar samhälle och kultur – detta i form av en historisk och vågliknande process som enligt vissa pågått under mycket lång tid (tänk: **alfabetisering**).

Medialisering

Medialiseringsteori är en i allra högsta grad **hypotetisk konstruktion** – ett antagande om ett förhållande som är svårt att empiriskt belägga. Teoribildningen arbetar därför **top down** där teoretiska utsagor ska beläggas med olika empiriska studier.

Ofta är det tämligen storvulna makroperspektiv som anläggs, men ett övergripande syfte är att med bas i mediehistorien belysa samhälleliga metaprocesser – det vill säga, en sorts **mediesociologisk konstruktion**, ett **grand narrative**, som närmast är att likna vid processer som modernisering, urbanisering eller globalisering.

Medialisering & digitalisering

Medialisering och digitalisering är större, **teknologiskt drivna samhällsprocesser**. På ett plan handlar det inte om strikta akademiska forskningsinriktningar, snarare rör det sig om övergripande förändringar av det samtida medielandskapet och förståelsen av detta, vilka också resulterar i förskjutningar i hur mediehistorien uppfattas – och skrivs.

Begreppen hänger därför samman. Om medialisering som en sorts lång moderniseringsprocess försöker få korn på hur medier med tilltagande intensitet påverkar samhälle och kultur, så framstår digitalisering som en parallell och (än mer) tekniskt driven **omdaningsprocess** som de senaste tjugo åren accentuerat den samtida medialiseringen.

Medialiseringsteori – pro & con

Medialiseringsteori har sina poänger – och brister. Vad medialiseringsteorin gjort med framgång är att återinföra – och våga sig på – stora **förklaringsmodeller**. För det räds man inte inom denna tradition.

Mediearkeologi

Mediearkeologi är ett tämligen vagt forskningsfält med högst olika inriktningar – som dels är **(A.) mediehistoriskt** orienterat, dels inriktat mot **(B.)** samtida, **digitala** medier. Därtill står olika **(C.)** medieteknologier (snarare än mediebruk) ständigt i fokus.

På ett mer **(D.) kunskapsteoretiskt** plan uppmärksammar mediearkeologin de **diskursiva systemens medialitet**. Genom historien har inte bara medieteknologier organiserat kulturens diskurser, själva **vetandet** har också en rad **infrastrukturella** förutsättningar som bör förstås med hjälp av ett utvidgat mediebegrepp.

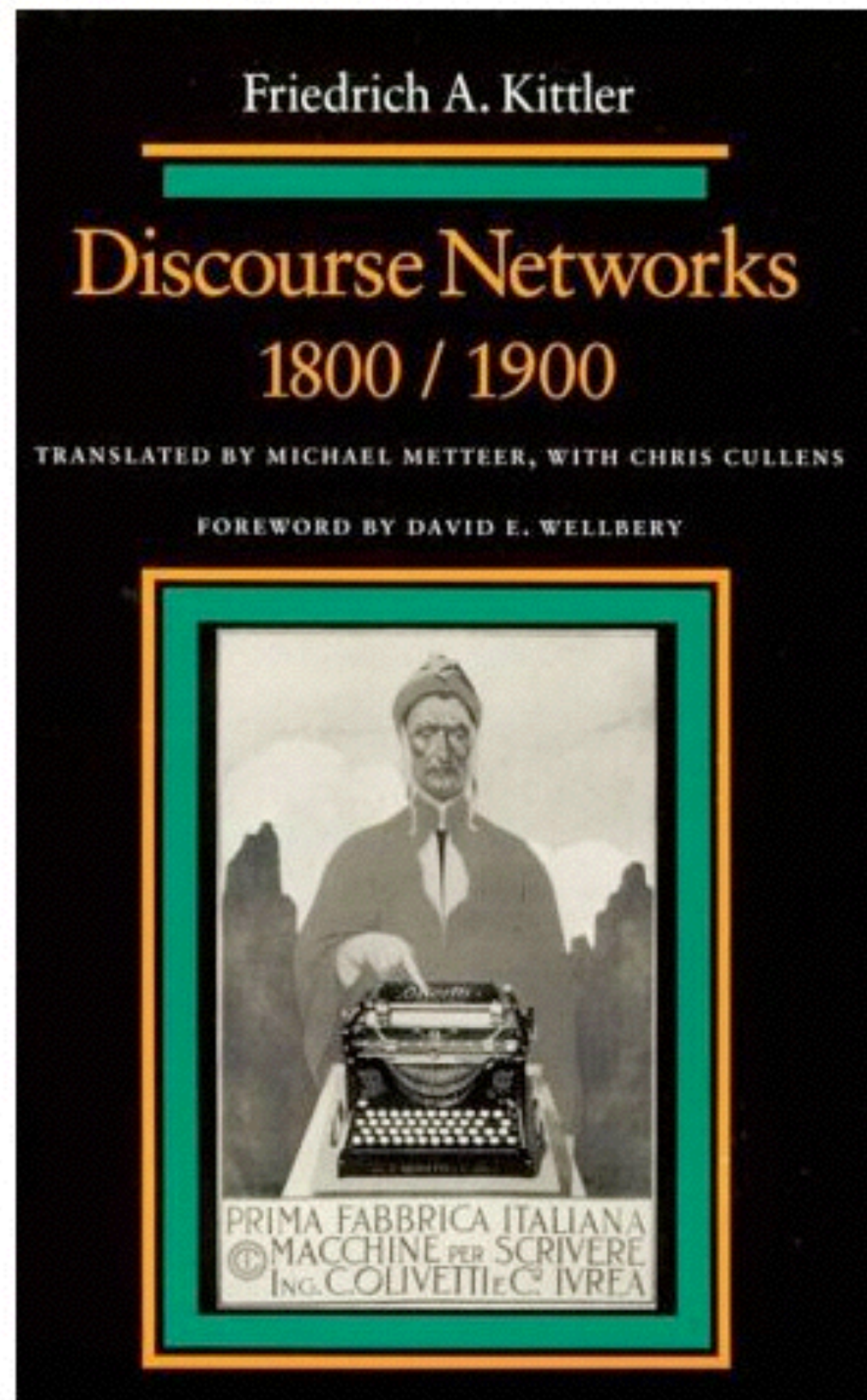
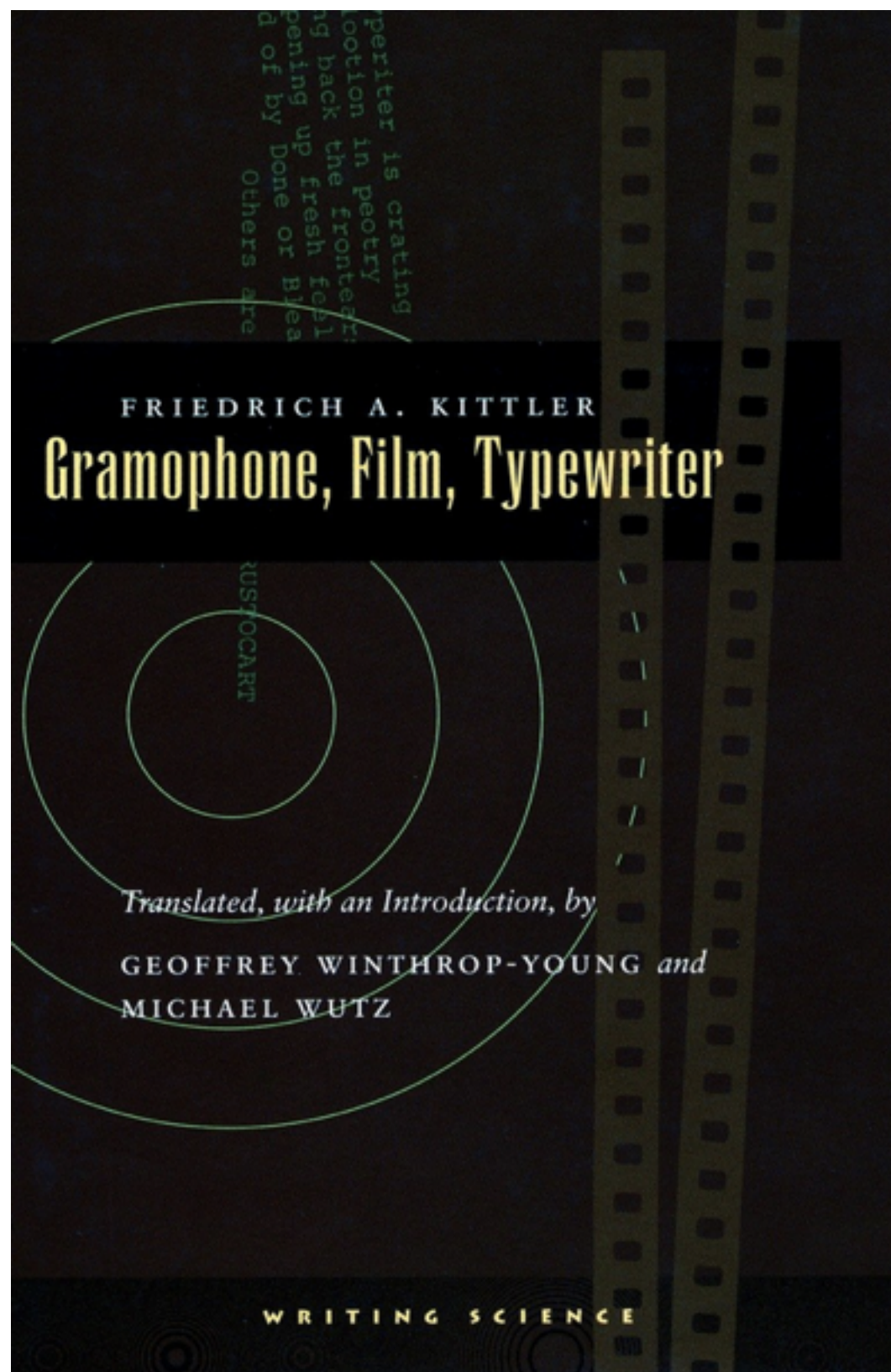
För mediearkeologen är alla arkiv alltid mediearkiv. Mediearkeologin **undergräver därför arkivets faktiska utsagor** genom att ägna uppmärksamhet åt de **mediala förutsättningar** som dessa är underställda.

Mediearkeologi

I mediet – strävar mediearkeologi generellt efter att utföra noggranna **närläsningar av teknologin** som sådan. Rigid fokus på **medieteknologier** är såtillvida ständigt återkommande.

Mediearkeologer befinner sig mer än gärna **i mediet**.

Det innebär att **mediespecificitet** är en återkommande frågeställning, ner på en högst konkret och materiell nivå.



Mediearkeologi & teknologi

Mediearkeologin är medvetet **anti-hermeneutisk**; det är inte tolkning och mening som står i centrum, snarare de mediala apparaterna själva – vilka samtliga är inskrivna i ett ***“historischen Apriori”*** – det vill säga, alla utsagor som återfinns i “arkivet” är alltid **först mediala – därefter diskursiva**.

“Media archaeology concentrates on the **nondiscursive elements** in dealing with the past: not on speakers but rather on the **agency of the machine**.” (Ernst, 2013).

Mediearkeologi & teknologi

Studier av mediebruk står därför inte högt på agendan. I en mening är alla mediearkeologer en sorts **maskinfetischistiska reduktionister**, vilka på det stora hela glömt att medier trots allt behöver subjekt och användarpraktiker för att överhuvudtaget skapa mening.

Mediearkeologin har därför ofta beskyllts för att vara **teknikdeterministisk**. Om, eller snarare när, (medie)tekniken driver samhällsutvecklingen blir människan närmast överflödig.

“Where media archaeology faces **absence and silence**, art history listens to the human voice.” (Ernst, 2013)

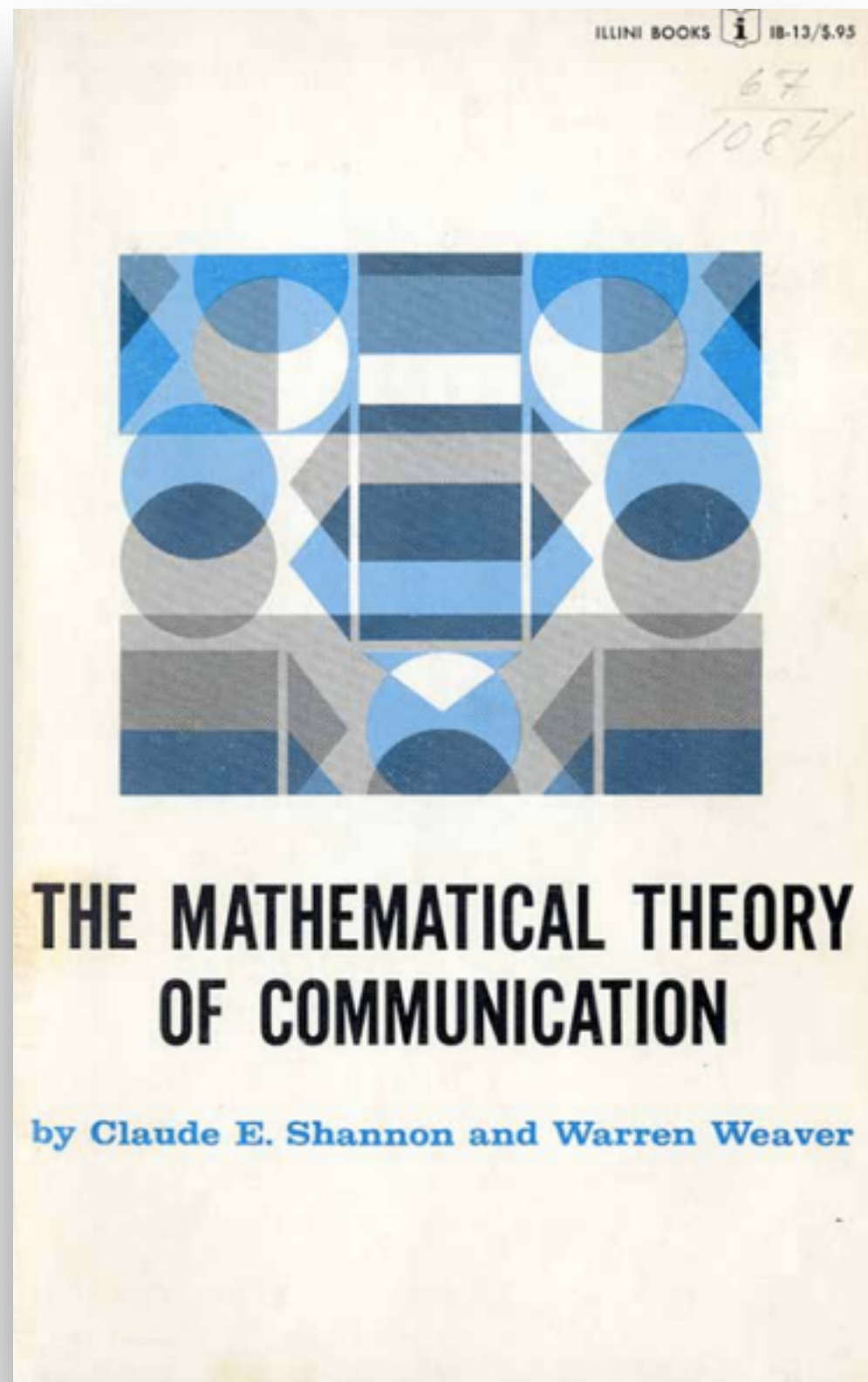
ILLINI BOOKS  IB-13/\$.95

67
1084

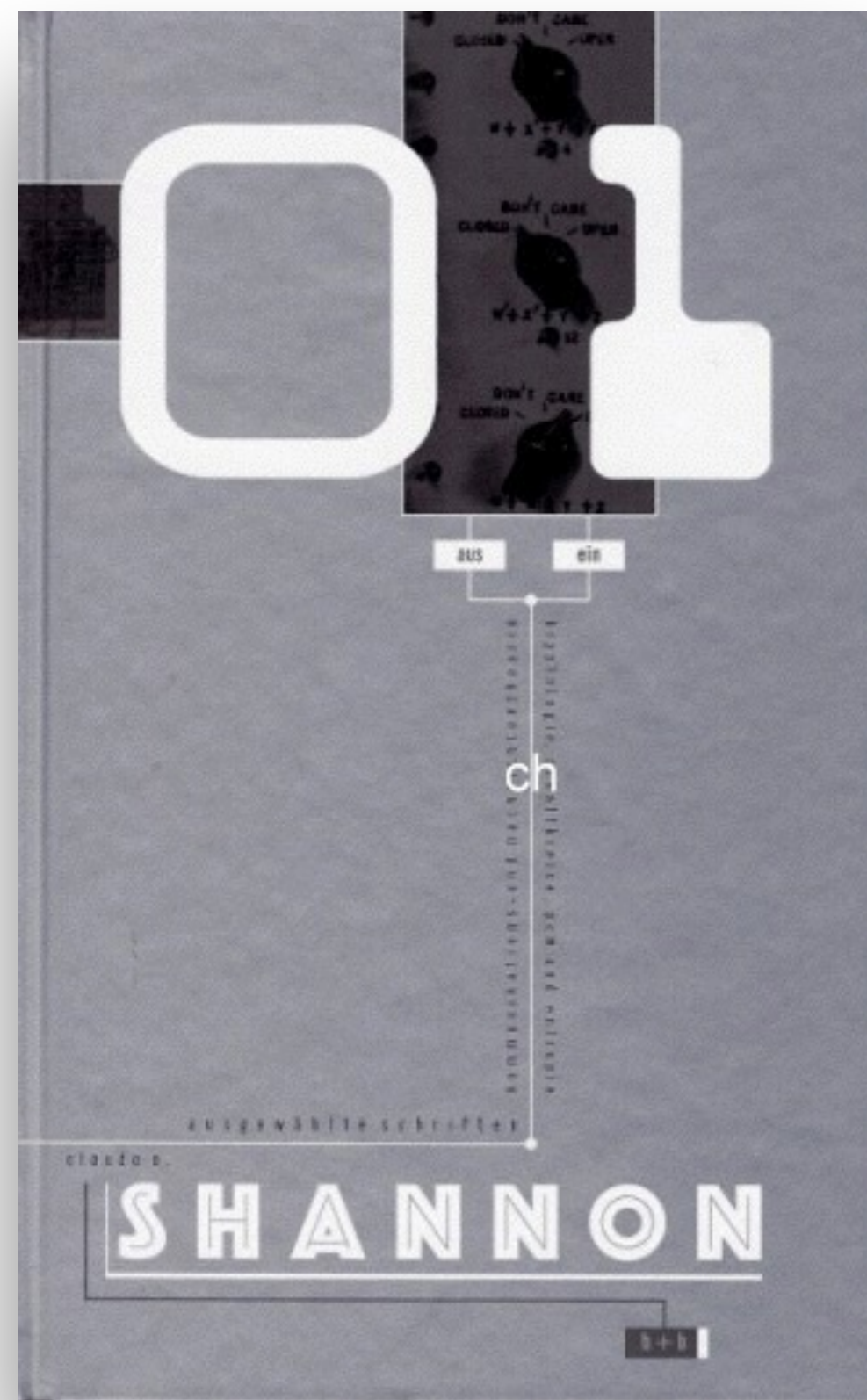
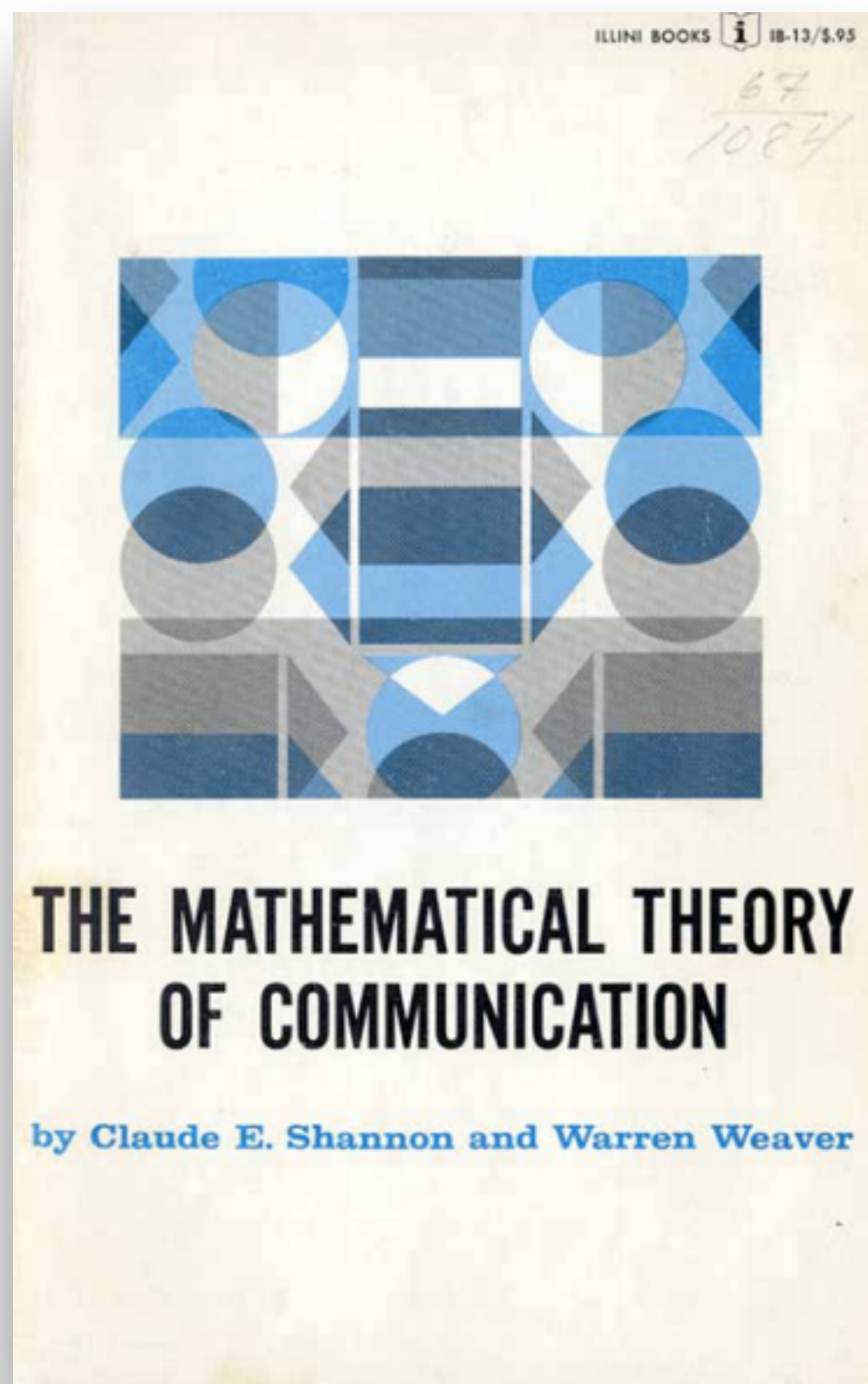


THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION

by Claude E. Shannon and Warren Weaver



"Frequently the messages have meaning; that is they refer to or are correlated according to some system with certain physical or conceptual entities. These **semantic aspects of communication are irrelevant** to the engineering problem."





– tack.

