

Kommentar fra Helle Sjøvaag: Hva er medievitenskap?

Min kommentar til boken ”Hva er medievitenskap” vil i hovedsak reflektere min oppfatning om at Ytreberg har valgt å fokusere overveiende på publikum, og hvilke mangler jeg mener dette innebærer. I tillegg vil jeg stille spørsmål om hvilke typer medie- og kommunikasjonsforskning som ekskluderes i Ytrebergs fremstilling av den medievitenskapelige forskningen.

Denne boken stiller altså spørsmålet ”hva er medievitenskap”. Min respons er formet av det faktum at Ytreberg besvarer dette spørsmålet med å ta utgangspunkt i publikum.

Denne boken har først og fremst en veldig vennlig tone. Jeg mener derfor boken treffer godt målgruppen gjennom denne formidlingsformen. Det overordnede spørsmålet som stilles i bokens kapittel 2 er altså: hvilken forskjell utgjør mediene? Dette er en god formulering av et utgangspunktet for å forklare både hva faget medievitenskap er, og grunnen til at faget oppsto.

Ytreberg åpner også boken med spørsmålet om ”ruin eller frelse”. Også dette er et godt utgangspunkt. Men igjennom hele boken besvarer Ytreberg disse to spørsmålene, om før det første – medienes virkning, og for det andre – om dette er bra eller dårlig, ut ifra et ganske ensidig fokus på mottakerne – eller publikum, eller mennesker. Det virker altså som om boken stiller egentlig spørsmålet: hva gjør mediene med oss som mennesker?

Dette blir egentlig understøttet igjennom hele boken, gjennom en vedvarende fokus på det hverdagslige. Hverdagens mediebruk, hverdagskulturen og forbrukertilværelsen er på mange måter den rollen eller tilstanden som Ytreberg tilskriver publikum. Og selv om publikum også blir omtalt som borgere i enkelte deler av boken, så foreligger det konsekvent det en ganske distinkt identifisering av mediemottakeren som mediebruker.

Fokus på publikum er særlig sentralt i kapittel 3, om medier og påvirkning. Ikke bare handler dette mye om publikumsforskningens historie, men fokuset ligger også på hvordan mediene og medieforskerne anser og omtaler publikum. Kapittelet

åpner med å omtale publikum som masse, for så å foreta en gjennomgang av publikumsforskningens pendelsvingninger mellom mediene som mektige og avmektige, før det hele avrundes med fokus på medienes interaktivitet.

Kapittel 4 om medier og kulturell verdi tar også publikum som utgangspunkt. Her blir spørsmålet om populærkulturen langt på vei siktet igjennom den kulturelle høy/lav distinksjonen. Derfor ligger og mesteparten av fokuset her på massekulturelle former.

Kapittel 5 om politikken medialisering flytter fokuset noe vekk fra denne typen myke medievitenskapelige temaer som populærkulturen, og over til bredere offentlighetsperspektiver. Igjen er fokuset hovedsakelig på opplevelsen av mediet. Temaet om journalistikkens og mediets makt ses overveiende igjennom publikums oppfattelse av de medierte formene innen journalistikken og den politiske kommunikasjonen. Alle de typisk harde temaene som eierskap, politisk økonomi og TV-debatter settes opp mot mykere, populære formater som ofte er publikumsfokus i medieforskningen – spørsmålet om det tabloide, om journaliseringen og om journalistikk og underholdning, og om hvorvidt disse tingene er bra eller dårlig for publikum og for demokratiet.

Det siste kapittelet tar for seg medieopplevelser. Her returnerer Ytreberg først til fokuset på publikum som masse, og deretter til mediene som elementer i forbrukerkulturen, til medienes plass i hverdag og høytid, og til konseptet selvmediering.

Igjennom hele boken ser jeg en overveiende fokus på mottaker av mediene – til publikum og publikums opplevelse av mediene. Så spørsmålet om hvilken forskjell mediene utgjør er for det meste knyttet til hvorvidt det gir adspredelse i livene våre i positiv eller negativ forstand. Ytreberg gjør dette uten å felle dom, noe som jeg setter pris på, men jeg synes allikevel at dette noe ensidige utgangspunktet i publikum på mange måter neglisjerer det som kanskje særlig medievitere med en samfunnsvitenskapelig tilbøyelighet ofte er opptatt av, nemlig mediene som strukturer.

Jeg tenker at spørsmålet om hvilken forskjell mediene utgjør gjerne også fordrer en besvarelse fra dette perspektivet. For mediene er jo ikke bare ulike tekstlige uttrykk som utgjør en stor del av hverdagslivet eller populærkulturen. Mediene er også store strukturer i samfunnet – store yrkesgrupper og konsern hvis organisasjonskulturer, strukturer og økonomier også påvirker hvordan vi som publikum oppfatter verden, og som inngår som strukturerende elementer i våre hverdagsliv nettopp fordi strukturene er som de er. Med andre ord, hvordan strukturene er har noe å si for hvilken forskjell mediene utgjør i våre liv.

Derfor undrer jeg litt på hvorfor Ytreberg har valgt la det siste kapittelet handle om medieopplevelser heller enn om strukturer. Selv har jeg litt vanskelig for å se hvordan det siste kapittelet egentlig løfter forklaringen på medienes betydning opp på et høyere nivå. Egentlig går Ytreberg mer tilbake til den personlige opplevelsen av mediet i det siste kapittelet, heller enn å anta et breiere samfunnsmessig perspektiv. Jeg synes dermed ikke helt at jeg fikk et fullstendig tilfredsstillende svar på det spørsmålet Ytreberg stilte innledningsvis om hvilken forskjell mediene utgjør, igjennom det siste kapittelens tematikk.

Dette er altså min hovedinnvending til hvordan medievitenskapen fremstilles i denne boken.

Og så en liten bemerkning om litteraturen. Dette er et mindre relevant poeng i forhold bokens målgruppe. Men det dreier seg om hvordan forskningshistorien er fremstilt – og om hvordan den medievitenskapelige kanon er fremstilt

Ytreberg sier innledningsvis at medievitenskapen har stått på ryggen til giganter. De gigantene forfatteren vier mye plass er i hovedsak (som kronologisk i boken): Marshall McLuhan; Jürgen Habermas; Harold Lasswell; Paul Lazarsfeld; Wilbur Schramm; Max Horkheimer og Theodor W. Adorno; Pierre Bourdieu; Walter Lippmann; Neil Postman; Lev Kuleshov; Walter Benjamin; og Benedict Anderson. Det er selvsagt mange flere som nevnes, men det er disse som får mest kudos. Og umiddelbart er det jo noen karakteristikk som melder seg når man ser på denne listen av navn. Det er i hovedsak vestlige – fortrinnsvis angloamerikanske – hvite menn vi står på ryggen til. Dette er på ingen måte Ytrebergs feil, men det er verdt å merke seg.

I historien om mediefaget, og kanskje særlig i lærebøkene – som i denne boken – ser det gjerne ut som om medievitenskapen så og si oppstår ut av intet. Dette skjer omtrent samtidig som kringkastingen egentlig får sitt store gjennombrudd og blir et virkelig massemedium. Ytreberg påpeker også dette at medievitenskapen er født av et umiddelbart engasjement. Herav følger at disse gigantene fatter en interesse for massemediene, ut ifra ulike utgangspunkt innen sine respektive fagfelt, og at dette utgangspunktet videre har ført til medievitenskapens tverrfaglighet.

Det som undrer meg – gitt at Ytreberg etablerer medievitenskapens tverrfaglighet på denne måten – er hvorfor forfatteren ikke følger dette tverrfaglige utgangspunktet mer til endes. Jeg savner derfor at Ytreberg omtaler bredere medievitenskapens akademiske utvikling i løpet av de siste årene, da særlig med tanke på de ulike fagretningene som på ulike vis dulter bort medievitenskapen. Mye av det vi omtaler som ”kommunikasjonsforskning” her til lands antar en mye breiere definisjon andre steder i verden. I forlengelsen av dette kunne det derfor også vært interessant å se en diskusjon omkring hva vi legger i alle de ulike ordene vi bruker for å navngi fagfeltet, all den tid vi fortsatt kaller våre institutter for ganske vidt forskjellige ting.

Til slutt vil jeg komme med en bemerkning om mitt eget utgangspunkt som kommentator. Jeg har en slik medieutdannelse at jeg har medievitenskapelige vekttall både fra HF-fakultetet, fra Samfunnsvitenskapelig Fakultet, og til og med litt journalistikkutdanning. Så jeg burde ha god forutsetning for å gjenkjenne nær sagt alt som står i denne boken – noe jeg også gjør. Og jeg kjenner meg til og med *igjen* ett sted i boken – riktig nok ikke før ganske langt uti. Nærmere bestemt på side 98. Dette synes jeg tross alt er ganske godt gjort av forfatteren. For idet vi alle rir våre egne kjepphester som lesere av ”Hva er medievitenskap”, så er det gitt av bokens format at ikke alle vil finne seg selv.

På tross av at boken er skrevet med et blikk ”fra utsiden” av mediene, og at dermed blikket ”fra innsiden” på mange måter mangler, synes jeg Ytreberg har klart å få med mange aspekter ved medievitenskapen. Jeg lærte til og med noe nytt.