

Om å tegne medievitenskapens konturer¹

ESPEN YTREBERG

Vi medieforskere opererer med iallfall tre slags anledninger der vi tar for oss medievitenskapens konturer, hva faget rommer og hva det bør romme. Med jevne mellomrom gis det ut antologier og særnummer av tidsskrifter som drøfter fagets tilstand, fortid og framtid. Ikke sjelden er de knyttet til konferanser der ”state of the art” diskuteres. I tillegg til disse to typene faglig forum kommer de pedagogiske utgivelsene. Også her foregår en normgivende definering av konturene, om enn oftest mer implisitt. Jeg har tatt på meg å skrive autoritativt om medievitenskapens konturer, i boka *Hva er medievitenskap*, som kom ut på det norske Universitetsforlaget i 2008. Dermed har jeg tatt på meg å tegne medievitenskapens konturer for utenforstående, noe som ikke er helt det samme som å gjøre det i forhold til kolleger. Men uvegerlig må man også stå til ansvar for dem. Serien har dessuten ambisjoner også overfor fagets egne; den skal både gi ”nybegynneren stimulerende møter med ukjente tema, og den viderekomne nye perspektiver”, slik det heter i forlagets egenreklame.²

Det er svært krevende, selv for de erfarne av oss, å skulle snakke på vegne av medievitenskapen som sådan. I arbeidet med boka *Hva er medievitenskap* har jeg likevel forsøkt, etter beste evne. Nordicom har satt andre til å vurdere hvor vellykket forsøket er. Det jeg vil gi til beste her, er en redegjørelse for noen av de sentrale valgene jeg gjorde, og noen tanker om selve det å være i en slik definerende posisjon. Jeg vil også diskutere av det å henvende seg ut over medieforskernes rekke, til en leser som ikke vet hva medievitenskap er men ønsker å få det forklart, kort og klart. Det å svare på et slikt behov, har krevd at jeg prøver å sette meg inn i tenkemåten til en lekmann, en som ser medievitenskapen utenfra. På mange måter har det vært en like lærerik del av arbeidsprosessen som det å sette seg inn i deler av medievitenskapen som jeg ikke var fortrolig med på forhånd.

Oppdraget

Hva er medievitenskap er en av snart 30 utgivelser i Universitetsforlagets ”Hva er”-serie. Den er inspirert av salgssuksessen Oxford University Press har hatt med sin serie av kort-bøker, ”A very short introduction to ...”. I universitetsforlagets serie er det utgitt fagintroduksjoner over et bredt spekter som blant annet inkluderer litteraturvitenskap, sosiologi, psykologi, medisin og biologi. Begge disse seriene har hatt som bærende salgsidé å kombinere vitenskapelig tyngde med leselighet i et kortformat.

Man søker ikke bare en tilgjengelig skrivestil i fagformidlingens navn, men også en dimensjonering som nærmer seg håndbokformatet og dermed er tilpasset hverdagslige leseanledninger – på bussen, på senga, og lignende. For at alle bøkene skal fylle seriens felles krav, har Universitetsforlaget utviklet en egen mal. Hver bok skal være på 130 sider i pocketformat, den skal ha fem til sju kapitler, ikke mer enn 100 fotnoter og ikke fotnoter i løpende tekst.

To valg som preger *Hva er medievitenskap* følger nokså direkte av denne pålagte malen. For det første gir den ikke plass til noen utfyllende oversikt over tradisjonene og forskningsområdene i medievitenskapen – slik man finner for eksempel i Jostein Gripsruds *Mediekultur, mediesamfunn* (2007) eller *Medier og kultur* av Drotner, Jensen, Poulsen og Schrøder (1996). Mitt svar på mengdebegrensningen har vært å skrive en tekst som gir noen summerende karakteristikk av hva medievitenskapen er, og som deretter følger opp med eksempler. Den åpner inngangsdøra, så å si, og gir noen vitale mål for bygningen, men den gir ikke noen omvisning i alle rommene og ikke noe inventorium over alle møblene. Det andre valget som følger av malen, er den essayistiske stilen, som forsøksvis skal appellere til unge og til lekfolk.³ Når en bok skal skrives med tanke på slike grupper, kan den vanskelig fordype seg i interne fagdebatter. Men selvfølgelig er det slik at en bok som skal svare på spørsmålet om hva medievitenskap er, uvegerlig må gjøre faglige valg som vil være diskutabile blant mine kolleger. Om noe gjør kortformatet valgene mer brutale og dermed mer diskutabile.

Hva er en medieforsker?

Gjennom arbeidet med denne boka har jeg forsøkt å jobbe med et spørsmål som har opptatt meg også før jeg fikk dette skriveoppdraget: Finnes det noe slikt som et medieforsker-blikk? Har vi noen særlige briller på som gjør at vi ser annerledes på verden enn andre vitenskapsfolk gjør? Det at jeg spør meg selv om noe slikt, har mye å gjøre med erfaringer jeg har hatt med det å skulle forklare for lekfolk hva jeg som forsker mener om mediene. Da har jeg ofte en følelse av å se på sakene med et ganske annerledes blikk enn de gjør, og det har med selve perspektivet å gjøre, ikke bare med sakkunnskap. La meg ta et eksempel fra et område jeg har arbeidet en del med, reality TV. I samtale med lekfolk er holdningen min til deltakerne i slike programmer oftest atskillig mer liberal enn den andre inntar. De mener gjerne at det dreier seg om en framvisning av ekshibisjonisme og overfladiskhet. Jeg er opptatt av at motivene for å være med er svært forskjelligartede, og at mange av dem er ganske så forståelige, hvis man tar seg bryet med å se nærmere på saken. Når det gjelder de som lager reality-TV-programmer, vet lekfolkene jeg treffer ikke noe særlig om dem, og de virker heller ikke så interesserte. Jeg er på min side spesielt opptatt av nettopp reality-TV-produsentene, hva slags valg de gjør, hva slags ansvar de har for deltakerne og hvordan produksjonen av reality TV fører produksjonsteamet inn i forskjellige typer dilemmaer.

Jeg har altså et nokså annerledes blikk på reality-TV enn lekfolk jeg diskuterer sjangeren med; jeg ser andre ting, og finner andre ting viktig. Denne forskjellen synes jeg at jeg merker også i forholdet til forskere fra andre fag. Mitt arbeidssted, Institutt for medier og kommunikasjon, er en del av Universitetet i Oslos Humanistisk Fakultet. I mine samtaler med forskere fra de andre humanistiske fagene fornekter jeg tidvis den holdning at deltakelse i reality TV ikke bare er uttrykk for noe overflatisk og ekshibisjonistisk, men også at noe slikt ikke er særlig viktig å forske på i det hele tatt.

Slike erfaringer bidrar til min tro på at det finnes et eget medievitersblikk. Jeg tillater meg å mene at dette er et premiss vi i praksis godtar hele tiden, når vi inviteres til å holde foredrag og opptre i mediene, i kraft av å være medievitere. I våre interne fora er situasjonen en annen. Der har motstanden mot å definere noe eget i positive termer lenge vært utbredt. Spørsmålet om medievitenskapen er et egentlig fag eller heller et tverrvitenskapelig felt har det vært mye fagdebatt og uenighet om i forskningen internasjonalt (jfr. Herkman 2008: 96). Den kanskje mest kjente debatten foregikk i de to temanummere av *Journal of Communication* (1983, 1993a, 1993b), under overskriftene ”Ferment in the Field” og ”The Future of the Field”. Mitt inntrykk er det å se på medievitenskapen som et felt – ikke et fag – tradisjonelt har vært mest utbredt. Forskere som står for en felt-tilnærming, ser helst på medievitenskapen som et emneområde der et antall vitenskapelige tilnærminger møtes og i noen grad overlapper. Synspunktet ble senest framført i *Nordicom Review* av Kaarle Nordenstreng (2007). For å sitere en feltmetaforikk som har vært mye framme i de interne fagdebattene: Medievitenskapen er ingen egen vei, den er snarere et veikryss, et åsted der veier møtes. Hvis man følger denne argumentasjonen, er medievitenskapen noe en forsker kommer til, ut fra en annen faglig tilhørighet. Den er også noe en forsker i gitte tilfeller kan returnere til moderfaget sitt fra. Derimot er et veikryss i begrenset grad noe selvstendig oppholdssted.

Kjerneområder for innsikt

Jeg valgte derimot å ta som utgangspunkt at medievitenskapen er noe mer enn et veikryss. Utfordringen fra forlaget var å forklare, kort og forståelig, hva som særkjenner medievitenskap. Jeg hadde lite lyst til å svare at faget i seg selv ikke sto for noen særskilt kunnskap. Jeg så for meg hva den naturlige oppfølgeren fra en lekperson ville bli: Hva er da poenget med et eget fag, med egne institusjoner, kandidater og grader?

Det er også flere faglige grunner til min skepsis. Jeg finner det feil å ikke legge vekt på den samlede innsikten produsert i en institusjonell tradisjon som er iallfall 70 år, hvis vi regner amerikanske ”mass communication”-studier som de første institusjonaliserte medievitenskapelige miljøene. Riktignok har forskningen vært spredt i disse sytti årene, men den har også hatt sine sentrale områder av innsikt, slik jeg ser det. Jeg valgte å dele boka i to hoveddeler etter en innledning som setter framveksten av medievitenskapen i en historisk sammenheng. Første hoveddel tar for seg tre slike sentrale innsikter som medievitenskapen har kommet fram til. De tre innsiktene er at mediene former kommunikasjonen, at de former hverdagen og at de former offentligheten. Medienes forvandling av kommunikasjonsprosessen er et område for innsikt som særlig Marshall McLuhan var sentral i å dyrke opp. Derfor er han sentral i boka mi, selv om han sa mye rart og var en ”manisk overdriver”, som Raymond Williams formulerte det. Mye kan man mene om en formulering som ”the medium is the message”, men jeg tror ikke vi kommer unna at denne tankefiguren ligger bak svært mye av det vi tenker om hvordan forskjellige områder av samfunnet og menneskelivet blir ”mediatisert”. Raymond Williams er den sentrale skikkelsen når jeg skriver om hvordan mediene preger hverdagslivet – og også når jeg skriver om hvordan mye av medievitenskapen preges av en utpreget interesse og respekt for folks hverdagsliv. Når det gjelder hvordan mediene preger offentligheten er Jürgen Habermas den sentrale referansen.

Så kan man innvende at ingen av disse tre var medievitere i streng forstand. Men det de gjorde, var jo å gi impulser til forskningsområder som har etablert seg selv og sine innsikter gradvis innenfor medievitenskapen. I forlengelsen av McLuhan og

Toronto-skolen finner man fenomenologiske og mediesosiologiske tilnærminger innen medievitenskapen der spørsmålet om mediers iboende egenskaper har blitt applisert analytisk og revidert teoretisk. I forlengelsen av Williams står den medievitenskapelige resepsjonsforskningen, som har bygd opp kunnskapene våre om de mange og intrikate sammenhengene mellom medieforbruk, familie, vennskap og samfunn. I forlengelsen av Habermas finner man en levende medievitenskapelig tradisjon for kritisk forskning på hvordan mediene er involvert i å forme lokale, nasjonale og globale offentligheter.

Jeg tror medievitenskapen har nådd et slags vendepunkt på alle disse tre områdene. Det skjedde da forskerne ble i stand til å hevde at mediernes andel i å forme kommunikasjonen, hverdagen og offentligheten faktisk ikke kan reduseres til noe marginalt tillegg. I dag er medieviterne i stand til å si overfor andre vitenskapsfolk at det rett og slett ikke er mulig å forstå noen av disse tre områdene på en god måte, uten å forstå de ganske grunnleggende måtene mediene preger dem på. Det er helt sentrale innsikter medieviterne ser, og disse innsiktene er ganske vel etablerte gjennom mange tiår med forskning. Det er min viktigste grunn til å ville snakke om medievitenskap som et eget fag. Mangelen på en egen metodikk synes jeg ikke er avgjørende; noe slikt mangler jo også for eksempel i sosiologien.

Nærheten til offentlig opinion

Samtidig er det uten tvil en forskjell på det å være en 70 år gammel vitenskap – i Norge bare omtrent 30 – og det å tilhøre en av de mange human- og samfunnsvitenskapene som ble etablert i løpet av 17- og 1800-tallet. I boka har jeg lagt vekt på det jeg ser som to særlige kjennetegn ved medievitenskapen: det at den er utpreget tverrvitenskapelig, og det at den lever i et særlig nært forhold til offentlig opinion. Når det gjelder forholdet til offentlig opinion, skriver jeg i bokas introduksjonsdel om tida da medievitenskapen først ble institusjonalisert, på 1930- og 40-tallet i USA. Det skjedde jo i en tid preget av samfunnsmessig polarisering og ustabilitet, med sterk frykt og store forhåpninger til hvordan massemediene skulle påvirke samfunnet. Som eksempel siterer jeg lederen i første nummer av *Public Opinion Quarterly* fra 1937:

A new situation has arisen throughout the world, created by the spread of literacy among the people of the miraculous improvement of the means of communication. Always the opinions of relatively small publics have been a prime force in political life, but now, for the first time in history, we are confronted nearly everywhere by *mass* opinion as the final determinant of political, and economic, action. Today public opinion operates in quite new dimensions and with new intensities; its surging impact upon events becomes the characteristic of the current age – and its ruin or salvation?

Formuleringen ”ruin eller frelse” sier mye om samfunnsklimaet som den institusjonaliserte medieforskningen ble til i. Da jeg leste dette sitatet, slo det meg som et utpreget trekk ved medievitenskapens institusjonalisering at den har skjedd med samfunnets frykt og håp som referansepunkt. Det slo meg også hvor langt på vei denne agendaen fremdeles gjør seg gjeldende – til tross for at tiden er en annen nå enn i 1937, og til tross for at forskningen er en annen. Det er bare å se på hvordan dagens offentlige debatt om de digitale mediene preges av en lignende blanding av frykt og håp. På håp-siden står visjonene om ”digitalt demokrati”. På frykt-siden har vi medieoppslagene om mobbing

via tekstmeldinger og tenåringsgutter som ødelegger det sosiale livet sitt med ubehersket bruk av dataspill.

Det framstår for meg som både noe ganske interessant og distinkt, dette at medieforskerne før og nå lever såpass tett opptil dynamikken og svingningene i den offentlige opinionen. Det har gitt den et distinkt anvendt preg, som Robert T. Craig (2008) har pekt på. Når jeg skulle velge ut som eksempler noen forskningsområder fra medievitenskapen til nærmere behandling i den andre hoveddelen av boka, så prioriterte jeg derfor områder som har vært ganske tydelig preget av et normativt forventningstrykk fra den offentlige opinionen. Jeg starter med det mest opplagte eksemplet, som er påvirkningsstudiene og spørsmålet om sammenhenger mellom mediebruk og vold, særlig blant barn og unge. Så er det et kapittel i boka om mediene og kulturell verdi, der jeg tar for meg hvordan medievitenskapen har blitt til dels i dialog med og dels i motsetning til etablerte kulturelle hierarkier i samfunnet, som forholdet mellom det høye og det lave. Og så er det et kapittel om mediene og politikken, også det et område preget av sterke forestillinger i opinionen om hvordan mediene underminerer muligheten for en sunt fungerende politisk sfære.

Noe av det mest interessante med å skrive disse kapitlene, er at jeg fikk muligheten til å skrive en slags antydning av en faghistorie samtidig. Historien om hvordan forskningen etableres og utviklet seg på disse områdene er historien om hvordan et visst normativt preget trykk i samfunnet er med på å drive fram armslag for forskning og muligheter til institusjonalisering av noe som blir kalt medievitenskap. Så blir historien om institusjonalisering etter hvert til en historie om hvordan forskerne opparbeider en delvis autonomi i forhold til samfunnet. Det gir dem muligheter til å sette andre, mer internfaglige spørsmål på agendaen. Den forbeholdne medievitersposisjonen i forhold til spørsmål om mediepåvirkning, ser jeg for eksempel som resultat av en slik delvis autonomi. Jeg tenker på den posisjonen der medeviteren ikke avviser at negativ påvirkning kan finne sted, men samtidig legger vekt på at sammenhengene er usikre og at andre faktorer enn medieeksponering i regelen vil være viktigere for å forklare voldelig atferd. Altså: man avviser ikke borgernes rett til å være bekymret, men man forsøker å forklare noen usikkerheter og å fremme noen andre perspektiver. Jeg har sett på boka som en mulighet for å forklare nettopp slike delvis autonome posisjoner, forklare hvorfor medieviterne inntar dem og hva slags dilemmaer de innebærer, uten å be om unnskyldning av den grunn.

Tverrvitenskapelighet

Jeg nevnte tverrvitenskapeligheten som et sentralt kjennetegn ved medievitenskapen. Det er helt åpenbart slik at medievitenskapen alltid har vært avhengig av innsikter fra andre tradisjoner og vitenskaper. Mange av medieforskningens klassiske bidrag stammer ikke bare fra andre fag, men også fra tiden før den institusjonaliserte medieforskningen. To prominente eksempler på det siste i boka mi er Walter Benjamins *Passasjeverk* og *Public Opinion* av Walter Lippman.

Det er lett å tenke seg institusjonaliseringen av medievitenskapen som et forsøk på å fri seg gradvis fra denne tverrvitenskapelige situasjonen, fri seg fra lånet av andres teorier og metoder, for så å si å bli selvforsynt. Jeg tror det er delvis riktig, men bare delvis. Det *har* funnet sted en form for selvstendigjøring, og en tettere faglig integrering innenfor medievitenskapen. Den har vært viktig for å vinne de sentrale innsiktene som jeg framhever i *Hva er medievitenskap*. Samtidig har denne utviklingen gjort medi-

eviterne i stand til å gjøre noen distinkte grep når det gjelder metodekombinering. Det kombinerte studiet av tekster og produksjon, og av tekster og resepsjon, er for eksempel blitt noe av et særkjenne for medievitenskapen. Den som leser sentrale bidrag innenfor produksjons- og resepsjonsforskningen som kombinerer empirisk basert innsikt både i tekster og kontekster, vil se at kombinasjonen er mye mer enn summen av de enkelte delene. For resepsjonsforskningen gjelder det for eksempel Janice Radways *Reading the Romance*, for produksjonsforskningen blant andre Bordwell, Staiger og Thompsons *The Classical Hollywood Cinema*. Begge tradisjoner kan sees som former for pragmatisk tilnærming, i den forstand at tekster forstås i lys av sosiale (produksjons- og resepsjons) kontekster som er med og gir dem mening. At pragmatisk tankegods var sentralt i en tidlig fase av medievitenskapens institusjonalisering har Hanno Hardt (1992) vist. I en nordisk sammenheng er det Klaus Bruhn Jensens (1995) fortjeneste å ha pekt på den helt sentrale betydningen av pragmatikken for studiet av den medierte kommunikasjonens semiotikk. I de senere årene ser en pragmatisk form for semiotikk ut til å bli mer og mer toneangivende i medievitenskapen. Den ligger for eksempel under de forskjellige variantene av medievitenskapelig diskursanalyse og i mange av de studiene som nå gjøres av performativitet i medier. Her ligger om ikke en faglig kjerne så iallfall et teoretisk tyngdepunkt som jeg ikke har sett artikulert på samme vis i andre fag.

Samtidig tror jeg det er riktig å si at medievitenskapen alltid har vært et tverrvitenskapelig prosjekt, der folk med bakgrunn i forskjellige fagfelt finner sammen for å undersøke en spesielt interessant eller presserende side ved mediene og medieutviklingen. Det finnes gode grunner til at det stadig blir slik, og de har igjen å gjøre med den offentlige opinionen som preger medievitenskapen med sin frykt og sitt håp. Lenge har det vært slik at nye, skritt i medieutviklingen blir oppfattet som en utfordring av uante dimensjoner mot samfunnet. Denne forestillingen avføder tanken om at det må et ganske særlig kunnskapsløft til for å forstå medenes virkninger, et løft som krever at man går ut over etablerte fagskiller og prøver å få et grep på bredere front om hva som skjer. Også i dag, når medieforskernes oppmerksomhet har vendt seg mot digitale medier, inngås slik bredt tverrvitenskapelige allianser.

Hvis man ser på medieforskningens historie, finner man at tverrvitenskapelige fagmiljøer har stått for helt sentrale bidrag fra i dag og helt tilbake til medievitenskapens begynnelse. Det gjaldt Birmingham-skolen på 80- og 70-tallet, som utviklet cultural studies-tradisjonen. Det gjaldt Toronto-skolen på 60-tallet, som utviklet den mediesentretre teorien. Og så har vi de tre store, tverrvitenskapelige miljøene fra midten av forrige århundre: Frankfurterskolen, Bureau of Applied Social Research ved Columbia University og Office of Communication ved University of Chicago. Det som slår meg når jeg leser om disse miljøene i ettertid, er hvor vidt de favnet over human- og samfunnsvitenskapelige tradisjoner, over kritiske og administrative tilnærminger. Det var mange motsetninger, men det var mye samarbeid også. Jeg er særlig opptatt av Chicagoskolen, kanskje det aller tidligste medievitenskapelige forskningsmiljøet. Der fant man kvantitative surveyforskere, tekstanalytikere og etnografer – alle innenfor rammene av det tverrvitenskapelige samarbeidsinitiativet som het School of Communication (Wahl-Jorgensen, 2004). Slik jeg ser det, har både det bredt tverrvitenskapelige samarbeidet og den fagintegrerende agendaen bidratt til å plassere oss der medievitenskapen er i dag: Vi kombinerer en pragmatisk interesse for forholdet mellom tekster og kontekster med en forståelse av det man nå gjerne kaller mediers ”affordances”.

Fordi vi har denne ubrutte tradisjonen for bredt tverrvitenskapelig samarbeid, er det neppe riktig å snakke som om slikt samarbeid er noe medieviternerne drev med før, men

har gått bort fra nå for å forfølge en snevrere fag-agenda. Det siste viktige eksemplet på en slikt bredt tverrfaglig utvikling har som nevnt kommet som respons på de digitale mediens frammarsj. Også her møter vi utbredte forestilinger i samfunnet rundt om at det dreier seg om en veritabel revolusjon. Denne oppbrakte tilstanden i offentlig opinion konverteres til prosjektutlysninger som gjør det mulig for medievitere, informasjonsvitere og forskere fra andre nabovitenskaper å finne sammen i nye prosjekter og institusjoner. Jeg har merket meg at noen medieviterkolleger er bekymret over at det kastes for mye penger etter forskningen på de nyeste, mest aktuelle mediene, slik at nivået senkes og det hele får preg av en slags akademisk mote (se f.eks Carlsson 2007, Waldahl 2007). Nå er det jo ikke bra verken med nivåsenkning eller motepress. Men hvis dette er noe problem, tror jeg ikke vi bør tenke at det er noe særskilt for medieforskning på dagens mest aktuelle medier. Det å gå etter midler som er utlyst for å svare på umiddelbare kunnskapsbehov i samfunnet, er noe medieforskere alltid har drevet med. Det ligger i det tette forholdet vi alltid har hatt til offentlig opinion. Denne tettheten har forøvrig også sine fordeler. I en forelesning jeg overvar, sa den berømte norske antropologen Fredrik Barth en gang noe som gjorde inntrykk på meg: Den vitenskapen som slutter å hente problemstillingene sine fra det folk i samfunnet rundt forskningen er opptatt av – det er en vitenskap i trøbbel.

Innenfra og utenfra

Jeg har lagt merke til et skille mellom to typer medieforskere som jeg tror tenderer mot å oppfatte medievitenskapen nokså forskjellig. Det dreier seg om forskjellen mellom på den ene siden de med utdanning innenfor et annet fag, og de som er utdannet som medievitere. Har man et annet fag ”i bunnen”, som det heter, er det nærliggende å bruke det fagets etablerte metoder, teorier og kanoniske forskningsbidrag som forankring. Derfor tenderer de mot å snakke om medievitenskapelig fagintegrering som noe som kan ”gå for langt”. De er opptatt av inkluderings- og ekskluderingsmekanismer, av om medievitenskapen ”lukker seg” eller ”forblir åpen”. I norsk medievitenskap har denne tilnæringsmåten et tyngdepunkt blant generasjonen som etablerte medievitenskapen institusjonelt, på det sene 1980- og tidlig 1990-tallet. Jeg skal riktignok vokte meg for å gjøre dette til for mye av et generasjonsspørsmål. Jeg synes jeg merker en lignende måte å tenke på også blant en del yngre forskere som kommer til medievitenskapen fra andre fag.

Selv har jeg en sterk følelse av å tilhøre den andre typen medieforsker, de som er medieforskere fra bunnen av. Jeg tilhører et av de første kullene som startet på grunnfag (nå starter man på bachelor) i medievitenskap ved Universitetet i Oslo. Da jeg begynte å studere medievitenskap, forventet jeg at faget sto for egne innsikter, noe faglig distinkt, slik jeg også forventet av de andre fagene jeg tok. Når jeg skriver om sentrale medievitenskapelige innsikter i *Hva er medievitenskap* vel tjue år etter, er det dermed ikke bare fordi jeg saklig og substansielt sett mener at de er der. Hvis jeg ser nærmere etter hos meg selv, er jo dette en forventning jeg alltid hadde, en forventning som jeg kom til faget med, som jeg fortsatt har og synes er rimelig når jeg merker den hos lekfolk. Jeg skal være forsiktig med å påstå at vi som er medieforskere fra bunnen av har et perspektiv på medievitenskapen som er bedre eller mer korrekt enn de som har forankring i andre fag. Men det er annerledes; for meg er det naturlig å søke svar på problemer og mangler i dagens medievitenskap gjennom intensivert innsats for å utvikle den samme

vitenskapens innsikter mer samlet og mer distinkt. Det var som en slik mediefaglig innfødt jeg skrev *Hva er medievitenskap*.

Noter

1. I en artikkel som denne, der mange av medie- og kommunikasjonsvitenskapens kunnskapsområder bare kort kan nevnes, ville en streng refereringspraksis fort gjøre referanselista mye lengre enn artikkelen. Derfor ber jeg om overbærenhet for at jeg bare referer til lærebøker, faghistorier og til debattbidrag om medie- og kommunikasjonsvitenskapens konturer.
2. http://www.universitetsforlaget.no/boker/hva_er/ (sist konsultert 03.04.09)
3. En interessant parallell med hensyn til dimensjoner og språk er Silverstone (1999), som i tillegg byr på en original tematisk ordning av medie- og kommunikasjonsvitenskapens kunnskapsområder.

Referanser

- Carlsson, Ulla (2007) "Media and Mass Communication Research Past, Present and Future: Reflections from a Nordic Horizon", *Nordicom Information* 29(2): 223-229.
- Craig, Robert T. (2008) "Communication as a Field and Discipline", i Wolfgang Donsbach (red.) *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell Publishing, Blackwell Reference Online: http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g9781405131995_ss75-1 (sist konsultert 03.04.09)
- Drotner, Kirsten, Klaus Bruhn Jensen, Ib Poulsen og Kim Schröder (1996) *Medier og kultur: en grundbog i medieanalyse og medieteor*. København: Borgen.
- Gripsrud, Jostein (2007) *Mediekultur; mediesamfunn*, 3. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hardt, Hanno (1992) *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*. London: Routledge.
- Herkman, Juha (2008) "Current Trends in Media Research", *Nordicom Information* 30(1): 85-98.
- Jensen, Klaus Bruhn (1995) *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage.
- Journal of Communication* (1983) "Ferment in the Field." 33(3).
- Journal of Communication* (1993a) "The Future of the Field I – Between Fragmentation and Cohesion." 43(3).
- Journal of Communication* (1993b) "The Future of the Field II – Between Fragmentation and Cohesion." 43(4).
- Nordenstreng, Kaarle (2007) "Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research", *Nordicom Information* 29(2): 211-222.
- Public Opinion Quarterly (1937) "Foreword", i John Durham Peters og Peter Simonson (red.) *Mass Communication and American Social Thought: Key Texts, 1919-1968*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Silverstone, Roger (1999) *Why Study the Media?* London: Sage.
- Wahl-Jorgensen, Karin (2004) "How Not to Found a Field: New Evidence on the Origins of Mass Communication Research", *Journal of Communication* 54(3): 547-564.
- Waldahl, Ragnar (2007) "Tvangsekteskapet som fødte en gjøkunge. Noen betraktninger om IMKs utvikling", i *Mediert*, jubileumsnummer til IMKs 20-årsjubileum, 30.-31. august 2007.

ESPEN YTREBERG, Dr.art., Professor og Instituttleder, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo, espen.ytreberg@media.uio.no