

MedieKultur 26

1997

© Copyright: Forfatterne og MedieKultur
Omslag: John Adam Lindeballe, MAA, IDD

Tryk: Werk's Offset, Aarhus
ISSN 0900-9671

Redaktion

Lisbet Borker, Øregård Gymnasium
Hanne Bruun, Aarhus Universitet
Christian Jantzen, Aalborg Universitet
Per Jauert, Aarhus Universitet
Karen Klitgaard Poulsen, Aarhus Universitet
Henrik Søndergaard, Københavns Universitet (ansvarshavende)
Thomas Tufte, Københavns Universitet

Redaktions- og tidsskriftadresse

MedieKultur
Niels Juelsgade 84
8200 Aarhus N.
Tlf. 89421925 (kl. 9-15)

Giro

4 10 62 96

Priser

Abonnement for 1995/96 (nr. 25+26): 160 kr., for 1996/97 (nr. 27+28): 160 kr.

Enkeltnumre: 90 kr.

MedieKultur nr. 1, 2, 3, 10, 14 og 15 er udsolgt (se temaoversigten bagerst i dette nummer)

Nummer 14-26: Ved køb af mindst 5 numre i samme bestilling: 50 kr. pr. eksemplar. Nummer 4-13: 30 kr. pr. eksemplar. Ved køb af mere end 2 numre: 20 kr. pr. eksemplar. Tidligere numre af det gamle Massekultur og medier: 20 kr. pr. eksemplar.

Abonnement og enkeltnumre bestilles ved at indbetale beløbet på ovennævnte giro og angive de ønskede numre.

Udgiver

Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark

Indledning

Mange har i de seneste år hævdet, at massemedi-erne er på vej ud, og at de vil blive afløst af nye kommunikationsformer, som ikke har de gamle mediers snærende begrænsninger. Synspunktet er bl.a. fremsat af George Gilder, som i *Life after Television* (1990) indvarsler fjernsynets død med opkomsten af 'telecomputeren', som forbinder telefon og computer. Om denne udvikling også vil føre til medieforskningens død, er nok tvivlsomt, men der er til gengæld ikke tvivl om, at de forestillinger, som vi i dag gør os om medier og kommunikation, må tages op til grundig revision.

Hidtil har medieforskningen næsten udelukkende beskæftiget sig med massekommunikation, og mange af de grundlæggende modeller og teorier, den anvender, har udgangspunkt i de særlige forhold, der gælder for denne kommunikationsform. Som bekendt er massekommunikation karakteriseret ved at være envejsskommunikation, hvor centraliserede medier udsender information og underholdning til modtagere, som er afskåret fra at give feedback. Dette har været stærkt medvirkende til, at massekommunikation er blevet opfattet som noget, der står i modsætning til interpersonel kommunikation, dvs. den form for kommunikation, hvor mennesker meddeler sig direkte til hinanden uden brug af medier. Ofte er denne modsætning blevet trukket meget hårdt op, fordi den svarer ganske godt til mange af de mere eller mindre udtalte forestillinger om god og dårlig kommunikation, som endnu præger vores kultur: Medierne bliver således typisk opfattet som magt-instrumenter, der 'bedrager' eller 'forfører' et 'passivt' publikum, mens den interpersonelle kommunikation derimod er 'ægte' og skaber af 'aktiv' mellemmenneskelig kontakt. Lige siden Grundtvig har samtalen været forbundet med 'udvikling', 'fællesskab' og – når det skulle gå rigtig højt – 'ånd', mens medierne står for det præcist modsatte.

Der er næppe tvivl om, at kulturelle fordomme af denne type har medvirket til, at de åbenlyse ligheder og sammenhænge mellem massekommunikation og interpersonel kommunikation længe er blevet overset i medieforskningen. Dette er yderligere blevet forstærket af, at medieforskningen af

historiske og institutionelle grunde har været temmelig isoleret fra forskningen i interpersonel kommunikation.

Ikke desto mindre har dele af medieforskningen på et tidligt tidspunkt interesseret sig for relationerne mellem de to kommunikationsformer. Et af de måske bedste kendte eksempler på dette er »to trins hypotesen«, som blev formuleret af Lazarsfeld, Berelson og Gaudet i *The People's Choice* (1948) og videreudviklet af Katz og Lazarsfeld i *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication* (1955). Denne forskning demonstrerede, at den interpersonelle kommunikation har stor betydning for mediernes måde at fungere på, og viste samtidig, at der ikke var nogen skarp grænse mellem de to kommunikationsformer.

I de senere år er det blevet stadig vanskeligere at trække skarpe skel mellem medierne og den interpersonelle kommunikation, og det har på afgørende måde anfægtet gyldigheden af de traditionelle måder at forstå medier og kommunikation på. Baggrunden for dette skal bl.a. søges i den voksende interesse for mediereception og i den etnografiske medieforskning, som netop beskæftiger sig med spørgsmålet om, hvordan medierne indgår i hverdagslivet, og som har kunnet vise, hvordan medierne udgør komponenter i mange andre kommunikative processer.

En anden vigtig forklaring på den fornyede interesse for krydsfeltet mellem massekommunikation og interpersonel kommunikation er mediernes egen udvikling. I computerbaserede medier, i multimedierne og i elektroniske netværk er der netop ikke tale om massekommunikation i traditionel forstand, men om kommunikationsformer, som ligger tæt op ad den interpersonelle kommunikation, og som derfor ikke kan forstås ud fra medieforskningens sædvanlige begreber og modeller. Det afgørende nye i den forbindelse er de forbedrede muligheder for 'interaktivitet', som står i klar kontrast til den gængse envejsskommunikation. 'Interaktiviteten' er samtidig med til at nedbryde fordommene om mediernes passiviserende og fordummende virkning.

Imidlertid er det ikke en problematik, som ude-

lukkende har med de 'nye' medier at gøre. Også i de gamle medier viser betydningen af den interpersonelle kommunikation sig stadig mere tydeligt. Både i radio og tv lægges der i dag stor vægt på at skabe nye former for kontakt med publikum ved på forskellig vis at skabe muligheder for feedback og interaktivitet. Det gælder blandt andet radioens telefonprogrammer, som fordrer publikums aktive medvirken, men det gælder også en lang række af de såkaldte snakkeprogrammer i fjernsynet, hvor interaktionen med publikum i studiet spiller en fremtrædende rolle.

Med dette temanummer om medier og interaktivitet forsøger vi at indkredse betydningen af det ændrede forhold mellem massekommunikation og interpersonel kommunikation.

Problemstillingen introduceres og perspektiveres i *Stig Hjarvards* indledende artikel, som først og fremmest beskæftiger sig med sammenhængen mellem medierne og den interpersonelle kommunikation. Han peger i den forbindelse på, hvordan de elektroniske medier i stigende grad simulerer den personlige samtale, hvor samtalens parter står ansigt til ansigt med hinanden.

Torben Kragh Grodal beskæftiger sig med nonverbal kommunikation i de audiovisuelle medier, hvis indhold i stort omfang består af afbildninger af menneskers ansigtsudtryk og gestik. På baggrund af en gennemgang af forskellige former for kropssprog viser han, hvilken rolle den nonverbale kommunikation indtager i moderne massemedier.

Et af de mest skelsættende bidrag til forståelsen af forholdet mellem medier og interpersonel kommunikation er nok *Donald Horton og Richard Whols* artikel »Mass Communication and Para-Social Interaction«. Artiklen stammer fra 1956 og må i dag betegnes som en klassiker. Vi bringer den i dansk oversættelse, fordi vi mener, at forfatterens analyse af mediebrug som en form for parasocial interaktion fortsat har relevans, ikke mindst, når man vil undersøge og forstå den særlige oplevelsesform, som etableres gennem radioens og fjernsynets direkte henvendelse.

Interaktivitet udgør et nøglebegreb for mange af de nye medier og angiver som nævnt, hvad der adskiller dem fra de ældre massemedier. Imidler-

tid er det temmelig uklart, hvad interaktivitet egentlig vil sige og hvilken status interaktivitetsbegrebet har i medievidenskaben. *Jens F. Jensen* forsøger at udrede dette problem og giver samtidig en oversigt over interaktivitetsbegrebets mange forskellige betydninger og anvendelsesmåder.

Temasektionen afsluttes med en artikel af den amerikanske medieforsker *Joshua Meyrowitz*, som deltog i SMIDs årsmøde i 1995 med en forelæsning om medier og interpersonel kommunikation. Artiklen tematiserer ikke direkte dette problem, men diskuterer det helt grundlæggende spørgsmål om, hvad vi overhovedet skal forstå ved et medium. Ifølge Meyrowitz må der sondres mellem tre paradigmer, som har hver sin opfattelse af, hvad medier er. Medier kan opfattes enten som kanaler, som sprog eller som miljø, og hver af disse opfattelser har betydning for, hvilke forskningsmæssige problemstillinger der arbejdes med.

Etik synes efterhånden at udgøre et fast inventar i de fleste samfundsmæssige og filosofiske diskussioner, og det kan derfor ikke undre, at også medieforskerne er begyndt at interessere sig for den slags. Hvad kan medierne tillade sig? Hvor går grænsen for det etisk forsvarlige? *Jan Foght Mikkelson* diskuterer disse spørgsmål i *back-page* artiklen. Han ønsker at rejse debat om nødvendigheden af en særlig etik for mediernes formidling, hvor udgangspunktet er et krav om, at enhver formidler må være forpligtet over for et universelt krav om »redelighed«.

Som sædvanlig bringer vi en række anmeldelser sidst i nummeret.

I løbet af det sidste år er der sket en del udskiftninger i *MedieKulturs* redaktion: Kim Schrøder, Jørgen Poulsen og Per Jauert har trukket sig tilbage efter mange år i redaktionen, og Anne Tørtzen og Stig Hjarvard er ligeledes trådt ud. Vi siger tak for deres indsats, og skal i øvrigt gøre opmærksom på, at de gamle redaktører også stod bag det sidste nummer. Ved en fejl blev de blot ikke nævnt. Nye i redaktionen er Christian Jantzen, Karen Klitgaard Poulsen, Henrik Søndergaard og Thomas Tufte, mens de »gamle« nu er Hanne Bruun og Lisbet Borker.

Red.

Simulerede samtaler

– om forholdet mellem interpersonel kommunikation og medieformidlet kommunikation

Af Stig Hjarvard

Samtalen mellem mennesker, der står ansigt til ansigt, udgør en kommunikativ grundform, som alle er fortrolige med. Den udgør imidlertid også en matrice for de elektroniske mediers egne kommunikationsformer, påpeger Stig Hjarvard, som understreger, at dette blandt andet medvirker til at gøre disse medier alment forståelige. Lighedstrækkene mellem den medieformidlede kommunikation og den interpersonelle kommunikation betyder også, at teorier og analysemetoder fra den interpersonelle kommunikations område kan anvendes til analyse af medierne.

Mennesket er en organisme med en vidunderlig og ekstraordinær fortid. Mennesket adskiller sig fra andre dyr i kraft af det forhold, at det har udviklet, hvad jeg har benævnt, *forlængelser* af sin organisme. Ved at udvikle forlængelser har mennesket været i stand til at forbedre og specialisere forskellige funktioner. Computeren er en forlængelse af dele af hjernen, telefonen forlænger stemmen, hjulet forlænger ben og fødder. Sproget forlænger erfaringen i tid og rum, mens skriften forlænger sproget. Mennesket har udviklet sine forlængelser i en sådan grad, at vi er tilbøjelige til at glemme, at menneskeligheden har sin rod i menneskets dyriske natur. (Hall, 1969:3)

De tekniske kommunikationsmidlers og massemediers historie kan ses som en fortsat udviklingsproces, hvor de fysiske og biologiske begrænsninger, der kendetegner menneskets kommunikationsevner, i stadig mere omfattende grad overvindes. Medierne er i den forstand forlængelser eller udvidelser af på den ene side sansesapparatet og på den anden side talen og den non-verbale kommunikation.

Som den amerikanske antropolog E.T. Hall er inde på i det indledende citat, kan vores begejstring over overskridelsen eller løsrivelsen fra kroppens begrænsninger få os til at glemme, at vi fortsat har kropslige og biologiske rødder, og at disse rødder til en vis grad danner grundlag for og influerer på udformningen af vores menneskeskabte – dvs. sociale og tekniske – forlængelser af krop, sanser og kommunikationsevner. De kom-

munikationsformer, der sætter os i stand til at overskride tidens og stedets begrænsninger, er præget af de former, der gælder for den ikke-forlængede kommunikation: den interpersonelle kommunikation.

Dette essay om kommunikationsteknologiernes udvikling vil i lyset af dette argumentere for to forhold. For det *første* kan mediernes udvikling beskrives som en fortsat innovation, der bygger på lighed mellem de forskellige medier. Det ene medie danner model for det næste; det nye medie har ofte de gamle medier som sit indhold etc. Telegrafien blev modelleret efter den fysiske transport, først og fremmest jernbanenettet. Filmen havde teatret som model. TV havde radioen som model. De nye teknikker præges socialt og kulturelt af de foregående; både institutionelt, indholds- og formmæssigt.

For det *andet* kan den interpersonelle kommunikation siges at udgøre en særlig vigtig analogi, en grundform eller matrice, for de teknisk medierede kommunikationsformer. På den ene side kan medieudviklingen beskrives som et forsøg på at overvinde den interpersonelle kommunikations begrænsninger, men på den anden side er der også tale om, at den interpersonelle kommunikations karakteristika forsøges genetableret under nye former. Telefonen, radioen, fjernsynet og computeren giver hver på deres måde en mulighed for at tage del i ansigt-til-ansigt-lignende kommunikation over store afstande.

Den interpersonelle kommunikation – her for-