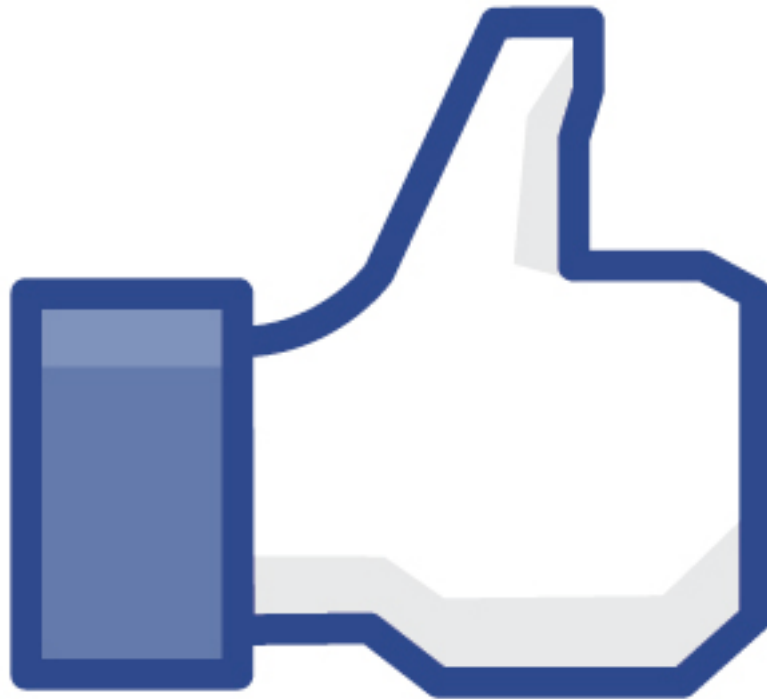


Værdiskabelsen i de sociale mediers æra



Kandidatafhandling

Copenhagen Business School, Danmark

Institut for Ledelse, Politik og Filosofi

Cand.merc (fil.)

14. november 2011

Udarbejdet af:

Nicki Brøchner Nielsen

Vejledt af:

Alexander Carnera, dr.phil et Ph.d

Anslag:

85 sider; 79,67 normalsider svarende til 181.257 anslag

Anerkendelser:

Jeg ønsker at anerkende følgende for deres bidrag til specialets tilblivelse.

Alexander Carnera for faglig inspiration og vejledning.

Antti Kauppinen og Louise Pierrel Mikkelsen for akademisk refleksion og sparring.

Mads Brandsen for hans utrættelige redigerings arbejde.

Tak - uden at Jer ville dette speciale ikke være blevet til hvad det er i dag.

Abstract

With more than 200 million users on Twitter and 750 million users on Facebook it is natural that companies are trying to reach the consumers on those networks. Most of the companies that are involved in social media seem to be looking at the networks as yet another channel of communication, in where they can push their marketing and PR though. It is this traditional social-economical perspective that this thesis is challenging. Though an analysis of how social media is affecting the economical, the social and the political this thesis will answer the question: *How has social media transformed the creation of value in the intangible economy?*

Key findings

In this thesis I am presenting a series of arguments for the following key findings

- In the shift from traditional mass media towards social media results in not only an acceleration of the transmission of the information, but also that it becomes omnipresent, instant and immaterial.

- There is a series of different categorizations within social media. I am pointing towards three different kinds of categorizations. These three categorizations are all centred on what I call the *discursive negotiation*. This brings the act of a discursive negotiation centre stage in regards to the value creation in social media.

- Based on the analysis of how the discursive negotiation is affecting the social, the political and especially the immaterial value creation I am presenting three normative criteria for how to judge the information in social media as productive, and hence therefore value creating:
 - 1) It should catalysed by creativity
 - 2) it should be based on the organic acts
 - 3) it should be causal of breaks

Conclusion

Based on the analysis in this thesis, I conclude that it is the creativity that arises in the wake of refraction in the social media, which is the foundation for the immaterial value creation in social media. As these results in a liberation and reproduction of the social, political and immaterial economic perspectives in the ‘doing community’.

Indholdsfortegnelse

Forord.....	6
Problemformulering.....	7
Metode	9
Specialets analyseværktøj.....	9
Erfaringsbegrebet.....	9
Det sociale.....	10
Det politiske.....	11
Den immaterielle økonomi	12
Afgrænsning og epistemologi.....	12
Indledning	14
Den menneskelige erfaring	15
Når erfaring bliver til mening	17
Den situerede mening	18
Den kulturtegns bestemte mening.....	19
Delkonklusion.....	20
Det immaterielle rum som en sanseteknologi.....	21
Delkonklusion.....	24
Fundamentet for det sociale.....	24
Multituden.....	26
Selvorganiseringen i de sociale medier	28
Den diskursive forhandling.....	31
Delkonklusion.....	35
Den sociale magt.....	35
Den situerede og kulturbestemte mening.....	36
Betydningssystemer	38
Den produktive offentlighed.....	38
Delkonklusion.....	41
Den politiske organisering	41

Organiseringen af menneskeligt liv	42
Formationen af institutionerne	44
Den offentlige diskursive forhandling	46
Den offentlige mening	48
Delkonklusion	50
Den politiske magt	50
Transformationen af det immaterielle rum	52
At bryde med dispositivet	53
De sociale medier og magt	54
Integration & Assimilation	55
Subjektivitet og brydningen	58
Delkonklusion	60
Den immaterielle økonomis udtryksformer	62
Den immaterielle økonomi værdibegreb	62
Den immaterielle økonomis sociale udtryksform	63
Det sociale værdibegreb	65
Delkonklusion	66
Social værdiproduktion	68
Invention = Kreativitet	68
Produktion & reproduktion	70
De sociale medier og skabelse	73
Katalyseret af kreativitet	73
Baseret på organiske handlinger	74
Forårsager brydninger	75
De sociale medier som forandrings katalysator	77
Konklusion	79
Bibliografi	81

Forord

"Everything is social" – Ukendt kilde

Efter introduktionen af sociale netværk, er overstående citat blevet det hotteste kampråb i marketingsbranchen. Fundamentet for det paradigmeskift, der er sket i virksomhedernes kommunikation med forbrugerne er den succes, som Facebook og Twitter har oplevet. Med 200 millioner brugere på Twitter (BBC News 2011) og over 750 millioner på Facebook (Facebook 2011), er det helt naturligt at sociale medier er et fænomen, der har fanget virksomhedernes og derved marketingbranchens opmærksomhed. Dette fokus har medført, at der snart ikke er det produkt eller brand, der ikke tænker de sociale medier ind i deres kommunikationsstrategi.

Når vi i dag bevæger os ud i forbrugerlandskabet, er det normalt, at vi bliver opfordret til at tilknytte os virksomhederne, deres produkter eller varemærker. De forbrugere, der aktivt vælger at identificere sig med virksomhedens produkter og via sociale medier deler deres forbrugsvaner, bliver belønnet med forskellige rabatter og andre loyalitetsprogrammer. Selvfølgelig er ideen om at belønne den loyale forbruger ikke ny, men i dag er det ikke længere udelukkende forbrugerens loyalitet der har værdi for virksomhederne. Det er lige så meget adgangen til forbrugerens netværk, virksomhederne målrettet går efter.

Et eksempel på dette er den amerikanske cafe kæde Starbucks, der via Foursquare, tilbyder rabatter til de mest loyale kunder. Starbucks belønner direkte de kunder, der aktivt informerer deres netværk om deres forbrug af Starbucks-kaffe (Mashable 2010). Tidligere var forbrugernes kommunikation om hvilke varemærker, de associerede sig med, en passiv kommunikation der blev aktualiseret i kraft af varemærkets logo på produkterne. Denne passive kommunikation har de sociale medier transformeret til en aktiv kommunikation, hvor hver eneste forbruger potentielt er en ulønnet marketingmedarbejder. De sociale medier har medført et skifte i kommunikationen mellem forbruger og producenter, så den er blevet meget mere aktiv og samtidig mere krævende af forbrugeren.

Som det fremstår af overstående eksempel, er det altså ikke et spørgsmål om hvorvidt det er muligt at identificere værdi i de sociale medier. Dette har

virksomhederne allerede gjort, dog er deres perspektiv på de sociale medier funderet i en traditionelt sociologisk-økonomisk forståelse af medier som ren informationsudveksling. Den forståelse medfører samtidig en forandring i, hvorledes virksomhederne forventer at fordele deres markedsføringsbudgetter, altså deres allokering af kommunikationsressourcer. Tal fra TNS Gallup viser, at budgetterne for markedsføring på de sociale medier i Danmark alene i 2010 forventes at stige med 50 % (Socialsemantic.eu 2011, 32). Det selv om 51 % af virksomhederne, der deltog i Socialsemantic's undersøgelse, har svært ved at identificere afkastet af deres investeringer. Dermed bliver virksomhedernes ageren på de sociale medier præget af usikkerhed og en eksperimental tilgang. Det er et tegn på, at virksomhederne ikke kan identificere, hvorledes værdiskabelsen finder sted i de sociale medier, og skyldes, at virksomhederne opfatter sociale medier som endnu en kommunikationskanal. Opfattelsen af sociale medier som ren informationsudveksling implicerer, at virksomhederne fokuserer på, hvorledes de mest effektivt kan få den størst mulige målgruppe i tale. Der er altså tale om den samme opfattelse af værdi, som man har haft af traditionelle medier; nemlig at mediets værdi bygger på hvor mange, der bruger det. Således er den underliggende opfattelse af de sociale medier stadig er ideen om effektiv kommunikation.

Med dette i mente vil jeg nu udarbejde den problemformulering, der skal til for at operationalisere undersøgelsen, som dette speciale bygger på.

Problemformulering

Dette speciale skriver sig op imod en traditionel sociologisk-økonomisk forståelse af de sociale medier, hvor mediet bliver reduceret til informationsudveksling, derved også et perspektiv på værdiskabelsen der er funderet i en opfattelse af medieringen af information. I dette perspektiv bliver den enkelte aktør i de sociale medier observeret som værende en node i et større informationsnetværk, hvor det centrale - som i alle andre informationssystemer - er at mediere informationen så hurtigt og effektivt som muligt rundt i netværket. Det indebærer også en opfattelse af værdiskabelse, som har fokus på effektiv mediering af information. I dette perspektiv er der altså ikke nogen differentiering af informationen og værdien informationen skaber. Spørgsmålet om værdi bliver derfor i dette perspektiv til et spørgsmål om informationens kvantitet og ikke kvalitet. Dermed opfattes informationen som et homogent begreb, hvor den enkelte aktør reduceres til en node i informationssystemet.

Der er derfor behov for at gentænke værdiskabelsen i de sociale medier. Problemet med det informationsudvekslingsperspektiv, er som Tiziana Terranova peger på, at det ikke tilstrækkeligt kan forklare de informationsdynamikker, der er på spil. Dynamikker, som udspringer af forholdet imellem støj og signal, entropiske nødsituationer, iboende udsving, mikrovariationer og negentropic emergences, positiv feedback og kaotiske processer (Terranova 2004, 7). Derfor er udgangspunktet for dette speciale følgende spørgsmål:

Hvorledes har de sociale medier transformeret værdiskabelsen indenfor den immaterielle økonomi?

Specialet undersøger hvorledes de sociale medier indvirker på det økonomiske, sociale og politiske.

Det er dette speciales tese, at de sociale mediers værdiskabelse er baseret på en række dynamikker, der i dag ikke bliver identificeret i den traditionelle sociologisk-økonomiske forståelse af de sociale medier. Disse dynamikker udspringer på baggrund af den sociale interaktion, der kendetegner de sociale medier.

For at synliggøre dette skifte i forståelsen af værdiskabelsen, vil jeg i de efterfølgende kapitler fortage en undersøgelse af den sociale værdiskabelse i de nye medier. Det er derfor dette speciales hensigt at indkredse en mere nuanceret forståelse af den immaterielle værdiskabelse på baggrund af en samtidsdiagnose af de sociale medier, der kan udfolde en alternativ forståelse af værdiskabelsen. En forståelse der spiller op imod begreber som ”det sociale”, ”det politiske”, ”magt” og ”erfaring”. Hensigten er at præsentere et opgør med en forståelse af den dominerende forståelse af værdiskabelsen i de sociale medier, en forståelse som er funderet i de traditionelle massemedier.

Metode

For at besvare overstående problemstilling har jeg valgt at konstruere et analyseværktøj, der giver mig mulighed for at fortage en samtidsdiagnose af de sociale medier. Samtidsdiagnosen er en analysestrategi, hvor det forsøges at sætte ord på de tendenser der gør sig gældende i samtiden. Den forsøger også at indfange samfundsmæssige transformationer der er undervejs, samt at begribe de nye vilkår, der er ved at indfinde sig i samtiden. Det er en filosofisk refleksion, der søger at diagnosticere den aktuelle og foranderlige relation mellem kontekst, identitet og begivenhed (Raffnsøe, Gudmand-Høyer og Thaning 2008, 321). Det handler dog ikke blot om at beskrive samtiden, men nærmere om at klarlægge hvordan en tendens, der er i færd med at influere os, påvirker hvilke retninger vi bevæger os i. Hensigten med denne samtidsdiagnosticering er at opstille et fundament, der gør det muligt afslutningsvis at pege på nogle normative kriterier for hvorledes sociale medier kan identificeres som værende produktive i den immaterielle økonomi.

Formålet er konkret at synliggøre den udvikling, som diagnosen påpeger. Jeg har valgt at bygge mit analyseværktøj op, således at jeg er i stand til at beskrive den menneskelige interaktion i det sociale samt individets erfaring. For at udfolde dette yderligere, og kunne benytte det som et analyseværktøj på den immaterielle økonomi, udfolder jeg et erfaringsbegreb; en forståelse af det sociale og det politiske. Dette udgør tilsammen det, jeg benævner som det immaterielle rum.

Specialets analyseværktøj

Den følgende gennemgang af specialets analyseværktøj har til hensigt at tydeliggøre de teoretiske valg der er ligger til grunde for de efterfølgende analyser af de sociale medier i forhold til den immaterielle økonomi.

Erfaringsbegrebet

I min behandling af den menneskelige erfaring tager jeg udgangspunkt i kropsfilosoffen Maurice Merleau-Pontys fænomenologiske behandling af den menneskelige erkendelse. Merleau-Ponty er en humanistisk tænkere, der skriver sig ind i en fænomenverden, der baseres på den menneskelige tilstedeværelse imellem tingene, i den menneskelige væren i verden (Merleau-Ponty 1999). Med udgangspunkt i Merleau-Pontys fremstilling af den fænomenologiske verden er det

altså hensigten at opbygge en forståelse for den menneskelige erfaring samt hvorledes denne kommunikerer altså hvorledes mening opstår. Merleau-Pontys meningsbegreb konstrueres ud fra de fænomenologiske erfaringer, som Jeg'et gør sig i sammenblanding med den Andens erfaringer. Det meningsbegreb, jeg senere folder ud i specialet, er derfor et meningsbegreb hvor det subjektive og intersubjektive er tæt sammenblandet og danner grundlaget for Jeg'ets forståelse for sin egen væren i verden (Merleau-Ponty 1999, 32).

For at konkretisere mit erfaringsbegreb kobler jeg den fænomenologiske erfaring til Paul Virilios analyse af accelerationen i det militære rum. Denne analyse, der tager udgangspunkt i de teknologiske aspekter af militærrummet overfører jeg på det immaterielle rum for at synliggøre, hvorledes den menneskelige erfaring i de sociale medier påvirkes af denne acceleration, som Virilio peger på.

Det sociale

Fundamentet for analysen af det sociale tager udgangspunkt i Michael Hardt og Antonio Negris arbejde med Multituden. Jeg har valgt at tage udgangspunkt i Multituden, da den som analyseværktøj åbner op for en politisk-filosofisk forståelse af det fælles, der adskiller sig fra de mere klassiske politisk-filosofiske forståelser ved at fokusere analysen på formationen af autonome subjekters identificering af det fælles i den åbne sociale relation (Hardt og Negri 2009, 151). Denne fremstilling af det fælles, som bliver indfanget i et begreb, der på en gang både skal opfattes som værende politisk samt socialt, har jeg valgt, da det er min opfattelse, at multituden formår at sætte en scene for de perspektiver, som jeg ser der er på spil i de sociale medier. Dette speciale tager som sagt udgangspunkt i Multituden, dog med det særlige fokus på, hvorledes dette fælles bliver identificeret via den diskursive forhandling.

Jeg har valgt at opdele specialets magtbegreb i henholdsvis i det sociale og politiske perspektiv. Dette gør jeg i ud fra en anerkendelse af magtbegrebets mangfoldige facetter. Der er selvsagt en forskel på den magt der kommer til udtryk i det sociale og det politiske. I forhold til det sociale har jeg særligt lagt vægt på Maurice Merleau-Pontys analyse af sproget og dets rolle i forhold til den menneskelige erfaring. Afslutningsvis sætter jeg det sociale magtbegreb i forhold til Hardt og Negris

Multitude begreb for at opstille, hvorledes den sociale magt kommer til udtryk i Multituden hvor der ikke kommer nogen central magt til udtryk.

I forhold til mit arbejde med den diskursive forhandling har jeg bevidst fravalgt klassiske diskursanalyser. I stedet har jeg forsøgt at indfange de grundlæggende dynamikker, jeg identificerer i den diskursive forhandling via en læsning af elementer af Ludwig von Mises og Friedrich von Hayeks prakseologi. Jeg har valgt at basere analysen af den diskursive forhandling på prakseologien, da det vil gøre det muligt at identificere forholdet mellem det kunstige og det naturlige rum, Jeg'et og den Anden. Det gør jeg for at kunne fokusere på det centrale i den diskursive forhandling, interaktion samt hvordan denne påvirker det immaterielle rum herunder og de sociale medier.

Det politiske

I analysen af det politiske tager jeg udgangspunkt i den politiske organisering af det menneskelige liv. Selve analysen tager ligesom analysen af det sociale afsæt i forandringerne af det bestående. Derfor har jeg valgt at tage udgangspunkt i Habermas og hans opfattelse af den borgerlige offentlighed, hvilket også er fundamentet for min behandling af den offentlige mening. Jeg fortager disse analyser med henblik på at skrive mig ind på en forståelse af den diskursive forhandling i forhold til det politiske, samt for at opbygge et grundlag for min videre bearbejdning af Giorgio Agambens analyse af Michael Foucaults begreb - dispositivet.

Dispositivet spiller en central rolle i forhold til min analyse af det politiske magtbegreb. Det skyldes selvsagt, at dispositivet er nært forbundet med den diskursive forhandling samt at der er tale om magt imellem aktørerne i gørensællesskabet hvis man ser det politiske magtbegreb i forhold til sociale medier. Det er min hensigt at synliggøre både hvordan denne magt kommer til udtryk inden for gørensællesskabet samt pege på hvordan aktørerne potentielt kan bryde med denne magt og derved igangsætte en transformation af det immaterielle rum.

I min udfoldning af forholdet mellem dispositivet og de enkelte aktører har jeg valgt at tage udgangspunkt i integration og assimilation, da jeg vurderer at disse begreber meget præcist belyser spændingerne, der eksisterer i de intersubjektive forhold i gørensællesskabet. Målet med denne analyse er at skabe et så nuanceret magtbegreb

som muligt, hvilket vil gøre mig i stand til at belyse det biopolitiske magtgreb i det postmoderne samfund og derfor også i de sociale medier. Samtidig vil jeg kunne påpege hvorledes transformationen af det immaterielle rum formår at bryde med dispositivet.

Den immaterielle økonomi

I dette speciale arbejder jeg med en forståelse af den immaterielle økonomi ud fra et paradigme, hvori at produktionen af værdi vurderes ud fra skabelse af immaterielle varer som rationaler, oplevelser, problemløsninger og informationsformidling; helt grundlæggende evnen til at iscenesætte (Hardt og Negri 2004, 41). Hardt og Negri peger på, at Paolo Virno præciserede den immaterielle produktion, så den er forankret i den menneskelige sproglige evne. Jeg har valgt denne definition af den immaterielle økonomi, da den ligger godt i forlængelse af den position jeg har givet sproget i forhold til det sociale.

Med udgangspunkt i Gabriel Tardes arbejde med invention og imitation forsøger jeg at indfange en ramme for det kreative, og hvordan vi kan forstå det produktive i den immaterielle økonomi, i forhold til det sociale og brydningen med dispositivet.

Denne opdeling imellem invention og imitation bygger jeg efterfølgende videre på via Walter Benjamins analyse af den tekniske produktion og reproduktion. Hensigten med opstillingen mellem Tarde og Benjamin er at opstille en argumentation for, hvorledes værdiproduktion i den immaterielle økonomi kan forstås i forhold til det sociale. Denne argumentation benytter jeg efterfølgende til at opstille tre kriterier for bedømmelse af værdiproduktion i de sociale medier.

Den underliggende antagelse i dette speciale er, at vores forståelse af de sociale medier i dag bygger på den forståelse, vi har haft af massemedierne. Jeg vil afslutningsvist problematisere denne opfattelse ved hjælp af socialteoretikeren Guy Debords begreb om *the Spectacle*. Det har jeg valgt, fordi de sociale medier har potentiale til at imødekomme den kritik, Debord rejser.

Afgrænsning og epistemologi

Jeg har vagt at afgrænse mig fra en række teoretikere, der ville kunne berige min analyse fra andre perspektiver. Dette har jeg gjort ud fra et hensyn omkring den tilgængelige plads til dette projekt, samt i forbindelse med overvejelser om hvilket

teoretikere der ville kunne bidrage med perspektiver der ville berige analysen. Da jeg har vurderet at det var centralt i problemstillingen at medtage forholdet imellem det immaterielle rum og aktørerne har jeg fravalgt en række ellers oplagte teoretikere som Niklas Luhmann og ANT teoretikeren Michel Callon. Begge ville kunne have bidraget med relevante indsigter i specialets problemstilling, men de er fravalgt, da specialets formål er at fortage en samtidsdiagnose, hvorfor jeg har valgt teoretikere, der i højere grad bidrager til at kortlægge sammenhængen mellem økonomi, socialitet og det politiske.

Det er min vurdering, at det bedste bud på en grundlægende analyse af problemstillingen opnås gennem en teoretisk analyse. Derfor har jeg også bevidst fravalgt at inddrage en case-virksomhed eller anden empiri. Specialet bør derfor ses som et teoretisk bud på en løsning af problemstillingen, hvis antagelser og påstande efterfølgende bør afprøves empirisk.

Det er ikke muligt at placere sig et neutralt sted for at gennemføre en neutral samtidsdiagnose. Det vedkender jeg mig, og det indebærer, at specialet præges af min personlige interesse for sociale medier samt, hvilke pointer jeg a priori har vurderet som centrale. Min hensigt er ikke en søgen efter en universel sandhed, men et bud på et svar på specialets problemformulering. Et bud, jeg forsøger at underbygge med en række konkrete eksempler både fra de sociale medier samt kunsten. Styrken ved at forsøge at opbygge et analyseværktøj undervejs er at dette åbner analysen op for en kritisk stillingtagen til teoretikerne og deres bidrag til analysen, samtidig med at de enkelte teoretikere vil indgå i en diskursiv forhandling mellem dem og mig som analytiker.

Indledning

Før vi kan opbygge et grundlag, hvorfra det er muligt at skabe en forståelse for den immaterielle værdiskabelse i sociale medier, bliver vi først nødt til at se på hvordan de sociale medier skriver sig ind i en sociologisk forståelse af medieteknologisk historie.

De menneskelige samfund er formet og skabt af medierne. Det medfører, at medieteknologien historisk har haft stor betydning for den menneskelige forståelse og udvikling. Da skriftformen så dagens lys, blev det muligt for mennesket at kommunikere over store afstande, uden risiko for informationstab, med brevet blev det muligt at udveksle holdninger med folk, man ikke mødte in persona, samtidig med, at man kunne føle en vis form for nærvær – og med bogtrykkerkunsten blev det muligt ikke bare hurtigt og sikkert at gengive informationen, men også at sprede ordet ud til mange modtagere.

Fælles for disse eksempler er, at de beskriver overgangen fra en dominerende medieteknologi til en anden. Mennesket gik fra at overlevere information mundtligt til skriftligt, og med den mekaniske reproduktion var det ikke længere nødvendigt for munkene at kopiere skrifterne manuelt. Andre eksempler på sådanne overgange findes indenfor alle medieteknologier. Telefonen erstattede telegrafene, filmen erstattede fotografiet, og senest taler man om, at internettet i stigende grad erstatter avisen. Der er her ikke blot tale om en teknologisk udvikling, som bevæger samfundet, men også en forskydning af opfattelsen af værdi i det menneskelige samfund. Marshall McLuhan påpeger, at overgangene betyder, at de foregående teknologier ikke længere bliver opfattet som de dominerende teknologier, men langsomt bevæger sig over imod opfattelsen som en kunstform (McLuhan 1967, 10). Det ser vi dag, hvor det håndskrevne brev er erstattet af det elektroniske brev. Værdien af det håndskrevne brev er den samme som tidligere, men der er sket en transformation af både samfundet og vores opfattelse af mediets værdi.

”Alfabetet ... muliggjorde udbredelsen af den magt, der hedder kundskaber, og ødelagde stammemenneskets samhørighed ved at eksplodere stammen...” (McLuhan 1967, 193).

Ved introduktionen af det skrevne ord, blev den viden som mennesket havde oparbejdet, frigjort, hvorved en transformation af samfundet igangsat. På samme måde argumenterer Marshall McLuhan for, at bogtrykkerkunsten transformerede stammesamfundet til, hvad vi i dag kender som nationalstaten. Ganske enkelt fordi bogtrykkerkunstens sikrede en ensartet læring, og derved skabte en fælles identitet (McLuhan 1967, 199).

Når en medieteknologi erstatter den foregående, sker dette i forlængelse af den foregående. Det medfører, at forståelsen af den nye medieteknologi sker i forlængelse af de eksisterende medieteknologier, og derfor vil vores opfattelse af hvordan de nye teknologier skaber værdi bygge på de gamle teknologiers værdiskabelse. Bilen er et eksempel på dette. Oprindeligt blev bilen første præsenteret som en ”vogn uden heste”, hvilket vi i dag ikke ville acceptere som en passende beskrivelse - hverken af bilen eller dens værdiskabelse (McLuhan 1967, 195).

Forståelsen af de nye medieteknologier kan kun opnås til fulde, hvis man ser dem i et historisk perspektiv. Det er ud fra dette perspektiv, jeg argumenterer for, at vores forståelse af de sociale medier og deres værdiskabelse, tilsvarende i dag er blevet formet i massemediernes samfund. Det perspektiv ønsker jeg at problematisere i dette speciale, og derved undersøge den immaterielle værdiskabelse i de sociale medier på mediernes egen præmis.

Det immaterielle rum

Den menneskelige erfaring

Det er gennem de forskellige sanser, vi som mennesker har adgang til verden omkring os.

René Descartes og Immanuel Kant løsrev bevidstheden fra verdenen. Det betyder, at meningen og forståelsen af den objektive verden rundt om mennesket ikke længere er iboende i den menneskelige bevidsthed, men er noget der bliver til via den menneskelige bevidsthed (Merleau-Ponty 1999, 19). Der er her tale om en bevidsthed som bliver rettet imod tingene og som ved hjælp af perceptionen og

refleksionen er i stand til at forudsætte sig selv i tingene (Merleau-Ponty 1999, 171). Dermed bliver den menneskelige erfaring af verden ikke er noget, der findes uden for verden selv, som for eksempel hos Platon og ideernes verden. Tværtimod, så er det i syntesen imellem det menneskelige sanseapparat, den menneskelige refleksion samt tingenes fremtræden som fænomener for mennesket, hvor i at den menneskelige erfaring bliver skabt. Jeg tager derfor udgangspunkt i fænomenologien, da dette er det filosofiske studie af, hvordan verden fremtræder som fænomener for den menneskelige bevidsthed. Herunder er det især med vægt på Maurice Merleau-Pontys arbejde med kropsfilosofien. For at få en klar forståelse af den menneskelige erfaring er vi dog først nødsaget til at undersøge og etablere en forståelse for den menneskelige erkendelse, da erfaringen fremspirer fra erkendelsen af den objektive verden.

Ifølge Aristoteles sker der en forening imellem den erkendende og det erkendte i selve erkendelsesakten (Zahavi 1995, 214). Forudsætningen for erkendelsen er, at der er adgang til det erkendende. Aristoteles påpeger, er det først i det øjeblik at vores opmærksomhed bliver rettet imod et erkendelsesobjekt, at der opstår en erkendelse, og der opstår en forening imellem den menneskelige erkendelse og objekterne i verden. Thomas Aquinas videreudvikler Aristoteles betragtninger og fokuserer dem på verdens fremtrædelse (species). For Aquinas er der ikke tale om en midlertidig forening imellem den erkendende og erkendelsesobjektet. Han argumenterer for, at erkendelsesobjektet er til stede i sjælen som et immaterielt objekt. Der er således tale om en fremtrædelse, der bliver mediet for erkendelsen (Zahavi 1995, 215). Aquinas skrev at de fysiske erfaringsobjekters former, der udgør verden, kan beskrives ud fra to aspekter af den menneskelige erfaring; det ekstra-mentale og det intra-mentale aspekt (Zahavi 1995, 216). Informationen om objektets former og farver tilhører det ekstra-mentale aspekt. Det er altså dette aspekt som bliver medieret via de skriftlige, visuelle eller auditive baseret medier. Det intra-mentale aspekt opstår i den menneskelige bevidstheds erkendelse af den fænomenologiske verden. Disse to aspekter medfører at erfaringsobjektet ikke kan reduceres til at være en tro kopi af sig selv, som et mentalt billede i den menneskelige bevidsthed. Derfor skal objektets species altså forstås som objektets virke på den menneskelige bevidsthed, altså

”At species ... kort og godt er tingen selv – i dens intentionale væren, i dens fremtrædelse for sjælen, d.v.s. som fænomen. (Zahavi 1995, 218)”

Franz Brentano præsenterer i sin analyse af selve erkendelsesakten, intentionalitet, en anden måde at beskue forholdet imellem det ekstra-mentale og det intra-mentale på. Han opdeler erfaringsobjekternes fænomener i henholdsvis det psykiske og det fysiske fænomen. De psykiske fænomener er de bevidsthedsforløb og tilstande, som er knyttet til erkendelsesakten, bevidsthedens fokus imod sin egen bevidsthed af perceptionen. De fysiske fænomener knytter sig til selve erfaringsobjektet, bevidstheden rettet imod det værende i verden, altså det som vores sanser, sanser (Zahavi 1995, 211-213). Da denne relation mellem den menneskelige bevidsthed og erkendelsesobjekter er en flygtig fremtræden, som kun eksisterer så længe erkendelsesobjektet fremtræder for den menneskelige bevidsthed og bliver opfattet af mennesket, er mennesket nødt til at opbevare disse perciperede øjeblikke i erfaringen, og i sidste ende i historien (Merleau-Ponty 1999, 144). Der er her tale om en erfaring, hvor det forudsættes at der er en verden før den menneskelige erfaring af denne. Dette medfører, at den menneskelige erkendelse af erkendelsesobjekterne er en identifikationsakt, altså en søgning efter den immanente forståelse af erkendelsesobjektet (Merleau-Ponty 1999, 29).

Når erfaring bliver til mening

Det er denne dobbelthed i oplevelsen af øjeblikket, der er grundlaget for den menneskelige erfaring - en erfaring, der opbevares i erfaringen, som en erfaring i sig selv, afgrænset til den erfarende bevidsthed. Der er derfor tale om en udformning af en unik forståelse, en bestemt måde at give verden form på (Merleau-Ponty 1999, 30). Der er derfor ikke tale om en verden som mennesket konstruere, men en verden som mennesket oplever og forsøger at begribe. En verden, vi aktualiserer via vores analyser og i sidste ende dommen over det perciperede (Merleau-Ponty 1999, 20). Denne dom er uendelig subjektiv, da den enkelte opfatter verden i forhold til sig selv. Det er det enkelte menneskes cogito, Jeg'et, der bliver sat i forhold til verden i et flygtigt øjeblik. Jeg'et foretager analyserne og dommene over verden, der tildeler verden indhold og mening. Denne bevægelse bestående af analyse og dom, kender vi også som fortolkningen. Grundet fortolkningen kan vi tale om, at det enkelte menneske tildeler den objektive verden mening på baggrund af egen fortolkning af verden, via dennes accept af ”væren i verden” (Merleau-Ponty 1999, 24). Jeg'ets

forståelse af verden består derfor af en række fortolkninger af erfaret øjeblikke. Øjeblikke der alle er kendetegnet af Jeg'ets møde med den objektive verden der lade sig percipere af Jeg'et.

For at denne subjektive erfaring kan formidles, er den nødt til at påtage sig en kommunikativ krop, der kan sættes i spil i forhold til andre subjektive erfaringer. Da der er tale om en række unikke subjektive forståelser, kan disse kun formidles via fastlagte meningssystemer, eksempelvis sproget og kulturelle tegn. Da mening er en formidling af menneskelig erfaring, må vi adskille meningen fra meningssystemerne. I første omgang vil jeg beskæftige mig med mening, mens jeg senere kommer ind på sproget som meningssystem. Kort kan det dog siges, at meningssystemerne ikke skal opfattes som en reproduktion af kulturelle magtforhold, men som systemer der er under konstant udformning i det sociale; hele tiden åben for transformationer (Terranova 2004, 9-10). Det betyder, at meningen ikke findes i meningssystemerne, men at de bidrager til at skabe struktur i den menneskelige erfaring.

Adskillelsen mellem mening og meningssystemerne beskæftiger Marshall McLuhan sig med i sit værk ”Mennesket og Medierne”, hvor han bryder med vores normative forståelse af medier. Hans forståelse er, at alt er medier, da alt i et eller andet omfang kan forstås i forhold til, hvad jeg her kalder for et meningssystem. Mediebegrebet er altså ikke længere noget der er afgrænset til skriftlige, visuelle eller auditive medier. For at illustrere dette vil jeg i de efterfølgende afsnit opdele meningsbegrebet i henholdsvis den situerede mening og den kulturtegnbestemte mening.

Den situerede mening

Et eksempel på den situerede mening er rumopdelingen af boligen. Det er i sig selv en kommunikation, da rummene kan afkodes og derved organiserer familielivet i forskellige grupperinger. Organiseringen afledes af rummenes funktioner, der tilskriver, hvilke normer der er gældende i de forskellige rum.

Køkkenet er et madproducerende rum, mens spisestuen er et madkonsumerende rum. Denne adskillelse mellem hvor maden produceres, og hvor den konsumeres, afkodes af indretningen. Ligeså foreskriver indretningen hvilke normer der tilskrives de enkelte rum. Organiseringen er dog ikke afhængig af en rumopdeling; det er for

eksempel ikke unormalt, at man deler køkkenet op i en producerende del samt en konsumerende del. Principperne er dog de samme.

Når et rum og dets indretning ændres eller situationen i rummet ændres, bliver der også ændret på, hvordan rummet afkodes. Med andre ord: Når mediet ændres, ændres modtagerens afkodning af det også. Mediet bliver, såvel som meningen, budskabet for kommunikationen. Det er derfor ikke muligt at overføre hvorledes afsender medierer i et medie til et andet medie, uden at dette vil transformere budskabet. Afsenderen har således ingen sikkerhed for at budskabet opfattes som ønsket. Sagt i forhold til den tidligere gennemgang af mening og meningssystemerne, så medfører et skifte i meningssystem en usikkerhed for hvorledes meningen bliver opfattet. En anden måde at se den situerede mening ud fra øjeblikket.

Centralt i sociale medier står den sociale interaktion mellem aktørerne. Interaktionen tager udgangspunkt i en informationsudveksling, som er forankret i 'nuet', i øjeblikket. Selv om øjeblikket er i stand til at bryde med kontinuiteten, at opdele tid i mindre stykker, er der ikke tale om et klart defineret stykke tid. På denne måde minder øjeblikket om Giorgio Agambens beskrivelse af moden (Agamben 2010, 33). Ligesom moden har øjeblikket ikke nogen fast adskillelse imellem væren og ikke-væren. Det er altså ikke muligt med bestemthed at fastslå, hvornår øjeblikket begynder eller slutter, hvorvidt at selve interaktionen, der tager udgangspunktet i øjeblikket er en del af det eller ej. Derfor må ethvert øjeblik også ses som en ikke afgrænset situation. Interaktionen i de sociale medier er derfor kendetegnet ved at befinde sig i mellemrummet imellem det "endnu ikke" og "ikke længere". Interaktionen er på en gang afsluttet i øjeblikket efter den er påbegyndt mens den samtidig indeholder potentialet for aldrig at være afsluttet, da den hele tiden kan genoptages og på nyt få liv. Dette medfører at interaktionen på de sociale medier i sin natur altid vil være situerede.

Den kulturtegn bestemte mening

Analyseres beklædning som et medie, bliver den i dag brugt til at mediere status, placering i samfundet og personlighed. Beklædning tjener altså ikke bare som en udvidelse af huden, som holde kroppen varm, men medierer også en kulturtegn bestemt mening, samt en organisering af individer i samfundet (McLuhan 1967,

139). Ser man på uniformen, medierer denne autoritet. Uniformens opgave, som et medie, er altså at placere bæreren i et specifikt autoritært forhold til resten af samfundet.

Et andet eksempel er jakkesættet, der også medierer, ikke nødvendigvis autoritet, men at bæreren tilhører en bestemt gruppe i samfundet. Bæreren af jakkesættet placeres i en gruppe, der identificerer sig ved at bære jakkesæt. Som medie indeholder beklædning altså nogle koder, der hjælper modtagerne til at identificere, hvilken gruppe bæreren ønsker at blive associeret med. Hvorledes jakkesættet afkodes afhænger af, hvem der foretager afkodningen, altså modtageren og dennes forståelse for det meningssystem hvor i at kulturtegene bliver udledt fra. Forskellen imellem uniformen og jakkesættet er dog hvem der berettiget kan bære disse beklædningsgenstande.

Både jakkesættet og uniformen er en visuelt funderet kommunikation, der tillader en lynhurtig og ensartet afkodning. En afkodning, der både foretages af medlemmerne af gruppen såvel som dem som står uden for. Derved tjener både uniformen og jakkesættet til at organisere individerne i samfundet i forhold til hinanden. Selv om uniformeringen finder sted overalt i samfundet, er der dog variation i hvorvidt denne uniformering er formel, som politiuniformen, lægekitlen eller fodboldtrøjen er det, eller hvorvidt den er uformel som den uniform der benyttes i forretningsverdenen eller på fabrikken.

Det centrale for uniformer er stadig informationen om hvilken gruppe bæreren tilhører, altså en kommunikation om ”dem og os”. Denne opdeling imellem ”dem og os” finder vi også på de sociale medier. Her findes der forskellige, både formelle og uformelle kategoriseringer sted. Det vil jeg komme nærmere ind på i et senere kapitel. Indtil nu er det tilstrækkeligt at påpege at den kulturtegens bestemte opdeling i samfundet også ses i de sociale medier.

Delkonklusion

Den menneskelige erfaring, som opstår på baggrund af den menneskelige bevidstheds perception af erkendelsesobjekternes fænomener, ligger til grund for meningen, der indlejres i interaktionen på de sociale medier. Der er tale om en

mening, der både kan opfattes som situeret, på grund af de sociale mediers omdrejning omkring øjeblikket, samt opfattes som kulturtegnbestemt.

Da det rum, hvori meningen bliver medieret, er medieskabt, er der tale om et immaterielt rum, der skabes ved at mediet med sin mediering træder ind mellem modtageren og afsenderen. Derfor er det for modtageren af medieringen heller ikke tale om en direkte og personlig erfaring. Det betyder, at den erfaring som mennesket opnår i dette immaterielle rum, må benævnes som værende flad, da den mangler den dybde der opstår i erfaringsobjektets fremtrædelse. Tilsvarende er den upersonlig, da der er tale om en mediering af en andens personlige erfaring.

Fraværet af dybde i det immaterielle rum indebærer til gengæld også, at det gøres muligt at formidle værdi. Ved at kunne tage den menneskelige erfaring af det værdifulde, og lade den få udtryk og via en adskillelse imellem mening og meningssystemerne, bliver det muligt at skabe en fælles forståelse for selv et abstrakt begreb som værdi.

Det immaterielle rum som en sanseteknologi

Såfremt medierne skaber et immaterielt rum, hvori den menneskelige erfaring medieres mellem afsender og modtager, hvorledes påvirkes dette immaterielle rum af den teknologiske udvikling?

En teoretiker, der har beskæftiget sig med, hvordan den teknologiske udvikling har påvirket det immaterielle rum, er Paul Virilio. Virilio tager afsæt i det militære rum, men det kunne lige så godt have været en analyse af de sociale mediers immaterielle rum. Udgangspunktet er, at de skriftlige, visuelle eller auditive baseret medier fungerer som en forlængelse af de menneskelige sanser. Derfor skal medierne ikke kun opfattes som medieteknologier, som beskrevet i det foregående afsnit, men ligeledes som sanseteknologier. Et eksempel på, hvorledes medierne forlængere de menneskelige sanser finder vi under 2. verdenskrig. Her kunne det meste af det besatte Vesteuropa høre engelsk radio. Udover at fungere som koordinering af modstanden og transmittering af information, var disse udsendelser en konstant påmindelse om de allieredes tilstedeværelse og kamp mod det tredje rige. Radioen fungerede som en forlængelse af øret, der gjorde det muligt for lytteren at høre lyde

fra BBC's studier i London (McLuhan 1967, 17). På samme måde er tv en forlængelse af synet. Tv gør det muligt for alle at være til stede ved store begivenheder selv om de foregår på den anden side af jorden.

Accelerationen er det centrale i Virilios opfattelse af medierne som sanseteknologier (Brügger 2006, 311). Virilio er fokuseret på den iboende acceleration af information, der finder sted i overgangen fra en medieteknologi til den næste. Hver gang en medieteknologi har erstattet en tidligere, er der sket en acceleration af information, som medfører at informationen, der bliver medieret, bliver allestedsnærværende, øjeblikkelig og immateriel (Brügger 2006, 317). Filmen er et klassisk eksempel på denne acceleration. Hvor fotografiet først og fremmest indfanger verden i et fastlåst øjeblik, frigør filmen dette øjeblik og tilsætter det bevægelsen. McLuhan illustrerer dette via fortællingen om, hvordan filmen oprindeligt blev skabt for at indfange hestens bevægelse (McLuhan 1967, 314). I praksis skete dette ved at lade en hest galopere forbi en række kameraer, der var sat op således de kunne fastfryse hesten, på forskellige stadier, i sin bevægelse. Denne serie fastfrosne øjeblikke blev efterfølgende sat sammen til en film. Filmen, der først blev opfattet som en serie fotografier, viste sig at åbne op for en ny verden. Da filmen tilføjer bevægelsen til fotografiets stilstand, udvider dette det immaterielle rum. I forhold til den foregående diskussion af den menneskelige erfaring medierer filmen på grund af bevægelsen en erfaring, der er tættere på den direkte personlige erfaring, men der er dog stadig tale om en tilnærmelse.

I Virilios analyse af den acceleration, som finder sted i skiftet i mellem to medieteknologier, tager han som sagt udgangspunkt i krigen og det militære rum. Centralt i det militære rum er behovet for information: Det at vide så meget som muligt omkring fjenden eller slagmarken er afgørende for forskellen mellem sejr og nederlag (Brügger 2006, 311). Virilio knytter især synet til det militære rum og de informationer, man finder i dette rum. Det at være i stand til se igennem landskabet har alle dage været centralt i krigen; at gennemskue det militære rum og orientere sig om fjendens ageren. Det der kendetegner den medieteknologi, man finder i krige er fokuset på den optiske forlængelse af det menneskelige syn. I takt med at den teknologiske udvikling har muliggjort at informationerne løbende kunne transmitteres over større afstande, er det militære rum blevet forandret. Virilio påpeger, at det militære rum består af geografiske afstande og den tid som bevægelse

i rummet tager (Brügger 2006, 314). Med bevægelse mener Virilio både menneskets fysiske bevægelse i rummet, men også transitionen af information, der oprindeligt var knyttet til den fysiske bevægelse. Når de teknologiske fremskridt medfører en forøgelse af hastigheden for transmitteringen af informationerne i det militære rum, påvirker denne acceleration de fysiske afstande og tiden i rummet. Når hastigheden stiger, tager det mindre tid at transmittere information fra et punkt til et andet punkt, i det militære rum. Der er derfor en direkte korrelation imellem hastigheden af informationen og størrelsen på det militære rum. Det er centralt, fordi det medfører at aktørerne i det immaterielle rum derved kommer nærmere hinanden uden at geografisk afstand i et materielle rum bliver påvirket, og derfor får en mindre betydning.

Med introduktionen af elektroniske teknologier som internettet, er hastigheden i mediernes immaterielle rum, ikke længere knyttet til bevægelsen af menneskekroppen, men fokuseret på udelukkende at bevæge dele af den menneskelige krop. Grundlaget for det globale kommunikationsnetværk er teknologier, der oprindeligt var udviklet af det amerikanske militær, med henblik på at hurtigt sprede informationer mellem militærinstallationer i USA (Internet Society u.d.). Med internettet er det det menneskelige syn gennem skærme, der bliver udsat for en acceleration. Dette medfører, at informationen kan opnå endnu højere hastigheder og samtidigt fjerner behovet for den direkte kropslige tilstedeværelse i forhold til informationen, der bevæger sig mod at være allestedsnærværende, øjeblikkelig og immateriel. Virilio påpeger, at denne bevægelse vil medføre en frakobling af informationen og det fænomenologiske erfaringsrum. Der vil altså ske en udvidelse af den immaterielle verden, til en 'ikke-verden' (Brügger 2006, 319). Dermed er de tendenser, som Virilio peger på, i det militære rum, tilsvarende tilstede i andre medie skabte immaterielle rum i det omlæggende samfund.

På samme måde som radioen under 2. verdenskrig, gav lytteren adgang til et kunstigt immaterielt rum, hvori de kunne erfare krigens udvikling, skaber computeren i dag et vindue ind til en tilsvarende immaterielt rum, der dog ikke længere har en direkte tilknytning til den materielle verden. Hvor BBC, under 2. verdenskrig, tidligere var afgrænset til hændelserne i den materielle verden, er computeren i dag ikke længere på samme måde afgrænset. Alle informationer kan øjeblikkeligt fremkaldes, analyseres og derved også erfares, uafhængig af den materielle verden, tiden og den

fysiske afstand (Brügger 2006, 326). Denne konstante acceleration af information medfører, at der opstår en øjeblikkelighed. Den kommer til udtryk i forhold til tilgængeligheden af informationen, men er dog ikke begrænset til computeren, som fastholder mennesket i en stilstand, men bliver yderligere accelereret af mobilteknologien, der giver mennesket adgang til internettets immaterielle rum uanset hvor man befinder sig. På grund af denne mulighed for mobilitet er vi i dag i stand til at tale om at informationen ikke bare er blevet øjeblikkelig og immateriel, men også allestedsnærværende. Dette medfører at aktørerne i de sociale medier ikke bare konstant har adgang til mediet, men også er tilgængelig i mediet. Denne konstante tilgængelighed medfører at de sociale medier, som intet medie før dem, bliver en integreret del af aktørernes verden.

Delkonklusion

I overgangen fra massemedier til sociale medier er der sket endnu en forøgelse af informationens acceleration. For bare få år siden formidlede massemedierne verdens store nyheder til den brede befolkning. I dag er der større sandsynlighed for at disse nyheder læses på de sociale medier, før de rammer massemedierne. Denne nye situation i formidlingen af nyheder skyldes, at accelerationen mediernes immaterielle rum har nået en hastighed, hvor de geografiske skel mellem aktørerne har mistet sin betydning og derfor opstår der nye sociale grupperinger i de sociale medier. Vi er derfor nødsaget til at anerkende og undersøge disse nye sociale formationer nærmere, for at kunne identificere deres betydning for værdiskabelsen i de sociale medier.

Fundamentet for det sociale

Før vi kan undersøge disse nye sociale formationer nærmere, er vi nød til først danne en forståelse for dannelsen af det sociale. Her vender jeg tilbage til Merleau-Pontys fænomenologiske forståelse af mødet imellem Jeg'et og den Anden. Hvad jeg opfatter som det absolutte nulpunkt for skabelsen af det sociale.

Når den Anden træder ind og lader sig percipere af Jeg'et, er det først som et erfaringsobjekt på samme måde som alle andre erfaringsobjekter, Jeg'et perciperer (Merleau-Ponty 1999, 43). Dog i det øjeblik at den Anden afslører sig selv som et cogito, sker der en sammensmeltning af Jeg'et og den Anden, der frigør den Anden,

således at denne ikke længere fastholdes som et erfaringsobjekt. Jeg'et genkender den Anden som et andet jeg. Eller som Merleau-Ponty udtrykker det:

"Enhver anden er en anden mig." (Merleau-Ponty 1999, 38)

Jeg'et forstår den Anden ud fra sin egen selvforståelse, Jeg'et spalter sig selv over i den Anden. Den Anden bliver en kopi af Jeg'et, dog uden at blive Jeg'et. Jeg'et forventer, at den Anden har de samme følelser, tanker og evne til at percipere som Jeg'et selv. Det er Jeg'ets eget greb på verden der gør Jeg'et i stand til at forstå den Anden, som et andet Jeg. Et greb som Jeg'et finder i Jeg'ets forståelse af sin "værende i verden", hvilket muliggør forståelsen af den Andens væren i verden (Merleau-Ponty 1999, 41). Den Anden er på en gang både et objekt for Jeg'ets fortolkning og samtidig et cogito der tilsvarende fastholder Jeg'et i en fortolkning. Dette medfører at den Anden ikke længere er et erfaringsobjekt som udelukkende lader sig fortolke.

Dette møde imellem Jeg'et og den Anden, adskiller sig fra Jeg'ets møde med de statiske objekter. Denne forskel skyldes primært at i mødet imellem Jeg'et og den Anden er begge påvirkelige af de affekter som mødet skaber, der opstår kontinuerlig modulering af fortolkningen af den Anden i mødet (Carnera 2010, 315). fordi Den Anden ikke lader passivt percipere, opstår der en kontinuerlig modulering af fortolkningen. Der er altså en dynamik immanent i mødet imellem Jeg'et og den Anden, en dynamik som forplanter sig videre ud i det sociale.

Tilsvarende på grund af det fælles tilhørsforhold til den samme verden er Jeg'et og den Anden er i stand til at opbygge en fælles forståelse af den værende verden, som Merleau-Ponty udtrykker det:

"Det er, som om denne sansningens universalitet, ..., endelig ophørte med at være en universalitet for mig og endelig blev suppleret med en anerkendt universalitet."
(Merleau-Ponty 1999, 47)

Der er altså tale om en objektiv verden som lader sig percipere ligeligt af alle fortolkende cogito'er der så via sproget skaber et inter-subjektivt rum hvor der kan dannes en fælles forståelse af denne perciperede verden. Ud fra denne fælles

forståelse dannes der et *værens*fællesskab, der af sproget og kommunikationen bliver transformeret til et *gørens*fællesskab (Merleau-Ponty 1999, 45). Det er på baggrund af dette *gørens*fællesskab, at fælles meninger og fortolkninger udvikles, hvilket er det første skridt mod det sociale/kulturen. Fundamentet for det sociale er altså det *gørens*fællesskabet Jeg'et og den Anden danner sammen.

Multituden

Det sociale og derfor også de forskellige *gørens*fællesskaber varierer i størrelser og form. Det er vigtigt her at påpege, at *gørens*fællesskabet ikke nødvendigvis er det samme som samfundet, da *gørens*fællesskabet kan eksistere i mange forskellige former og størrelser. Derfor i et ønsket om at præcisere *gørens*fællesskabet, tager jeg i det efterfølgende udgangspunkt i Michael Hardt og Antonio Negris begreb om multituden. Multituden adskiller sig fra opfattelsen om befolkningen eller folket ved at være en pluralistisk og sammensat mængde af enkelte individer der samles om noget, de har fælles. Derved skal multituden forstås som en socialt subjekt til en der bliver dannet rundt om noget fælles. Da multituden har det fælles som omdrejningspunkt for dens handlinger, vil den derved være selvregulerende, altså stå uden en hersker (Hardt og Negri 2004, 28-29). Multituden kan derfor opfattes som et *gørens*fællesskab der er et åbent og inkluderende rum, som indeholder alle aktører så længe de er forenet om det fælles (Hardt og Negri 2009, 40).

Hvad multitudens medlemmer har til fælles varierer; der kan både være tale om biologiske, socio-økonomiske eller politiske fællesskaber. Dette medfører også, at den enkelte aktør kan bevæge sig ind og ud af forskellige multituder, altså ind og ud af forskellige fællesskaber. Disse fællesskaber bliver af Hardt og Negri beskrevet som det *naturligt fælles* da det dette bliver skabt ikke på baggrund af en *Kunstig* opstillet nødvendighed men bliver til i et rum, på baggrund af en naturligt tilknytning imellem aktørerne der er uafhængig af institutionelle strukturer (Hardt og Negri 2009, 253). Hardt og Negri går endda så langt som at sige, at multituden truer med at ødelægge de eksisterende sociale ordner og institutionelle strukturer. Dette skyldes at multituden er et udtryk for en ny form for liv, nemlig et kunstigt liv der kun eksistere så længe der er noget fælles for den enkelte multitudine, noget socialt, altså et socialt liv, uden for samfundets traditionelle sociale orden og strukturer (Hardt og Negri 2004, 35). Denne sammensmeltning af det sociale og magten med medfører at multituden bliver et ontologisk greb om fællesskabet som opstiller en delmængde af

samfundet i kontrakt til det omlæggende samfunds norm (Nilsen 2004, 91). Da multituderne fanger på tværs af traditionelle sociologiske klasser opstår der i kraft af multituden en dynamik i samfundet som indeholder en transformativ kraft der kan formå at skabe en ny samfundsnorm.

Et eksempel på hvorledes multituden kan forsage en transformation af samfundsnormen, ses tydeligt i serien af revolutioner i Nordafrika i foråret 2011. Disse revolutioner var kendetegnet af at være bredt forankret i samfundet på tværs af de traditionelle skel. De multituder der opstod, havde alle det tilfælles at medlemmerne ønskede en transformation af det omlæggende samfund. Multitudens transformative kraft udspringer fra det fælles, det sociale. Det fælles som er omdrejningspunktet for multituden er ligeledes instrumental for at flere af de nordafrikanske revolutioner opfattes som succesfulde, selv om multituderne rummede flere modsatrettede politiske målsætninger. Hvis man retter blikket imod den amerikanske bevægelse ”*Occupy Wall Street*”, ser man at det fælles element er fraværende (Occupy Wall Street 2011). Hvor de nordafrikanske revolutioner havde et klart mål med transformationen, mangler den amerikanske bevægelse på nuværende tidspunkt et fælles mål, udover en utilfredshed med samfundsnormen og et ønske om transformation. Pointen her er, at for at multituden kan oprettes, og for at den kan udnytte den transformative kraft, er det nødvendigt at de forskellige aktører der indskrives i multituden kan identificere et konkret fælles mål. Særligt for at kunne kommunikere multitudens forståelse af verden, er det nødvendigt at kunne identificere, hvad det fælles er. Det skal dog bemærkes, at man ikke kan afskrive den amerikanske bevægelse på nuværende tidspunkt, da kommunikationen omkring denne langt fra er afsluttet.

Forudsætningen for dannelsen af multituderne er selvsagt at aktørerne mødes og via sproget formår at finde det fælles. Her er storbyen et eksempel på et materielt rum, hvor vi kan observere formationen af forskellige multituder. Tilsvarende er de sociale medier et immaterielt rum, hvor formationen af multituderne finder sted (Hardt og Negri 2009, 252). De sociale medier adskiller sig fra storbyen ved den førnævnte acceleration i de immaterielle rum. Multituderne der opstår i de sociale medier vil opstå hurtigere da aktørerne har nemmere ved at finde det fælles. På samme måde vil aktørerne også hurtigere kunne bevæge sig fra en multitudine til en anden. Dermed er de sociale medier på en gang et privat medie, der former sig efter

den enkelte aktør og samtidig en platform, hvorpå forskellige multiteter formes og kommer til udtryk. Det er den interaktion der adskiller sociale medier fra massemedierne.

Interaktionen forplanter sig altså som det centrale for det sociale, fra det simple gørensællesskab til den mere komplekse multitude. I et senere afsnit vil jeg undersøge interaktionen nærmere.

Selvorganiseringen i de sociale medier

I multituden som Hardt og Negri beskriver, er der ikke nogen herskende leder. Dette betyder dog ikke at multituden skal opfattes som anarki. Tværtimod, så er det det fælles der er det centrale. I dette afsnit vil jeg, med udgangspunkt i de sociale medier, beskæftige mig med hvilke former for organiseringer der finder sted i det sociale både inde og udenfor multituden.

Selv om selve kategoriseringen varierer i de forskellige sociale medier så er kategoriseringen i sig selv fælles for dem alle. Det er muligt at identificere tre overordnede kategoriseringer:

1. Mediets kategorisering af aktørerne
2. Aktørernes selv-kategorisering
3. Aktørernes kategorisering af hinanden.

Mediets kategorisering af aktørerne, er en udefra kommende kategorisering, der forsøger at påtvinge bestemte relationer ned på den enkelte aktør. Denne kategorisering har til formål at skabe en overordnet adskillelse mellem dem som er en del af mediet og dem, der står uden for. På Facebook er det en adskillelse mellem dem som er venner og dem som ikke er venner, på Twitter skelner man mellem dem som følger og dem som ikke-følger. Denne binære opdeling imellem inde og ude organiserer aktørerne i forhold til hinanden. Det er vigtigt her at understrege at denne overordnet organisering af aktørerne i de sociale medier, ikke er noget der specifik kendetegner de sociale medier, men er gældende for alle medier. Boligen adskiller beboer fra ikke-beboer, tv adskiller seere fra ikke-seere osv. Det særegne for de

sociale medier er, at de aktører der deltager i mediet foretager yderligere kategoriseringer, en kategorisering i mediet.

Den første af disse yderligere kategoriseringer er aktørens egen selv-kategorisering. Denne kategorisering foretages i forhold til de andre aktører i mediet.

På grund af den før omtalte normative pres om at konstant dele øjeblikket med resten af netværket, opstår der en egen-kategorisering, som gør det muligt for den enkelte aktør at vurdere, hvilke øjeblikke, der skal deles. Denne egen-kategorisering er også hvad Gert Lovink kalder for administrering af aktørens menneskelige side (G. Lovink 2010, 27). Den enkelte aktør skal altså ikke bare præsentere øjeblikket i vedkommendes liv, men dette skal også gøres således at vedkommende fremstiller sin menneskelighed. Det kan kun lade sig gøre for den enkelte aktør ved at positionere sig i forhold til alle andre aktører. Det at udstille sin menneskelighed er derfor at udstille sit eget idealstadium, hvilket gør den enkelte aktør til menneske. Lovink går så langt til at sige at der derfor ikke længere er tale om et *Übermensch* som det transcendentale mål for mennesket, men at der i de sociale medier er tale om at den enkelte skal være et *Mehrmensch*, altså at være mere et menneske end de andre aktører (G. Lovink 2010, 27). Det er vigtigt her at huske på at i denne kontekst, bliver det at være menneske illustreret igennem en fremstilling af en idealisering af sin menneskelighed.

Dette fokus på øjeblikket bliver underbygget af de forskellige sociale netværks hjemmesider. På Facebook bliver brugeren spurgt ”Hvad har du på hjertet?”, Twitter spørg ”What’s happening?” og på LinkedIn bliver brugeren opfordret til at dele en opdatering. Aktørerne bliver opfordret til at dele ethvert øjeblik med deres netværk. Det er ikke kun kendetegnede for de tre valgte eksempler men er generelt for alle sociale netværk. De øjeblikke, der bliver delt mellem de forskellige aktører, er i deres natur unikke og må derfor frembringe nye informationer, uanset hvor trivielle disse måtte være. Der opstår dog først nye færdigheder og kundskaber¹ i det øjeblik hvor interaktionen imellem de forskellige aktører bliver introduceret. Centralt i de sociale mediers formåen til at skabe og mediere ny viden står altså interaktionen imellem aktørerne. Resultatet af dette forhold imellem øjeblikket og interaktionen kan ikke på

¹ Forstået her som ny viden og refleksion over denne viden.

forhånd forudsiges. Denne uforudsigelighed skyldes, at det øjeblik som bliver delt i det sociale medie bliver delt med alle på en gang. Det betyder, at den interaktion, der finder sted, på baggrund af det delte øjeblik er baseret på tilfældighed. Det er selvsagt ikke alle øjeblikke, der bliver delt på de sociale medier, der fremmer en kvalitative viden. Som i andre medier, er også de sociale medier afhængige af aktørerne samt den information der bliver medieret. Dette ændrer dog ikke på, at alle øjeblikke der bliver delt, og derved gjort aktive i forhold til en potential interaktion, vil kunne være udgangspunktet for en eller anden skabelse af viden. Jeg vil ligeledes i det næste kapitel komme nærmere ind på denne interaktion og især denne viden der bliver skabt i interaktionen.

Denne egen kategorisering, som hver enkelte aktør foretager, bliver konstant udfordret fra de andre aktørers side. Den enkelte aktør kategoriserer ikke bare sig selv, men også de aktører, vedkommende er forbundet til. Kategoriseringen sker via interaktionen som opstår ud fra de enkelte øjeblikke. I denne interaktion foretager alle deltagende aktører en fortolkning af det fremstillede øjeblik. Da det enkelte øjeblik er en selvkategorisering, er fortolkningen af øjeblikket derfor enten en bekræftelse af selvkategoriseringen eller et forsøg fra den fortolkende aktør, på at re-kategorisere ikke bare det delte øjeblik, men også den aktør der fremstiller det delte øjeblik. Kategoriseringen af den enkelte aktør, finder altså sted i denne konstante fortolknings bevægelse hvor hvert enkelte øjeblik bliver fortolket via interaktionen der opstår omkring disse øjeblikke. Som tidligere nævnt er dette en interaktion der er præget af at være tilfældig, og derfor vil fortolkningsbevægelsen heller ikke kunne forudsiges. Den dynamik der opstår i denne uforudsigelige bevægelse vil blive uddybet nærmere, i et senere afsnit.

For at forstå, hvorledes de sociale medier formår at regulere menneskeligt adfærd, er vi nødt til at vende tilbage til selv-kategoriseringen og Lovinks begreb om *Mehrmensch*. Som nævnt tidligere er denne selvkategorisering en stræben efter en fremstilling af en udstilling af sit eget idealstadie. Dette ideelle stadie er ligeledes også et æstetisk stadie, et stadie hvor den ideelle fremstilling af sin menneskelighed bliver gjort fra sit smukkeste og mest virtuose perspektiv. Michel Foucault beskriver i essayet ”At skrive sig selv” hvorledes det at nedskrive, at eksternalisere ens tanker har en regulerende effekt på sjælens bevægelser (Foucault 1995, 187). Hvor Foucault

fokuserer på synden, fokuserer jeg i stedet på det virtuose. Dette skifte i fokus betyder dog stadig at reguleringen af den menneskelige adfærd er intakt.

Foucault påpeger, at skriften spiller en central rolle i det enkelte menneskes transformation til etos (Foucault 1995, 189). Nedskrivningen af tanker, handlinger og refleksioner samt den efterfølgende meditation over dette indlejrer det nedskrevne i sjælen og befrier derved sjælen fra fremtidens bekymringer og vender den mod fortidens meditationer (Foucault 1995, 189-191). Via disse meditationer får det nedskrevne en regulerende effekt på den enkelte, da dette tvinger os til at forholde os til fortidens adfærd og genoverveje denne i nyt lys. Det er den samme reflektive bevægelse, dog modsatrettet, der finder sted på det sociale medie. Når den enkelte aktør udstiller sin egen selv-kategorisering, sker dette ud fra en stræben efter Mehrmensch. En stræben, der grundet den løbende fortolkning forårsager, at den enkelte aktør er nødsaget til at afspejle sin adfærd, i dette Mehrmensch. Det er altså den løbende fortolknings bevægelse af selv-kategorisering, der medfører at de sociale medier formår at regulere aktørernes adfærd. Denne regulering manifesterer sig både inden og uden for mediet.

Den diskursive forhandling

Selve interaktionen mellem aktørerne i de sociale medier er selvsagt påvirket af det immaterielle rum, hvor i interaktionen forgår. Jeg vil i det følgende argumentere for en forståelse af denne interaktion, og hvordan denne kan transformere rummet, både det materielle og det immaterielle. Denne argumentation har til formål at kaste lys på de dynamik der fremkommer i rummet, på baggrund af de interaktioner der finder sted.

Det er en dynamik, der opstår i vekslingen imellem, hvad jeg betegner, som det *kunstige* og *naturlige* rum. Denne opdeling er inspireret af Hardt og Negris brug af det kunstige og naturlige i forhold til formationen af multituden.

Min adskillelse imellem det kunstige og naturlige rum er knyttet til den menneskelige handling, der finder sted i rummet. Der er altså tale om et forhold imellem intentionen med dette rum, samt de handlinger som bliver udført i dette rum. Ifølge Hayek er den menneskelige orden, her forstået som den orden der er resultatet

af menneskelig vilje, kun delvis et resultat af menneskelige intentioner (Hayek 1968, 10). Det implicerer, at de menneskelige handlinger i et givet rum både kan være resultatet af menneskelige intentioner samt opstå som følge af interaktionen mellem mennesker.

Forskellen på disse to måder blev af grækerne kaldt for henholdsvis *Taxis* og *Cosmos* (Hayek 1968, 11). *Taxis* er den meningsfulde arrangering af elementer i bestemte rækkefølger og med specifikke funktioner. I modsætning til dette står *Cosmos* som er beskrivelsen af den orden, som opstår uafhængig af direkte menneskelig vilje, og er afhængig af menneskelig handling. Orden er ikke målet for denne menneskelige handling. En vigtig forskel på *Taxis* og *Cosmos* er deres forhold til formålet. Et rum skabt på baggrund af *Taxis* har et specifikt formål som det er designet til at imødekomme, hvorimod et rum skabt på baggrund af *Cosmos* ikke har noget specifikt formål, da dette ikke er resultat af bestemt menneskelig vilje, men fremkommer som resultatet af adfærden blandt gørensféllesskabets aktører (Hayek 1968, 12).

Det jeg betegner som det kunstige rum, er det rum som på baggrund af menneskelige intentioner understøtter den menneskelige handling, der er rettet imod et specifikt mål, altså et rum designet ud fra *Taxis*, hvilket understreger at rummet i sig selv har et relation til handlingen og den/de handlende aktører der er til stede i rummet. Det naturlige rum er derimod frakoblet fra et specifikt mål. Der er altså ikke nogen relation imellem rummet og de specifikke handlinger. Inden vi begynder at gå nærmere ind i forholdet og dynamikken i mellem det kunstige og naturlige rum, skal vi først kort fastlægge en forståelse af den menneskelige handling.

Handling er muligt i et hvert rum, såfremt at rummet tillader interaktioner, enten imellem aktører eller imellem en aktør og rummet selv. Von Mises definerer den menneskelige handling² som den meningsfulde handling, der opstår som reaktion på udefrakommende stimulus, der er rettet imod et specifikt mål.

² Den menneskelige handling skal her forstås både som en fysisk handling, som i at gøre noget, samt som en udsigelse, som i at sige noget.

“Action is will put into operation and transformed into an agency, is aiming at ends and goals, is the ego’s meaningful response to stimuli and to the conditions of its environment, is a person’s conscious adjustment to the state of the universe that determines his life.” (Mises 1996, 11)

Da den menneskelige handling er autonom og fri, er den også rettet imod sit eget mål; det kan enten være det samme som intentionen med det kunstige rum, eller det kan være modsatrettet. Det er i denne potentielle konflikt mellem den autonome menneskelige handling og den grundlæggende menneskelige intention med rummet, hvori vi finder energien, der ligger til grund for den omtalte dynamik imellem det kunstige og naturlige rum.

Langt de fleste materielle rum er kunstige rum, da de er resultatet af en meningsfuld menneskelig handling som er rettet imod en specifik intention. En intention, som rummet efterfølgende viderefører. Et eksempel på et kunstigt rum ville være undervisningslokalet. Undervisningslokalet er designet med henblik på at understøtte lærens faciliteren af viden hos eleverne. Et eksempel på et naturligt rum ville være byrummet. Ifølge Nigel Thrift er byrummet kendetegnet som værende et ikke-repræsentativt rum, som orienterer sig imod de affekter og imitationer der finder sted i rummet, handlinger der samtidig er uafhængig fra byplanlæggerens intentioner med rummet (Samson 2010, 119). Der er altså ikke nødvendigvis en direkte relation imellem byrummet og de specifikke handlinger, der er tilstede i dette. Selv om det naturlige rum er designet med intentionen om at understøtte et specifikt mål, er det således kendetegnet ved at de handlinger der finder sted i rummet ikke har nogen relation til intentionen. Der opstår en dynamik, når et rum veksler imellem det *kunstige* og det *naturlige*. Dermed ligner den på mange måder den transformation, der finder sted i det, Maria Hellström kalder for den diskursive handlings- og udtryksby (Samson 2010, 117). Men hvor Hellström er fokuseret på byrummet, ønsker jeg at brede begrebet ud, så det er i stand til at favne transformationen der finder sted i alle former for rum, materielle som immaterielle.

For at eksemplificere denne diskursive transformation tager jeg fat i kontoret. Kontoret er et kunstigt rum, det er designet med henblik på at maksimere, det/de arbejdende individers effektivitet. Intentionen med kontoret er altså effektiv videnskabelse. Rummets transformation påbegyndes i det øjeblik, der introduceres et

ikke-arbejdende individ i rummet. I det øjeblik påbegynder der en diskursiv forhandling om rummets relation til individerne, en forhandling, der enten resulterer i at den nyankommne underordner sig det kunstige rum, eller katalyserer transformationen af rummet til et naturligt rum, hvor der opstår en adskillelse af intentionen med rummet samt de menneskelige handlinger der finder sted deri. Når individet, der katalyserede transformationen forlader rummet igen, sker der atter en transformation, hvor rummet vender tilbage til sin oprindelige tilstand. Vi ser således, at der sker en forening mellem rummets intentioner og autonome menneskelige handlinger.

I det overstående har jeg argumenteret for den transformation, som Hellströms peger på finder sted i alle rum. Da resultatet af transformationen er ukendt, vil den samtidig også indholde en dynamik, som opstår på baggrund af mødet mellem individer inden for rummets rammer. Et møde som dog kun kan katalysere denne transformation, altså være til grunde for dynamikken, såfremt dette møde giver anledning til den diskursive forhandling, som Hellströms ligger til grund for transformationen. Igen ender vi med interaktionen som det centrale i forhold til vores undersøgelser af det sociale - dog med det tilfældige som en ekstra dimension. Et tilfældigt møde vil være kendetegnet af et behov for en diskursiv forhandling, mens individet ved et planlagt møde typisk vil have en idé om, hvilket handlemønster og socialt adfærd der vil være den rette.

I beskrivelsen af de sociale mediers immaterielle rum kan man bruge den samme adskillelse mellem det *kunstige* og *naturlige* rum som ovenfor. Da de sociale medier er resultatet af bevidst menneskelig intention rettet imod det bestemte mål at skabe nogle rammer for den sociale interaktion mellem forskellige aktører, skal dette immaterielle rum grundlæggende opfattes som et kunstigt rum. Selv om intentionen fra designerens og virksomhedens side er interaktion og mediering af information, forekommer der flere diskursive forhandlinger i dette immaterielle rum end i andre rum. Selv om aktørerne i de sociale medier ikke mødes i det immaterielle rum, på samme måde som de ville gøre det i de materielle rum, møder de den medierede information. Informationen bliver den fælles referenceramme for den efterfølgende interaktion omkring identifikationen af det fælles. De tidligere nævnte eksempler – de nordafrikanske revolutioner og den amerikanske bevægelse Occupy Wall Street - viser netop, hvorledes de sociale medier er en platform for identifikationen af det

fælles. I Nordafrika var det Facebook-sider som ”We are all Khaled Said”, der fokuserede oprørerne i Egypten omkring en fælles position (Oxford Today 2011), mens Occupy Wall Street-bevægelsen endnu ikke har skabt en samlet position. I kraft af mødet med de medierede informationer opstår der en diskursiv forhandling mellem aktørerne på de sociale medier. Denne forhandling transformerer det immaterielle rum fra et kunstigt til et naturligt rum, der åbner op for formationen af multituden.

Delkonklusion

Der sker en konstant diskursiv forhandling i de sociale medier, en forhandling som både påvirker den Andens og Jeg’ets væren i verden. Derved opstår der et gørensfællesskab i de sociale medier. Et gørensfællesskab som bliver til en multitude, når andre aktører i mediet støtter op om det, der i gørensfællesskabet bliver identificeret som værende det fælles. Det centrale i det sociale er som nævnt flere gange interaktionen imellem aktørerne. En interaktion der medvirker til at identificere det fælles, eller sagt på en anden måde det, som multituderne kan samles om. Det vil være naturligt at antage, at det som en række autonome individer kan samles om må være det, som de selvsamme individer værdsætter. Det er derfor i interaktionen imellem aktørerne, i det sociale, at det værdifulde bliver identificeret. Den sammenhæng kender vi også fra andre sociale mekanismer, eksempelvis markedet. I modsætning til markedet er den værdi der bliver identificeret i de sociale medier imidlertid ikke en markedsværdi, men nærmere en værdi, der afspejler alle aspekter af det menneskelige liv.

Den diskursive forhandling, der på den ene side forener aktørerne i en multitude, underkaster samtidig også aktørerne den sociale magt. Det er denne sociale magt og dens forhold til den identificerede værdi i det sociale liv, jeg vil undersøge nærmere i det efterfølgende afsnit.

Den sociale magt

Interaktionen er i det foregående afsnit fremstillet som et af de centrale elementer i det sociale. Interaktionen i det sociale kommer til udtryk på mange forskellige måder. Den mest grundlæggende måde, hvorved aktørerne i det sociale interagerer er

via sproget. Når aktørerne bevæger sig ind i sprogets immaterielle rum, som ikke er et magtløst rum, foretages der en konstant regulering af den enkelte, tilsvarende er den enkelte ligeledes medvirkende i den selvsamme regulering af de andre aktører via sin interaktion.

Som tidligere nævnt er sproget et meningsystem, hvilket betyder at sprogets opgave er at tilbyde en systematisk metode hvorved at den menneskelige erfaring kan medieres. Sproget består af en serie af tegn og symboler, der sammensat giver udtryk for en mening. Denne mening er dog ikke indlejret i tegnene selv. Et tegns mening er altså ikke immanent i tegnet, men forhandles imellem afsenderen og modtageren via tegnet. Tegnet bliver af afsenderen udtryk for en mening, en mening som jeg i et tidligere afsnit har forbundet med den menneskelige erfaring af væren i verden. Det fremstår derved som en repræsentation af denne erfaring og derved bliver tegnet til den krop, hvori den menneskelige erfaring finder sin mediering og udtrykkelighed. Tegnet bliver af afsenderen præsenteret for en given modtager som et forslag på en forståelse af en specifikt erfaring af verden, som både Jeg'et og den Anden har haft. Der er altså ikke tale om en simpel kodning og afkodning af sproget, men en forhandling om en fælles enighed om betydningen af det enkelte tegn, i den givende kontekst (Merleau-Ponty 1999, 57). Konteksten er central, for sprogets mening, eller Merleau-Ponty udtrykker det:

"I virkeligheden er det blot ikke med et ord, men det er som den tomme plads mellem ordene, at der findes sted i sproget" (Merleau-Ponty 1999, 58-59).

Den situerede og kulturbestemte mening

I et tidligere afsnit opdelt jeg den menneskelige mening i henholdsvis den situerede mening og i den kulturtegnbestemte mening.

Tager vi først udgangspunkt i den situerede mening er der her tale om en mening, der hverken findes immanent i sproget eller hos Jeg'et eller den Anden, men i den diskursive forhandling der sker i mødet. Netop mødet danner rammerne for den kontekst, hvori sproget udfolder sig imellem Jeg'et og den Anden. Før sproget kan udfoldes i mødet, må afsenderen træffe en række valg. Først og fremmest skal afsenderen vælge de tegn, som vedkommende vurderer bedst muligt, i den given kontekst, formår at repræsentere vedkommendes erfaring af verden. Afsender

forsøger altså at fange meningen, som springer fra tanken, der er funderet i en erfaring af væren i verden, ved hjælp af tegnet. En mening, der dog først tilkendegiver sig i konteksten, hvor i afsenderen udfolder de valgte tegn. Det medfører, at afsenderen er i en konstant turbulens og usikkerhed for, hvorledes meningen fortolkes af modtageren. Gennem sine valg gør afsenderen sproget til sit eget på samme måde som maleren gør maleriet til sit eget. Ikke fordi maleriet kommer fra maleren, ikke fordi sproget foldes ud fra afsenderen, men fordi meningen forstås ud fra afsenderens forståelse af den ækvivalente mening (Merleau-Ponty 1999, 81).

På samme måde som det enkelte cogito fortolker verden via analyse og dommen, fortolker modtageren også sproget ud fra analyse og dom. Da sproget i modsætning til det objektive erfaringsobjekt, ikke er statiske, er fortolkningen afhængig af det enkelte cogitos forudgående perceptioner. De forudgående perceptioner skal grundlæggende forstås som de dogmatiske forståelser, som modtageren har opnået i forudgående gørensfællesskaber. Fortolkningen af den værende verden, som kommer til udtryk gennem sproget er altså en projektion, den enkelte kaster ud foran sig, og møder verden gennem (Merleau-Ponty 1999, 65). Et andet eksempel på kontekstens betydning for meningen kan identificeres i forsøget på at gengive en sproglig udveksling. Selv den bedste og mest detaljerede gengivelse vil ”.. *mangle de talendes tilstedeværelse, deres gestus, ansigtsudtryk og fornemmelsen af noget, som er ved at ske, af forløbende improvisation.* (Merleau-Ponty 1999, 76)” konteksten, mødet, mangler altså i gengivelsen. Dette gør sig gældende både i den aktuelle gengivelse og i den historiske gengivelse. På grund af konteksten mangler i gengivelsen frem står den som have en manglede på dybde og upersonlig. Dette gælder uanset hvilket medie, gengivelsen finder sted i, herunder selvsagt også de sociale medier.

I forhold til den kulturtegns bestemte mening er der tale om en mening, der har opnået en historicitet. Kulturtegnet er en beholder, hvori meningen opbevares og er tilgængelig for en hurtig afkodning. Dette giver de enkelte aktører mulighed for at mediere meningen. På samme måde som museet omdanner maleriet til et værk, der bliver placeret ind i en historie, bliver meningen ligeledes placeret i en historisk kontekst (Merleau-Ponty 1999, 83). Kulturtegnet er altså på samme måde som sproget et meningssystem, der på engang gør det muligt for meningen at

transcendere historien, ligesom den gør medieringen af afgrænsningen imellem dem som tilhører gørensfællesskabet og dem der ikke gør mulig – i form af kommunikationen om ”Dem og Os”. Tager vi fat i det tidligere eksempel med uniformen som symbol for en given kulturtegns bestemt mening, bliver bæreren af uniformen ikke længer observeret af Jeg’et som et andet Jeg, men bliver opfattet som et erfaringsobjekt i sig selv. Denne transformation af Jeg’et der bærer uniformen skyldens uniformes rolle som et kulturtegn, der repræsenterer en række forskellige situerede meninger.

Betydningssystemer

Det enkelte cogitos samlede meningssystemer udgør vedkommendes betydningssystem (Merleau-Ponty 1999, 85). Betydningssystemet skal opfattes som det indre system, hvorved den enkelte cogito organiserer sin forståelse af væren i verden. Dette medfører, at det er betydningssystemet der ligger til grund for de forudgående perceptioner, og at det ligeledes er betydningssystemet der ligger til grunde for sprogets regulerende evne. Denne regulering skyldes, at det ligeledes er i betydningssystemet, at fortolkningen tager sit udgangspunkt, og derfor også de handlinger som Jeg’et foretager. Merleau-Ponty beskriver det som at det indre (tanken, betydningssystemet) bliver det ydre (sproget, kulturtegnet, meningen), at Jeg’et går over i den Anden og omvendt (Merleau-Ponty 1999, 95). Der sker derfor en gensidig påvirkning af henholdsvis både Jeg’et og den Anden; en påvirkning som potentielt medfører en forandring. I mødet imellem disse to forskellige betydningssystemer, opstår den diskursive forhandling. Det er en udveksling af meninger som er funderet i aktørernes menneskelige erfaringer der gerne skulle munde ud i en fælles fortolkning af disse erfaringer, som i sidste ende medfører en harmonisering af betydningssystemerne. Da betydningssystemerne er grundlaget for fortolkningen, medfører denne forandring tilsvarende en forandring i cogito’ernes fortolkninger af væren i verden, og derved er der tale om en regulering af det enkelte cogito, som er rettet imod individets forhold og forståelse af den omkring værende verden.

Den produktive offentlighed

Traditionelt bliver mediets immaterielle rum beskrevet som værende enten offentligt eller privat. En klassisk forståelse af forholdet mellem det offentlige og det private er

det klassisk liberale perspektiv, hvor adskillelsen af det offentlige og det private har juridisk karakter (Forough 2010, 80). I dette perspektiv handler adskillelsen af det private og offentlige om at have magten til at foretage sådan en adskillelse.

Forståelsen af denne magt til at skære det private ud af det offentlige defineres ud fra ejendomsretten. Ejendomsretten er et økonomisk begreb, der bliver brugt til anerkendelsen af, hvem der har retten/magten til at adskille det private fra det offentlige. Ejendomsretten bliver tildelt til det menneske der formår at afgrænse en del af det offentlige, erklære dette for værende privat, og derved afgøre hvem der er inkluderet samt hvem der er ekskluderet. Grundantagelsen i det klassiske liberale perspektiv er derved at hvad der endnu ikke er gjort privat må nødvendigvis være offentligt, samt at det offentlige kan bøjes således at nogle kan ekskluderes, hvor andre bliver inkluderet. Dette perspektiv på det offentlige og private tager udgangspunkt i det rum hvor aktørerne mødes. Der kan altså enten være tale om et privat rum, eller et offentligt rum.

Denne ide om at det offentlige eksisterer forud for det enkelte menneske opponerer Richard Sennett imod. Med udgangspunkt i den enkelte aktør og inspireret af naturretstænkernes foretager Sennett en opdeling imellem det offentlige, som værende noget mennesket har skabt, og det private, som værende iboende i den menneskelige natur (Sennett 1974, 98). Der er altså tale om en balance mellem det enkelte menneske og dets tilstand i det private overfor det offentlige rum, kulturen, der opstår imellem mennesker (Sennett 1974, 91). Det betyder, at alle aktører i det offentlige rum deltager i en evig kommunikation af dem selv og deres egen selvopfattelse, samtidig med at de bliver bombarderet af en strøm af informationer fra forskellige medier, der er rettet sin kommunikation imod det offentlige rum. Samtidig eksisterer det offentlige rum kun i kraft af det menneskelige møde – og dermed kun så længe mennesker mødes. Fiona Tempelton illustrerer dette i hendes bearbejdning af indkøbscentret (Chain Arts 2004, 239). Her er ingen ekskluderet og derfor anser vi det for et offentligt rum; dog er der stadig tale om private aktører, der bevæger sig rundt mellem hinanden, og som er underlagt samfundets normer og regler. Templetons pointe er, at selv menneskene i det offentlige rum er adskilt fra hinanden. Dermed er det offentlige rum ikke i sig selv andet end det modsatte af det private rum. I denne opfattelse er det centrale, forbindelsen imellem de enkelte aktører. Det offentlige er derved noget, som skabes ved interaktion mellem aktørerne.

Det samme afhængighedsforhold af interaktionen mellem aktørerne finder vi ligeledes i Hardt og Negri's fremstilling af multituden. Grundlaget for multituden er det fælles, som ikke tilhører eksklusivt den enkelte, på samme måde som det offentlige heller ikke gør det. Dermed er det tilsvarende interaktionen mellem aktørerne der skaber det fælles, på samme måde som det er gældende med det offentlige. Ligeledes i denne identifikation af det fælles eller det offentlige sker der en produktion af det subjektive.

”Subjektiviteten produceres med andre ord gennem samarbeid og kommunikasjon, samtidig som dette subjektive produktet danner nye former for samarbeid og kommunikasjon, som igjen skaper ny subjektivitet, og så videre”. (Hardt og Negri 2004, 41)

Det er således i mødet med det offentlige, at det enkelte menneskes subjektivitet formes. Det offentlige giver sig som tidligere nævnt til kende via de vaner og normer, som de enkelte individer besidder. Dermed påvirker det enkelte menneske det offentlige gennem sine vaner og adfærd, og bliver tilsvarende påvirket af det offentlige til at adoptere nye vaner og adfærd (Hardt og Negri 2004, 37). Da interaktionen, og dermed sproget, spiller en central rolle i forhold til skabelsen af det sociale, er det selvsagt også centralt i denne dualisme mellem det offentlige og det subjektive. Som sagt er det netop gennem sproget, vi er i stand til at udtrykke meningen i væren, og derfor er det også i sproget, vi finder den logik, hvorved vi møder væren og det sociale. Jeg'ets forståelse af den Anden er ikke alene funderet i Jeg'ets egne menneskelige erfaringer men ligeledes også funderet i de adopteret sproglige logikker som Jeg'et finder i multituderne, det offentlige (Hardt og Negri 2004, 42).

Når sproget bliver accelereret på grund af accelerationen i de sociale medier, medfører det også at den sociale magt tilsvarende bliver accelereret. Da multituderne ikke er fastlagte homogene fællesskaber, er de konstant udsat for mutationer på grund af de interne dynamikker i interaktionen mellem medlemmerne. Mutationernes hastighed bestemmes af interaktionens hastighed. Når nye medieteknologier accelererer interaktionsmulighederne mellem medlemmerne medfører dette tilsvarende, at multituderne med tilsvarende hastighed undergår forskellige

mutationer, der enten resulterer i en splittelse eller en forandring (Terranova 2004, 105). Det er dog ikke kun selve hastigheden i mediet, som påvirker multitudernes mutationer. Denne modvægt til den lineære tanke om konformitet, er tilsvarende det som katalysere den før omtalte diskursive forhandling. Derved kan den diskursive forhandling og spændingerne imellem det naturlige og kunstige rum, ses som eksempler på hvorledes dualismen imellem det offentlige og det private er produktivt og samtidig skabende ikke bare i forhold til subjektiviteten og sproget men lige så vel i forhold til immaterielle rum og derved også værdiskabelsen her i.

Delkonklusion

Med udgangspunkt i den situerede mening og den kulturtegnbestemte mening har jeg forsøgt at opstille en argumentation for, hvordan forskellige betydningssystemer regulerer Jeg'et og den Andens forhold til væren i verden. Der er en glidende overgang mellem den situerede mening, der opstår i mødet imellem Jeg'et og den Anden, og den kulturbestemte mening, som jeg fremstiller som beholderen for flere forskellige situerede meninger.

Min undersøgelse af det offentlige har synliggjort, hvorledes de sociale relationer mellem Jeg'et og den Anden på den ene side regulerer deres relation idet offentlige, samtidig med at deres adfærd og normer bliver underlagt en regulering, og derved skabes en ny subjektivitet. De underliggende produktive bevægelser i multituden må nødvendigvis åbne op for nye forståelser i forholdet imellem det offentlige og det private, og derved også i forholdet imellem subjektet og selve produktionsprocesserne.

Den politiske organisering

Organiseringen af det offentlige rum, der går forud for dannelsen af multituderne, er en politisk organisering af det menneskelige liv. Hvor multituden er en spontan opstået, løst organiseret, relation imellem aktørerne er den politiske organisering af samfundet, en organisering af gørensfællesskabet. En organisering, der medfører en langt større indgriben og regulering af aktørerne og deres væren i verden. Da den politiske organisering er en organisering af det sociale, har dette selvsagt en betydning for både de sociale medier og herunder også værdiskabelsen heri. Jeg vil i

de efterfølgende afsnit beskæftige mig nærmere med den politiske organisering af det immaterielle rum – herunder hvordan denne organisering påvirker det immaterielle rum samt omvendt. Påvirkningen mellem den politiske organisering og det immaterielle rum er ikke en envejs bevægelse. For da de sociale medier og derved det immaterielle rum er indlejret i det sociale kan disse ikke isoleres fra den politiske organisering tilsvarende kan den politiske organisering heller ikke undvige påvirkningerne fra de sociale medier. Før jeg kan gå i gang med at beskrive forholdet imellem de sociale medier og samfundets grundlæggende organisering, vil jeg dog udfolde denne organisering.

Organiseringen af menneskeligt liv

Organiseringen af menneskelige liv handler grundlæggende om at skabe et gørensfællesskab, der på bedst mulige måde understøtter dets højeste idealer eller mål. I alle ideologiske diskussioner om forholdet mellem stat og borger, mellem det kollektive og individuelle, imellem gørensfællesskabet og Jeg'et, er det udlægningen af det højeste ideal, der er central. Derfor er idéhistorien også fyldt med forskellige bud på hvad der bør være gørensfællesskabets højeste idealer og hvorledes organiseringen af det menneskelige liv bør struktureres for at imødekomme det ideale mål.

Aristoteles så mennesket som et politisk dyr, der havde brug for *Polis*³ for at realisere det menneskelige telos (Bauböck 1996, 1). Aristoteles opdeler derved organiseringen af det menneskelige liv i to positioner; den civiliserede græske polismodel, og den barbariske organisering, der givent fandt sted uden for de græske bystatsmure. Aristoteles' pointe er her, at da mennesket er et socialt dyr, har det behov for en politisk organisering, som har til formål at organisere den menneskelige interaktion så det kan realisere sit formål, idealer eller mål. Den centrale forskel imellem Aristoteles' polis og det barbariske samfund er denne organisering, eller mangel på samme. Da man dog stadig, hos barbarerne uden for polis, kan tale om en samfundsorden er det tydeligt, at det menneskelige liv nødvendigvis ikke er politisk. Derved skal den politiske organisering ses som et værktøj som det sociale dyr,

³ Det græske ord for bystaten er polis. Bystaten var det politiske centrum for et givent geografisk territorium. Polis kan derved både forstås som den politiske stat samt den by der er i centrum for den politiske stat (Gyldendal u.d.)

benytter sig af for at opnår det højeste ideale mål. Derved er den politiske organiserings form noget, som gørensællesskabet vælger til. Dette skal ikke forstås sådan at gørensællesskabet står overfor et valg imellem polis eller barbarisme, men nærmere at tilvalget af den politiske organiseringsform kun det første i en uendelig lang række af valg som gørensællesskabet er nødsaget til at foretage i forbindelse med realiseringen af dettes højeste idealer eller mål, eller som Aristoteles udtrykker det:

”The polis comes into existence for the sake of living, but remains in existence for the sake of living well.” (Arendt 1998, 183)

Ud fra den overstående argumentation er det muligt for mig at opdele den politiske organisering i to indledende faser⁴:

- 1) Identificering af det/de højeste idealer indenfor gørensællesskabet
- 2) Valg af organiserings form der bedst muligt gør gørensællesskabet i stand til at realisere disse idealer.

Som tidligere nævnt er sproget centralt for formationen af gørensællesskabet. Ligeledes er sproget, central i den politiske organiserings formationsfaser i kraft af sprogets evne til at repræsentere menneskets tanker. Det gør det muligt for Jeg’et at udtrykke sin egen selvrepræsentation i gørensællesskabet og derved udtrykke sine tanker og holdninger i de to overstående faser (Pedersen 2008, 27). Det er altså Jeg’ets formåen til at rejse sig op i en forsamling, præsentere sine holdninger til hvad der bør være samfundets højeste idealer eller under hvilken organiseringsform gørensællesskabet bedst er i stand til at sikre realiseringen af disse idealer, der muliggør den politiske organisering. Talen har altså en central opgave inden for den politiske organisering, nemlig at sikre at medlemmerne af gørensællesskabet ikke er nødsaget til at ty til vold som løsning på konflikterne, men som Aristoteles påpeger, er i stand til at løse deres konflikter sprogligt (Arendt 1998, 27).

Når gørensællesskabet har identificeret det eller de højeste idealer, eksempelvis retfærdighed, sikkerhed, lighed og/eller frihed⁵, er det næste skridt at identificere den

⁴ Jeg benævner disse faser som indledende på grund af de tidligere nævnte forhandlinger der konstant transformere gørensællesskabet.

ideale organiseringsform. Det her min påstand, at organiseringsformen ikke er noget, gørensfællesskabet direkte vælger, snarere at den er produktet af de institutioner som gørensfællesskabet opretter for at opnå den stabilitet, der kan sikre realisering af de udvalgte idealer. For selv om gørensfællesskabet skulle beslutte sig for en given form for politisk organisering, bliver denne først realiseret via de institutioner som gørensfællesskabet etablerer. Det betyder, at polis eller mere nøjagtigt, den politiske organisering, er et produkt af de oprettede institutioner.

Disse institutioner er nødvendigvis også resultatet af forhandlinger mellem gørensfællesskabets medlemmer. Derfor er det også muligt at inden for det samme gørensfællesskab at have flere institutioner, rettet imod det samme mål, men med varierende operationelle metoder. Hvis ikke disse institutioner er rettet imod det samme mål vil dette være problematisk så da der er risiko for at der vil opstå en konflikt indbyrdes imellem disse institutioner. Det er således ikke muligt at have to parallelle retssystemer inden for et givent samfund, der hver især eksisterer for at opretholde modstridende idealet om retfærdighed. Det vil i hvert fald medføre, at konflikten mellem medlemmerne af samfundet bryder ud, hvorved den politiske organisering nedbrydes for en stund, og polis i yderste konsekvens bryder sammen i barbari⁶.

Formationen af institutionerne

Indtil nu har jeg ikke beskæftiget mig nærmere med hvordan gørensfællesskabet skaber de omtalte institutioner, eller identificerer de optimale operationelle metoder inden for disse institutioner. Ifølge Hayek er den menneskelige orden, her forstået som den orden, der er resultatet af institutionernes operationelle metoder, kun delvist resultatet af menneskeligt design (Hayek 1968, 10). Det betyder, at institutionerne kan være resultatet heraf, men at de også kan opstå som følge af interaktion imellem mennesker, uden noget direkte ønske om institutionen som mål. Forskellen på disse to måder at beskrive formationen af institutionerne, blev af grækerne kaldt for

⁵ Det bør nævnes at disse idealer ikke nødvendigvis er hinandens modsætninger, ligeledes er disse idealer dog heller ikke nødvendigvis mulige at imødekomme samtidigt.

⁶ Et eksempel på en sådan situation kan findes i blandt andet de vesteuropæiske lande hvor det traditionelle retssystem bliver udfordret af et skyggesystem der er baseret på enten kriminelles tro på retfærdighed, eller Sharia-lovgivningen forskrevet af Koranen.

henholdsvis *Taxis* og *Cosmos* (Hayek 1968, 11). *Taxis* er den meningsfulde arrangering af elementer i bestemte rækkefølge og med specifikke funktioner. Et eksempel på en institution der er skabt på baggrund af denne metode er det formelle retssystem. Modsat er *Cosmos* den orden, som opstår uafhængig af direkte menneskelig vilje, men afhængig af menneskelig handling. Et klassisk eksempel herpå er kulturen. Det er en dynamisk institution, der tager form på baggrund af de normer og værdier som aktørerne i gørensællesskabet adopterer gennem handlinger og adfærd. Et givent gørensællesskabs institutioner vil alle kunne deles op i hvilke der er skabt på baggrund af *Taxis* og hvilke der er skabt gennem *Cosmos*. Det betyder dog ikke at der ikke kan opstå overlap mellem institutioner med samme mål. Som nævnt tidligere kan der sagtens i et givent samfund være en institution der er skabt ved hjælp af *Taxis*, retssystemet hvor det afgøres hvad der er rigtigt og forkert, samtidig med at der udvikler sig kulturelle institutioner, via *Cosmos*, som udfordrer retssystemets ide om det rigtige og forkerte. Disse to institutioner vil løbende påvirke hinanden, i en kamp om retten til at definere hvad er rigtigt og forkert.

En vigtig forskel på henholdsvis *Taxis* og *Cosmos* er deres forhold til formålet. En institution skabt via *Taxis* har et specifikt formål, den er designet til at løse, hvorimod en institution skabt på baggrund af *Cosmos* ikke er rettet mod noget specifikt formål, men blot er fremkommet som resultatet af regelmæssig adfærd blandt gørensællesskabets aktører (Hayek 1968, 12). Institutionernes formation rummer også deres transformation. Afhængig af om institutionen er skabt på baggrund af henholdsvis *Taxis* eller *Cosmos* transformeres den på forskellig vis. Det er mit argument, at en institution, der er resultatet af bevidst menneskeligt design, indeholder den operationelle metode for, hvordan denne institution kan transformeres. En institution, der er resultatet af regelmæssigt adfærd, kan derimod kun transformeres ved en forandring af aktørernes adfærd. Denne forskel har en betydning for, hvordan aktørerne i et givent gørensællesskab, har mulighed for at transformere ikke bare institutionerne men også den politiske organisering, og derved transformere det sociale.

Ønsket om transformation af institutionerne kan både skyldes eksterne og interne faktorer. En subkulturs eget sprog, der siver ind i den brede sprogbrug er et eksempel på en intern faktor, der transformerer den sproglige institution. De tidligere beskrevne multituder, er eksempler på eksterne faktorer, der rettet imod en bestemt institution

kan katalysere en transformation af denne institutionen. Et eksempel er en folkebevægelse, der samles om et fælles ønske om en eller anden transformation i den politiske organisering. Det så vi i Nordafrika. Fælles for disse faktorer er deres evne til at fremprovokere en reaktion i institutionen, en reaktion, der vil resultere i en transformation. Det er dog ikke nødvendigvis en transformation, som resulterer i en ny og anderledes institution, da det er nemt at forstille sig en transformation, som forstrækker de eksisterende normer og adfærd i institutionen. Transformationen af institutionerne manifesterer sig også på forskellig vis i gørensællesskabet. En transformation, der er forårsaget af bevidst menneskelig design, vil have et specifikt tidspunkt, hvor forandringen sker. Dermed bliver selve transformationen aktualiseret således at det er tydeligt for aktørerne, hvornår transformationen har fundet sted. Derimod er det ikke tilsvarende tydeligt hvornår en transformation af menneskelig adfærd finder sted. Det vil typisk foregå i en glidende bevægelse med varierende fremdrift.

Jævnfør min opdeling af den politiske organisering, kan transformationen af institutionerne være rettet imod begge faser. Da disse to faser skal ses som værende sammensat i en kausalkæde betyder dette, at hvis transformationen sker i den første fase vil dette også katalysere en transformation i den anden fase. Med andre ord: Hvis gørensællesskabet udskifter et ideal med et andet, vil dette tilsvarende forårsage en transformation af fællesskabets institutioner. Omvendt vil en transformation af institutionerne ikke nødvendigvis resultere i en transformation af fællesskabets idealer. Dog kan en transformation af institutionerne godt være en del af et ønske om at transformere idealet i gørensællesskabet.

Den offentlige diskursive forhandling

Da både formationen samt transformationen af institutionerne beror på Jeg'ets brug af sproget i gørensællesskabet, er både formationen samt transformationen tæt forbundet til den diskursive forhandling. Den offentlige diskursive forhandling finder selvfølgelig sted overalt i gørensællesskabet, herunder også i de sociale medier. Hvad der dog adskiller de sociale medier fra traditionelle medier er de sociale mediers strukturelle indflydelse på den offentlige diskursive forhandling. For at forstå denne strukturelle indflydelse er vi nødt til at se på den offentlige diskursive forhandling i et historisk perspektiv.

Historiske eksempler på de offentligt diskursive forhandlinger viser, at deltagerne typisk tilhørte eliten i gørensællesskabet. I det athenske demokrati skulle man være en fri borger over 20 år, der havde aftjent sin værnepligt for at have tale- og stemmeret ved folkeforsamlingerne (Hansen 2005, 11). Et andet eksempel finder vi i Tyskland i slutningen af 1700-tallet, hvor der opstår ”... *en lille men kritisk, diskuterende offentlighed.*” (Habermas 1999, 80) En offentlighed, der dog primært består af byborgere og borgerlige; således stadig gørensællesskabets elite. Selv om den historiske bevægelse er en bevægelse imod det, Habermas kalder for den borgerlige offentlighed (Habermas 1999, 81), hvor flere og flere af aktørerne i gørensællesskabet bliver inkluderet i den offentlige diskursive forhandling, er der altså stadig tale om en institutionel udelukkelse af visse aktører. Det kan enten være resultatet af bevidst menneskelige design som i det athenske demokrati, eller i form af dannelsen af subkulturelle eller klassespecifikke grupperinger på baggrund af menneskeligt adfærd (Habermas 1999, 82-83).

Parallelt med udviklingen mod den liberale offentlighed, er der også sket en udvikling af de medier, hvori den offentlige diskursive forhandling finder sted. I det athenske demokrati fandt den politiske debat sted på torve og beværtninger og var central for formationen af den dominerende diskurs i dispositivet (Hansen 2005, 25). I 1700- og 1800-tallet var det, efter opfindelsen af trykkekunsten, i aviserne, bøgerne og pamfletten. Efter introduktionen af de moderne massemedier sker der et magtskifte i forhold til den offentlige diskursive forhandling. Før de moderne massemedier, havde mediet et forholdsvis neutralt forhold til den offentlige diskursive forhandling. Habermas peger dog på at der med massemediene opstår en mediemagt.

”Dermed oppstod en ny form for innflytelse, en mediemagt som anvendt på manipulerende vis berøvet offentlighetsprinsippet dets uskyld.” (Habermas 1999, 92)

Denne mediemagt medfører, at det nu bliver attraktivt at konkurrere om selve styringen af kommunikationsstrømme der i sidste ende vil påvirke aktørernes adfærd.

Resultatet af denne mediemagt ses tydeligt i forskellen på det moderne vestlige demokrati i forhold til det athenske demokrati. I det athenske forsamlingsdemokrati var det i forbindelse med folkeforsamlingerne, at den politiske leder skulle vinde

folkets gunst via talens gave. I dag er det i parlamentariske demokrati typisk således opbygget, at de politiske ledere reelt ikke længere kan påvirke hinandens stillingtagen, da de forskellige parlamentsmedlemmer allerede har besluttet sig før debatten, for hvad de vil stemme. Talen er altså ikke længere rettet mod beslutningstagerne men via massemedierne, mod aktørerne udenfor beslutningsprocessen, der ikke kan påvirke beslutningen direkte (Hansen 2005, 18). Massemedierne ikke kan anses for at være neutrale i forhold til den politiske ledes tale, da de fungerer som et filter, der redigerer, udvælger og fortolker den politiske ledes tale. Der er derfor en afgørende forskel på, hvad der på overfladen kunne opfattes som en tilsvarende tale direkte til aktørerne i gørensfællesskabet, i det athenske forsamlingsdemokrati og det moderne parlamentariske demokrati. En forskel som de sociale medier potentielt har mulighed for at nedbryde.

Den offentlige mening

Jeg vælger at beskrive de sociale mediers evne til at katalysere forandringer i gørensfællesskabets institutioner som værende potentiel, da forandringens aktualisering ikke apriorisk er givet. De sociale medier garanterer altså ikke en forandring i, hverken aktørernes forhold til den politiske leder eller institutionerne, men bør nærmere ses som en scene hvor forandringen kan katalyseres fra. For at forandringen kan finde sted kræver det først og fremmest, at aktørerne i gørensfællesskabet anerkender de sociale mediers potentiale for transformation. Det er min påstand, at denne anerkendelse bør komme fra den enkelte aktørs personlige erfaring med de diskursive forhandlinger, vedkommende oplever i sin daglige brug af sociale medier. Disse erfaringer, som den enkelte aktør gør sig løbende er på en gang en erfaring af sin egen væren i verden, men samtidig også en erfaring af selve de sociale medier, som mediet for disse erkendelser og transformationer. Det vil medføre tryk ved mediet, samt en nysgerrighed for hvilke andre forandringer de sociale medier potentielt kan medføre. Det er denne kombination mellem aktørernes personlige erkendelse og nysgerrigheden, der i sidste ende vil resultere i en kritisk offentlig kommunikationsproces, der på endnu ukendte måder vil give stemme til den offentlige mening⁷ (Habermas 1999, 95). Den offentlige mening skal her forstås

⁷ Den offentlige mening bør i denne kontekst forstås som Davis Humes' brug af begrebet: En given persons mening går forud for handlingen, ønsket om handlingen og intentionen med handlingen (Hayek 1968, 21).

som den mening, aktørerne er fælles om i den offentlige diskursive forhandling. Denne forståelse står i kontrast til den konkurrence der eksisterer i massemediernes om at fremføre den dominerende mening, der på en gang er rettet mod de passive aktører og den politiske organisering (Habermas 1999, 95). Det er på grund af de sociale mediers brud med massemediernes position som de medier hvor virkeligheden træder frem, at vi kan identificere et skifte i formationen af den offentlige mening.

Såfremt den offentlige mening identificerer et ønske blandt aktørerne om at transformere en given institution, er baggrunden for institutionens eksistens afgørende for hvem ønsket om transformation er rettet mod. Tidligere præsenterede jeg to forskellige måder, hvorved institutionerne kunne opdeles imellem hvor vidt de eksisterer grundet bevidste menneskelige handlinger (*Taxis*) eller hvor vidt de eksisterer på baggrund af menneskelig adfærd (*Cosmos*). Såfremt der er tale om en institution grundet i bevidste menneskelige handlinger, vil presset for transformation blive rettet imod beslutningstagerne, her typisk den politiske leder. Er der derimod tale om en institution, hvis eksistens er begrundet i menneskelig adfærd, vil ønsket om transformation blive rettet ind imod aktørernes adfærd. Derved indeholder kommunikationen i de sociale medier den samme dobbelthed, som massemediernes, selv om der i de sociale medier ikke er nogen iboende redaktionel fortolkning af kommunikationen. Tabet af denne redaktionelle fortolkning kan den ene side være befriende og efterlader indtrykket af en kommunikation der er fri og ufiltreret. Samtidig kan tabet også åbne op for nogle faldgrupper i kommunikationen imellem aktørerne i de sociale medier.

Antages det, at massemediernes forsat kan nyde en privilegeret position i den offentlige diskurs, må det skyldes at deres filtrering bliver værdsat af aktørerne i gørensællesskabet. Et eksempel på en sådan værdsat filtrering, er når journalisten på vegne af mediebrugerne fungerer som vagthund overfor den politiske leders manipulation af den offentlige mening, I almindelig tale kaldet ”spin”. Når journalistens kritiske stillingtagen bliver fjernet fra kommunikationen i de sociale medier, tilfalder den kritiske refleksion hver enkelt aktør i mediet. På samme måde som at man i det athenske demokrati kan opdele borgerne i aktive og passive deltager, vil man tilsvarende kunne identificere samme opdeling af aktive og passive deltager, i den offentlige diskursive forhandling, på de sociale medier. Derved bliver

forventningen om at hver eneste aktør er i stand til via deres egen fornuft, at forholde sig kritisk til den politiske ledes tale, den samme grundantagelse som det athenske demokrati havde, om at hver borger i demokratiet var i stand til almen sprogbrug og havde kendskab til lovene, for at kunne aktivt deltage i den demokratiske proces (Hansen 2005, 26).

Delkonklusion

Det er gørensællesskabets idé om det højeste ideal, der er det centrale i formationen af samfundets institutioner og derfor også den politiske organisering af det sociale. Det højeste ideal må nødvendigvis være det ideal som gørensællesskabet tildeler den største værdi. Dette åbner op for en forståelse af det værdifulde og værdiskabelsen ikke som noget der bliver skabt, men som noget der apriorisk eksisterer, men endnu ikke opnået eller identificeret. Identifikationen af det som gørensællesskabet værdsætter, sker i den offentlige diskursive forhandling, og derfor også blandt aktørerne i de sociale medier. På grund af de sociale er under en konstant forandring er gørensællesskabets opfattelse af det værdifulde også konstant til forhandling. Det medfører, at selve identifikationen af det værdifulde for gørensællesskabet aldrig er en afsluttet proces.

Det er endnu uklart, hvilken rolle de sociale medier kommer til at spille i forhold til formationen og transformationen af den politiske organisering og dennes institutioner. Dog er det tydeligt, at disse medier besidder et potentiale for at brede den offentlige diskursive forhandling breder ud i samfundet og derved ikke bare sikrer det demokratiske grundlag i samfundet, men ligeledes også sikrer en bredere funderet identifikation af gørensællesskabets opfattelse af det værdifulde. Denne forskydning af den offentlige diskursive forhandling betyder ikke bare en forskydning af mediemagten fra de traditionelle massemedier men også en forskydning af den politiske magt. Hvorledes den politiske magt påvirker og bliver påvirket af de sociale medier bliver i det efterfølgende afsnit udfoldet nærmere.

Den politiske magt

Den diskursive forhandling, sproget, er selvsagt et regulerende element i de sociale medier. Det er dog ikke den eneste magt, der spiller ind i det sociale, i de sociale medier. Selve de sociale medier som en teknologisk platform sætter nogle rammer

for, hvorledes interaktionen imellem aktørerne kan finde sted, hvilket også er regulerende for deres interaktion. Tilsvarende er interaktionen reguleret af forskellige juridiske regler. Ligeledes er selve teknologien og platformen den enkelte aktør benytter i interaktionen, vedkommendes sociale relation til de andre deltagere i interaktionen regulerende. Der er mange forskellige relationer til magten der spiller ind i forhold til aktørerne i de sociale medier. Giorgio Agamben argumentere for at alt der har ”... evnen til at indfange, orientere, bestemme, opfange, forme kontrollere og sikre (Agamben 2010, 18)” interaktionen vil regulere interaktionen. Fælles for alle disse teknologiske og institutionelle relationer er, at Agamben placerer dem inden for Michel Foucaults begreb dispositivet. Dispositivet bliver af Agamben fremstillet som det, der på en eller anden måde indfanger, orienterer, bestemmer, opfanger, former og kontrollerer. Det er altså de magtrelationer i gørensféllesskabet og den politiske organisering, der resulterer i givne menneskelige handlinger, adfærd, mening og diskurser. De diskursive forhandlinger i de sociale medier indgår derfor som en del af dispositivet i samfundene. Dispositivet skal ses i en større sammenhæng og kan derfor ikke udelukkende forstås inden for det enkelte medie/institution.

Foucault definerer dispositivet som et net, der forbinder både det sagte og det ikke-sagte med hinanden. Fælles for både det sagte og det ikke-sagte, er at de er elementer, der har en strategisk dannende funktion, der orienter individet i en bestemt retning (Agamben 2010, 9-10). Dispositivet er derfor det, som binder de forskellige autonome og isoleret diskurser sammen og tillader at den enkelte diskurs at påvirke andre autonome diskurser udefra. Med dispositivet neutraliseres den hierarkiske opdeling af diskurserne, hvilket medfører at de forskellige diskurser bliver forbundet, hvorved der dannes der et magtforhold mellem de enkelte aktører. Et magtforhold der er rettet imod reguleringen af aktørerne i forhold til konkrete problemstillinger eller konkrete situationer. Derved regulerer (administrerer) dispositivet den enkelte aktør, hvorved aktøren, som det værende, bliver adskilt fra praksis. Derfor forslår Agamben en opdeling af væren i to kategorier⁸:

⁸ Agamben placere subjektiveringsprocessen af det enkelte individ imellem disse to kategorier. Dette vil blive yderligere behandlet i et senere kapitel.

”på den ene side de levende væsner [aktørerne] og på den anden side dispositiverne, som de uophørligt bliver indfanget i. (Agamben 2010, 18)”

Magtforholdet, som den diskursive forhandling er en del af, skal derfor forstås som en ekstern kraft, de enkelte aktører ikke kan undgå at blive indfanget af. Dette medfører, at den enkelte aktør i interaktionen bliver indfanget i dispositivet, der derved reguleres mod den korrekte handling i den konkrete situation. Den enkelte aktørs identifikation af den korrekte handling findes i, som tidligere nævnt, den diskursive forhandlings historiske afsæt, i det etablerede betydningssystemet samt aktørens forhold til det immaterielle rum, altså hvorvidt der er tale om et naturligt eller kunstigt rum.

Transformationen af det immaterielle rum

Som tidligere nævnt er de sociale mediers immaterielle rum et kunstigt rum. Det kan transformeres via aktørernes møde med hinanden. Med afsæt i Merleau-Pontys fænomenologiske behandling af sproget og Agambens læsning af Foucaults begreb dispositivet, er det i transformationen af det immaterielle rum, fra det kunstige til det naturlige, der åbnes op for en forandring af den sproglige regulering af aktørerne. Her er det igen den diskursive forhandling der opstår i mødet imellem aktørerne at vi finder kampen om ikke bare rummet, og betydningen, men også reguleringen af aktørerne. Hvad der står tilbage er hvorledes der kan opstå et møde i et rum, hvor i at den enkelte aktør er under konstant regulering. Hvorledes det er muligt for det immaterielle rum at gennemgå en transformation, som er afhængig af den enkelte aktørs mulighed for at løsrive sig fra en konstant regulering?

En anden måde at forstå den konstante regulering af aktørerne på, vil være som det der står i modsætning til transformationen af det *kunstige* rum, nemlig den normative, forud for mødet, indgået forståelse for hvad der er den korrekte handling i det pågældende rum. Dette gælder både det immaterielle rum samt det materielle rum, for dispositivet er ikke begrænset til noget specifikt rum. Det vil derfor være nærliggende at fastholde at denne transformation ikke er mulig. Det er imidlertid i modstrid med de observationer, som vi alle gør os hver dag, hvor det *kunstige* rum bliver transformeret. Således må det betyde, at det er muligt for aktørerne at bryde med dispositivet.

At bryde med dispositivet

Da den enkelte aktør i de sociale medier konstant bliver indfanget af dispositivet, medfører dette en adskillelse mellem praksis og det værende. Den enkelte aktør reduceres til en forståelse, ud fra dispositivet. Agamben eksemplificerer dette med mobiltelefonen, hvor mennesket bliver reduceret til en serie af tal, der kun bærer en mening via mobiltelefonens dispositiv (Agamben 2010, 20). Dispositivet adskiller derved praksis fra det værende. Det indebærer, at den enkelte aktørs forståelse af sine handlinger, tilsvarende bliver adskilt fra sig selv. Dette sker fordi at fortolkningen og derved også meningen af den enkelte aktørens handlinger bliver dikteret ude fra. Dispositivet ligger sig altså imellem det enkelte menneskes væren og vedkommendes praktiske udfoldning.

I det øjeblik, hvor aktøren bliver adskilt fra dette forhold til omverden, opstår kedsomheden, rutinen indtræder og den enkelte aktør interagerer udelukkende ud fra betydningssystemet. Det er dog muligt for aktøren, der er fanget i kedsomheden og rutinen at frigøre sig fra de fastlagte dispositive ritualer. Til at beskrive denne frigørelse benytter Agamben det religiøse begreb *profan*. Det profane er kendetegnet ved den handling, der fravristes, det som er adskilt af mennesket og tilhører det religiøse, og bringer det tilbage til mennesket (Agamben 2010, 21). Gennem det meste af menneskets historie har kirken og det religiøse haft en central position i samfundets magtforhold. Derfor er det også nærliggende for Agamben at benytte profaneringen til at beskrive, hvorledes den enkelte aktør kan bryde med dispositivet. Et eksempel på dette er det engelske sprogs brug af ordet ”Profanity” der på dansk kan oversættes til både blasfemi og bandeord. Hvis vi kigger på den sidste betydning, bandeordet, er denne kendetegnet ved at individet benytter sproget til at til at bryde med den normative måde at benytte sproget på. Det er altså muligt for den enkelte aktør, via sproget, at frigøre sig fra sprogets egen regulerende effekter. Frigørelsen skaber en brydning, som ikke bare formår at frigøre aktøren fra dispositivet, men samtidig fremprovokerer en reaktion hos andre aktører i interaktionen, hvorved de også kan frigøre sig. Den samme brydning i interaktionen kan findes i de sociale medier. Blandt en given gruppe aktører i de sociale medier eksisterer der også normative ritualer for hvad man interagerer omkring. I det øjeblik en af aktørerne bryder med disse normative ritualer, opstår der ligeledes en brydning, som på samme måde som med bandeordet fremtvinger en reaktion hos de andre aktører. Reaktionen resulterer i en diskursiv forhandling, der katalyserer transformationen af de sociale

medieres immaterielle rum fra det kunstige til det naturlige. Det immaterielle rum er dog kun et naturligt rum så længe den diskursive forhandling står på. Lige så snart den er overstået og der er fundet nye normative ritualer for interaktionen, vender det immaterielle rum tilbage til sit foregående kunstige stadie. Brydningen, som opstår i interaktionen i det immaterielle rum kan sammenlignes med den brydning, der opstår i den tidligere nævnte transformation i det materielle rum.

Disse større eller mindre brud med dispositivet har også en betydning for de sociale mediers værdiskabelse. I det øjeblik, den enkelte aktør bryder med dispositivet, frembringes der en bevægelse af aktøren, som medfører en ny opfattelse af det værende. Ud fra denne nye opfattelse er det potentiale for nye fortolkninger og meninger der samlet set kan katalysere en kreativitet der medfører enten en forøgelse eller skabelse af opfattelsen af værdi blandt aktørerne. Jeg vil i et senere afsnit udfolde denne kreativitet nærmere. Indtil videre nøjes jeg dog med at påpege denne transformation, af både det immaterielle rum samt af magtforholdet.

De sociale medier og magt

I afsnittet om organisering af menneskeligt liv belyste jeg hvorledes gørensællesskabet organiserer det sociale. Selve denne organisering af aktørerne, er i sig selv et resultat af de forskellige magtforhold, der eksisterer i det sociale. Men organiseringen er selvsagt ikke neutral over for det enkelte aktør, og derfor vil jeg i det efterfølgende afsnit kigge nærmere på den produktion af subjektet, her forstået som en magt teknologi, der finder sted i de sociale medier, i forhold til den enkelte aktør. For at komme nærmere en forståelse af denne produktion, må jeg beskrive de dynamikker der findes i gørensællesskabet.

Jeg har beskrevet tidligere at Jeg'et og den Andens værensællesskab transformeres via sproget til et gørensællesskab. Da dette gørensællesskab kun eksisterer i kraft af sproget, kan det også kun opretholdes i kraft af sproget. Derfor er sproget nød til at indtage en institutionel rolle. Via sprogets institutionelle rolle er det efterfølgende muligt for Jeg'et og den Anden at skabe andre institutioner, som ægteskabet, retsvæsenet, staten og videnskaben. Disse institutioners oprettelse er med til at sikre gørensællesskabets overlevelse og stabilisering. Ligeledes transformerer dette gørensællesskabet således at samfundet opstår. Jeg operer hermed med en forståelse af samfundet som værende et gørensællesskab der indeholder en række institutioner

som alle har en regulerende og stabiliserende funktion overfor alle nuværende og fremtidige aktører i samfundet.

Institutionerne griber altså ind i det sociale liv i samfundet. Det er denne indgriben, som biopolitiske teoretikere som Giorgio Agamben og Michel Foucault arbejder med i deres analyser af det postmoderne samfund. Det er ikke dette speciale hensigt at lave en klassisk biopolitisk analyse af samfundets institutioner, eller af spændingerne imellem det enkelte individ og samfundet, men afsættet for den videre analyse forefindes i den biopolitiske analyse.

Det er i det filosofiske spændingsfelt i mellem individet og det sociale, eller mere præcist i transformationen af individet ind i det sociale, at biopolitikken kommer i spil. I forhold til dette speciale er dette spændingsfelt interessant for vores forståelse af hvorledes gørensfællesskabet medieres igennem medierne, her under også de sociale medier. Ifølge Agamben så dækker det græske ord *bios* både enkel individet og grupper (det sociale) særlige måder at leve på (normer) (Agamben 1995, 23). Derfor kan den biopolitiske analyse både bruges til at beskue institutionernes greb på det enkelte individ samt det tilsvarende greb på samfundet. Derved bliver den biopolitiske analyses opgave at belyse institutionernes greb ind i spændingen imellem individet og det sociale.

Integration & Assimilation

Biopolitikken kan både have en positiv og negativ betydning, ses den ud fra det enkelte individ. I et forsøg på at indfange forskellen imellem den negative og positive biopolitik, låner jeg to begreber fra sociologien – nemlig integration og assimilation.

Integration kommer af det latinske ord *integratus*, som betyder ”at kombinere dele til en helhed” (Harper). I forbindelse med det biopolitiske perspektiv i den efterfølgende analyse, lægger jeg her vægt på en forståelse af integrationsbegrebet hvor det enkelte individ (delen) kombineret med andre individer (dele) tilsammen udgør samfundet (helheden). Ud fra denne forståelse af integration er samfundet noget, som lader sig forme af det enkelte individ samt et fællesskab, der ikke eksisterer forud for det enkelte individ. Begrebet *assimilation* stammer fra det latinske ord *assimilatus*, som betyder ”at gøre ens” (Harper). I forbindelse med dette begreb ligger jeg vægt på en

forståelse, hvor det enkelte individ bliver transformeret, således at det bliver harmoniseret med resten af samfundet. Ud fra denne forståelse er det ikke muligt for det enkelte individ at forme samfundet, samt at samfundet er et fællesskab som eksisterer forud for det enkelte individ.

Det negative biopolitiske perspektiv ligger sig op ad assimilation. I assimilationen benytter samfundet sig af blandt andet de førnævnte institutioner til hvad Foucault beskriver som 'magten over livet' – magten til at administrere og producere livet (M. & Hardt 2009, 57). Samfundets institutioner har et centralt behov for assimilationen da Jeg'et ikke er i stand til at påtvinge sin vilje over på den Anden, hvorimod samfundet indenfor institutionerne formår at udøve sin vilje på det enkelte individ. Det sker ved at fastlægge differentierede, bestemte fremgangsmåder eller normer, for individet (Raffnsøe, Gudmand-Høyer og Thaning 2008, 205). Denne proces er hvad Foucault beskriver som disciplineringen, en dybtgående, langstrakt, forløbende og allestedsnærværende regulering af de sociale relationer (Raffnsøe, Gudmand-Høyer og Thaning 2008, 195). Disciplineringen er ikke forankret i én central magt, men spredt ud over samfundets institutioner som en myriade af små regulerende greb, der tilsammen udgør disciplineringen, men alene står som små differentieringer, fremgangsmåder eller normer. Da disciplineringen er allestedsværende betyder dette også samfundets institutioner tilsvarende er allestedsværende. Derfor er det enkelte individ altid underlagt institutionernes assimilering.

I kontrast til dette står det positive biopolitiske perspektiv. Det har fokus på hvorledes det enkelte individ formår at tilnærme sig realiseringen af sit potentiale via det sociale. Et centralt begreb i Agambens biopolitiske analyser er den romerrettslige figur 'Homo Sacer' (Agamben 1995, 16). Når et individ blev dømt til at være 'Homo Sacer' betød det, at vedkommende blev ekskluderet både fra det menneskelige samt det guddommelige retssamfund. 'Homo Sacer' står derfor alene, uden beskyttelse fra hverken loven eller guderne. Sådant en figur er derved også ekskluderet fra alle institutioner i samfundet. Agamben argumenter for, at idet 'Homo Sacer' bliver ekskluderet fra samfundets institutioner, mister det også sin tilknytning til sin menneskelighed, der kun kan forstås i forhold til det sociale. 'Homo Sacer' bliver dømt til at leve et nøgent liv - som et dyr. Det skyldes at Jeg'ets forståelse af sig selv, kun er muligt via værensfællesskabet der opstår i mødet med den Anden. Uden den Anden, som det andet jeg, er det altså ikke muligt for Jeg'et at reflektere og forstå sin

egen væren. Ud fra dette perspektiv udvides institutionernes rolle i gørensféllesskabet. Intuitionernes opgaver er ikke længere kun at opretholde og stabilisere gørensféllesskabet, men at sikre det enkelte individ og dennes mulighed for at realisere sit potentiale (Agamben 1995, 24).

Et andet perspektiv på det positive perspektiv på biopolitikken finder vi hos Alexander Carnera.

”Denne ’positive biopolitik’ handler ofte om at skabe nye forbindelser mellem liv og værdi i de sociale relationer, der helt eller delvist kan være med til at ændre på vores forståelse af livet.” (Carnera 2010, 14)

Ifølge Carnera er der altså en konstant bevægelse, en forhandling, i institutionerne om hvorledes at disse forbinder væren og det værdsatte. Dette er en forhandling, der på én gang bevæger individet og institutionerne selv. Disse forhandlinger er kernen i integrationens funktion; at delene kombineres til en helhed. Dette skal ikke forstås således at det enkelte individ kan påtvinge en transformation af institutionerne, men det enkelte individ kan påbegynde forhandlingen af institutionernes operation. En forhandling, der i sidste ende kan medføre at der i institutionerne bliver fastlagt nye differentieringer, nye fremgangsmåder eller nye normer. Eksempler på disse forhandlinger er talrige. Nye ord bliver skabt og indarbejdet i sproget. Familiens struktur bliver omdefineret, således at den i dag ikke nødvendigvis består af én mor og én far. Ny love bliver skabt, der redefinerer samfundet moralske domme. Fælles for disse forhandlinger er dog, at de kan finde sted i mødet imellem aktørerne, herunder også i de sociale medier.

Forholdet mellem biopolitikens henholdsvis positive og negative betydning, er ikke et enkelt enten/eller forhold, men et spørgsmål om graduering. Det betyder også, at forholdet mellem assimilering og integration tilsvarende er et spørgsmål om graduering. I ethvert samfund kan man identificere institutioner, der agerer assimilerende, ligesom man kan identificere institutioner, der er åbne for integration. Ligeledes ville der være institutioner som på en gang har elementer der agere assimilerende samt elementer der tillader integration. For at denne graduering kan eksistere er der nødvendigvis noget som står uden for institutionerne. Der er nødvendigvis noget som bestemmer vægtningen i denne graduering imellem

assimilering og integrering. Hvor Agamben peger på suveræniteten som værende det der står uden for sproget [institutionerne] (Agamben 1995, 20), peger jeg på Væren som det, der står udenfor institutionerne, og derved hvor vi skal finde forståelsen af gradueringen af forholdet imellem assimilation og integration.

Agamben forbinder suveræniteten med 'magten'. 'Magten' er for Agamben den lov som står uden for Loven, altså den lov som det enkelte individ bliver overgivet til som 'Homo Sacer', i det nøgne liv (Agamben 1995, 81-82). 'Magten' manifesterer sig på forskellig vis, i det postmoderne samfund er det blandt andet som den demokratiske stat. Det er problematisk at tildele staten denne regulerende formåen overfor institutionerne, fordi det naturligvis må betyde, at 'magten' er uforanderlig. Magten er imidlertid foranderlig og manifesterer sig på forskellig vis. Historiens mange revolutioner, fredelige som voldelige, viser os, at 'magten', og dennes manifestering er underlagt samme graduering som institutionerne. Dermed kan vi konkludere, at 'magten' er en institution på lige fod med sproget. Derfor kan 'magten' ikke *være* den udefrakommende regulering, men må nødvendigvis være underlagt den samme udefrakommende regulering som alle andre institutioner. Jeg peger i stedet på Væren, som ophavet til institutionernes regulering. Som tidligere beskrevet er gørensfællesskabet og derved også institutionerne betinget af Jeg'ets væren i verden. Den erfaring Jeg'et gør sig af sin væren i verden, forud for Jeg'et tilstedeværelse i gørensfællesskabet, er indlejret i Jeg'et og derfor noget som Jeg'et medtager ind i forhandlingen i gørensfællesskabet og derfor også institutionerne og de sociale medier.

Det skyldes blandt andet de tidligere nævnte formationer af multiteter, hvor 'magten' tager form fra individets erfaring af væren i verden. Det er som tidligere nævnt fra individets erfaring af væren i verden, hvorfra at de elementer der indgår i den diskursive forhandling bliver fundet. Dermed fungerer det enkelte individ som bindeled mellem Væren i verden og institutionernes regulering af *bios*. På denne måde formår Væren, der er uden for gørensfællesskabet, via det enkelte individ, at regulere gradueringen imellem assimilation og integration.

Subjektivitet og brydningen

Det, der i foregående afsnit har benævnt som institutionerne har samme struktur som det, der tidligere blev benævnt som dispositiverne. Dermed kan jeg omformuleret

Agambens tredeling mellem Væren, dispositiverne og imellem dem, formationen af subjektet, til: Væren, institutionerne og imellem dem, formationen af subjektet (Agamben 2010, 18). Da jeg ser institutionerne som manifesteringen af gørensføllesskabet, fortager jeg denne omformulering for at præcisere hvor produktionen af subjektet, i de sociale medier manifesterer sig.

Det enkelte individs subjekt og derved subjektivitet bliver formet i det øjeblik, hvor det enkelte individ forlader Væren og kaster sig ind i gørensføllesskabets institutioner. Det er et møde imellem individets egne erfaringer med det værende i verden og institutionernes prædetermineret opfattelse af verden. Jeg'et har derfor en forståelse af verden før mødet med institutionerne, dog er det først i mødet med institutionerne, at denne forståelse bliver subjektiv, for før dette møde er Jeg'ets erfaring af Væren i verden, hvorledes verden er. Jeg'ets subjektivitet bliver altså skabt i den første brydning, som opstår i det øjeblik, at Jeg'et erkender, at verden ikke nødvendigvis er, som Jeg'et erfare denne. Det medfører, at subjektet opstår i det øjeblik der opstår en epistemologisk brydning i Jeg'ets forståelse af Verden⁹.

Dermed argumenterer jeg for at en opfattelse af subjektivitet som værende Jeg'ets oplevelse af Væren i verden, er en fattig opfattelse. Dette er en fattig opfattelse hvis den ikke bliver udfordret af den Andens forståelse af verden. Denne subjektivering der sker i medierne er dog ikke entydig og derfor kun potentiel, så frem at mediet åbner op for mødet imellem Jeg'et og den Anden. Dette illustrerer Agamben med forholdet mellem det enkelte menneske og mobiltelefonen, hvor der ikke sker en subjektivering, men hvor det enkelte individ tværtimod bliver transformeret til et nummer, på samme måde som den passive beskuer af massemedierne reduceres til en modtagerenhed af institutionernes prædetermineret opfattelse af verden (Agamben 2010, 23). Det er derfor først er i Jeg'ets realisering af den Andens erkendelse af Væren i Verden, såfremt denne adskiller sig fra Jeg'ets, at det subjektive opstår.

På samme måde som at den første brydning er formationen af Jeg'ets subjekt, er de efterfølgende brydninger der opstår, når Jeg'et, som Jean-Paul Sartre udtrykker det: *"projicerer sig ind i fremtiden"* (Sartre 1974, 16), den efterfølgende proces, hvori at subjektet kontinuerligt bliver transformeret. Hvor Sartre ligger vægt på den

⁹ Denne første brydning i mødet imellem Jeg'et og institutionerne er af epistemologisk karakter da denne er en brydning i erkendelse af verden.

menneskelige handling, samt de valg der i forbindelse med disse handlinger bliver foretaget (Sartre 1974, 49), retter jeg mit blik på de brydninger der opstår på baggrund af Jeg'ets erkendelse af Væren i verden der ikke matcher med den Andens. Årsagen til dette skal findes i, at på samme måde som at mødet med den Anden i rummet kan katalysere en forandring i rummet, såfremt at der er tale om et møde der giver anledning til en diskursiv forhandling altså to adskilte og forskellige positioner. Så giver mødet imellem to adskilte og forskellige erkendelser af Væren i verden, anledning til både en diskursiv forhandling samt en selvrefleksion over Jeg'ets erkendelse. I denne selvrefleksion finder vi den kraft som transformere Jeg'ets subjekt, transformere hvorledes Jeg'et beskuer væren i Verden.

Hvis kraften til transformationen af subjektet kan findes i Jeg'ets egen selvrefleksion, medfører dette også at den førømtalte integration og assimilation, rigtigt nok er institutionernes magt greb på det enkelte individ i et forsøg på at katalysere den ønskede transformation af subjektiviteten. Dog er resultater af denne transformation afhængig af det individuelle styrkeforhold imellem institutionen og Jeg'et. Et styrkeforhold der ikke lader sig kvantificere men kun realisere i kraft af Jeg'ets selvrefleksion. Som nævnt tidligere indeholder alle institutioner en graduering imellem integration og assimilation. Hvis ikke det var tilfældet, og institutionen var baseret på rent assimilation, ville der ikke være plads Jeg'ets selvrefleksion, hvilket ville medføre at Jeg'ets subjektivitet ville forblive statisk og uforanderlig, såvel som institutionen.

Delkonklusion

I min beskrivelse af de politiske magtforhold, der eksisterer i det immaterielle rum, har jeg særligt lagt vægt på de dynamikker, der opstår i de forskellige brydninger i subjektets opgør med disse magtforhold. Der er tale om brydninger, der påvirker selve det immaterielle rum, eksisterende magtforhold samt den subjektive produktion. Jeg har argumenteret for at disse brydninger frigør noget energi som potentielt kan katalysere aktørens kreative forståelse af det værende i verden. Det vil sige, at denne kreativitet tager sit afsæt i den enkeltes aktørs nye forståelse af sin egen væren i verden. En forståelse der potentielt kan medføre nye en forandring hos andre aktører, og må derfor forstås som værende værdiskabende, i det at denne bevægelse både har betydning for den enkelte aktør samt for den politiske organisering generelt.

Jeg vil i de efterfølgende afsnit konkretisere, hvorledes denne immaterielle værdiskabelse finder sted i de sociale medier, både en forståelse af værdiskabelsen med udgangspunkt i den enkelte aktør samt i forhold til gørensællesskabet.

Den Immaterielle Værdi

Den immaterielle økonomis udtryksformer

I dette speciale fokuserer jeg på to aspekter af den immaterielle økonomis udtryksformer. Henholdsvis en udtryksform, der kommer til udtryk i det sociale og i kraft af det økonomiske. Med hensyn til den økonomiske udtryksform, fokuserer jeg i dette speciale på en økonomisk forståelse der rækker ud over den traditionelle markedsøkonomiske forståelse. Dette gøres for at danne et analysegrundlag, der vil gøre det muligt for mig at identificere, hvorledes den immaterielle økonomi kommer til udtryk som noget værdiskabende i de sociale medier.

Den immaterielle økonomi værdibegreb

Jeg vil i dette afsnit beskæftige mig med forholdet imellem den immaterielle økonomi og begrebet *værdi*. Hensigten er at fremskrive et værdibegreb, der formår at indfange en forståelse af værdi som rækker ud over den traditionelle markedsøkonomiske værdiforståelse. Den er i stedet funderet i det sociale samt i det kreative, der gemmer sig i bruddene.

Med udgangspunkt i en fænomenologisk læsning af den østrigske økonom Ludwig Von Mises ønsker jeg at argumentere for en forståelse af værdibegrebet, der er forankret i menneskets forhold til den ontologiske omverden. Dette medfører på samme måde som at tingenes mening opstår i syntesen imellem menneskerne og tingene. Tilsvarende opstår tingenes værdi for det enkelte menneske i syntesen. Hvad der er værdifuldt for den enkelte er, hvad vedkommende værdsætter. Jeg benytter her værdsætter frem for værdisætter, da selve det at værdisætte et givent objekt er en handling rettet imod selvsamme objekt. Værdsættelse er udtrykket for gradueringen af Jeg'ets værdsættelse af et givent objekt, derved skal værdsættelse opfattes som en indre relation som ligger til grunde for værdibegrebets handling.

Værdi er det værktøj, som Jeg'et bruger til at organisere sine relationer. Det kan være relationen til den Anden såvel som relationen til et erfaringsobjekt. Samtidig med at de enkelte relationer bliver sat i relation til hinanden (Mises 1996, 3). Det er derfor ikke muligt at forstå begrebet værdi isoleret fra verden, men kun i forhold til Jeg'ets relationer i den værende verden, får begrebet værdi nogen betydning. Værdsættelsen af de forskellige relationer kommer til udtryk på uendeligt mange måder. Fælles for

dem alle er imidlertid, at udgangspunktet for at udtrykke værdsættelse skal findes i den menneskelige handling. Den menneskelige handling blev tidligere defineret som den meningsfulde handling, der opstår som en reaktion på udefrakommende stimuli, der er rettet imod et specifikt mål. Dette specifikke mål som den menneskelige handling er rettet imod må nødvendigvis være det som den enkelte værdsætter, højere end andre potentielle mål (Mises 1996, 45). Der er altså en tydelig forbindelse imellem målet, for den menneskelige handling og den menneskelige opfattelse af værdi, derved bliver værdi udtrykket for motivationen for den givne menneskelige handling.

Forud for organiseringen af det enkeltes individs relationer, sker der en historisk værdsættelse. Denne historisk værdsættelse finder Jeg'et både i gørensællesskabet, den historie der bliver skabt sammen med den Anden, samt i den enkeltes erfaring (Mises 1996, 46-47). Hvilket medfører at organiseringen af Jeg'ets værdsættelse ikke er statisk. Jeg'ets værdsættelse ændres løbende med forandringer i Jeg'ets erfaringer, både de personlige samt sociale. På grund af værdibegrebets tilknytning til Jeg'ets handlinger som skal forstås som udtrykket af Jeg'ets relationer, har værdibegrebet en iboende dynamik som giver sig til udtryk på baggrund af forandringerne af Jeg'ets relationer. Når Jeg'ets relationer forandres medfører det også en potentiel forandring i Jeg'ets værdsættelse (Mises 1996, 56). Jeg betegner denne forandring som værende potentiel, da den ikke lader sig forudsige i en årsag/virkning forhold.

Det enkelte individ baserer altså sit værdibegreb på sine personlige relationer. Disse relationer er funderet i henholdsvis individets personlige erfaringer samt via det sociale. Med det sidste aspekt bevæger vi vores forståelse af den immaterielle økonomi udover den traditionelle markedsøkonomiske forståelse. For via anerkendelse af det sociale som en del af fundamentet for individets værdibegreb, får vi en forståelse af værdi som værende noget der er forankret i det sociale.

Den immaterielle økonomis sociale udtryksform

Da hverken den menneskelige handling eller værdsættelsen lader sig forudsige, åbner dette op for at kreativiteten er en anden måde, hvorpå den enkeltes værdsættelse påvirkes. Jeg opfatter her kreativiteten som resultatet af den tidligere beskrevne diskursive forhandlings brydning, der opstår imellem Jeg'et og den Anden i gørensællesskabet. Jeg har tidligere argumenteret for at tilfældigheden var central

for den diskursive forhandling, og derfor anser jeg også tilfældigheden for at være central for kreativiteten. De forskydninger, den diskursive forhandling forårsager hos den enkelte medfører således nogle brydninger, hvori kreativiteten fremkommer. Potentielt kan kreativiteten derfor også bevæge Jeg'ets organisering af relationerne, og derfor den enkeltes værdsættelse.

Med andre ord er det den diskursive forhandling, der forskyder Jeg'ets opfattelse af det værende i verden og derved forbinder Jeg'et med kreativitet. Denne forbindelse genkender vi i kunsten. Det er den visuelle kunsts opgave at synliggøre det usynlige for beskueren (Merleau-Ponty 1995, 156). Dette kræver i sig selv forestillingsevne, som kunstneren får adgang til via kreativiteten. Kunstneren indgår altså i en diskursiv forhandling med værket, for at bevæge beskueren og værket således at det usynlige bliver synligt. En anden måde at betragte kunstens opgave er ud fra beskueren. Jeg vil hævde, at kunstens opgave er at irritere beskuerens syn, således at vedkommende igen oplever farver og former som var det første gang. Enhver, der har observeret et barns fascination af form og farver, vil genkende hvorledes denne fascination udelukker resten af det værende for barnet. Værket formår altså at indfange barnet i en immateriel verden, der alene rummer barnets fascination af værket. Denne evne til at irritere beskueren og genskabe de oprindelige oplevelser af farver og form er, hvad der giver det visuelle værk sin værdi.

Som nævnt tidligere er Jeg'ets værdsættelse af kunsten et udtryk for en organisering af relationerne, hvori det enkelte kunstværk er en del af. Det betyder at der er værker, som den enkelte beskuer fortrækker frem for andre. Men kunstens værdsættelse kommer også til udtryk i gørensællesskabet. Nogle værker, som værdsættes mere end andre af gørensællesskabet, disse værker bliver benævnt med en højere pris, hvor prisen er et kommunikativt udtryk, angivet i monetære værdier. Ligeledes udtrykkes værdsættelsen af kunsten også i moralen og etikken i et givent gørensællesskab. Da etikken kun kommer til udtryk i det sociale, er der her tale om en social værdsættelse. Etikken fastlægges rammerne for hvorledes kunsten, via sin kreativitet, kan tillade sig at handle. Et eksempel på hvorledes kunsten bliver værdsat ude fra etiske overvejelser finder vi blandt andet i sagen der omhandlede Marco Evaristti kunstværk "Helena".

I en retssag fra 2003 blev der taget stilling til hvorvidt Evaristti havde overtrådt dansk lov ved at gøre sig skyldig i uforsvarlig omgang med dyr (Politiken 2003). Evaristti havde skabt en installation på museet Trapholt i Kolding, som bestod af nogle guldfisk i en blender. Det var så op til de besøgende at afgøre guldfiskenes skæbne - hvorvidt de skulle blendes eller overleve. Selve sagen afstedkom en del omtale i pressen, og var anledning til en bredere etisk diskussion om hvad kunstnere kunne tillade sig. Gørensfællesskabet igangsatte altså en proces, hvori den sociale værdsættelse skulle identificeres; konkret udtrykt i etikken.

Der tildeles altså en social dimension i den traditionelle markedsøkonomiske forståelse. Hvor organiseringen af individets relationer falder ind under traditionelle markedsøkonomiske forståelse, skal den sociale værdsættelsesproces ses som en udvidelse, der kaster lys over andre aspekter af værdibegrebet, og som i sidste ende påvirker individets organisering af dets relationer. Det implicerer, at markedsøkonomi ikke længer et forhold kun imellem individer, men bør ses som havende en social dimension.

Det sociale værdibegreb

Ser man på markedsøkonomien gennem den overstående beskrivelse af, hvad jeg i dette speciale kalder for et socialt værdibegreb, har det nogle tydelige konsekvenser for aktørernes handling i markedet. Ser vi først på forholdet imellem forbrugeren og virksomheden er CSR¹⁰ eller forbrugerbevægelser, rettet imod specifikke produkter eller virksomheder, eksempler på hvorledes individuelle relationer ikke længere er tilstrækkelige til at beskrive individets organisering af sine relationer. Da disse to eksempler begge er resultatet af diskursive forhandlinger i gørensfællesskabet, er det derfor også resultatet af interaktionen på de sociale medier. Disse diskursive forhandlinger påvirker individets organisering af sine relationer, og dermed er virksomhederne nødsaget til at respondere i et forsøg på at matche denne organisering ved at reagere på det sociale værdibegreb.

Virksomhederne har identificeret denne nødvendighed, hvorfor de sociale medier i dag er en del af virksomhedernes kommunikationsstrategi. Det har typisk to aspekter:

¹⁰ CSR skal i dette eksempel forstås som værende de etiske overvejelser som forbrugerne gør sig i forhold til specifikke produkter.

Enten opfatter virksomheden de sociale medier som svarende til massemediernes, og fokuserer derfor udelukkende på PR og markedsføring. Det vil jeg anse om en misforståelse af de sociale medier og det sociale værdibegreb. Andre virksomheder engagerer sig i de sociale medier og forsøger derigennem at påvirke den diskursive forhandling, der forgår i de sociale medier. De virksomheder udtrykker en større forståelse for den sociale dimension i markedsprocessen.

Det er ikke blot i forbindelse med interaktionen mellem forbrugerne og virksomhed, det sociale værdibegreb kommer til udtryk. Når medarbejderne involverer sig i sociale medier, trækkes den diskursive forhandling ind i virksomheden. Hvilket medfører at de dynamikker jeg tidligere har beskrevet i den diskursive forhandling ligeledes bliver trukket ind i organisationen. Der opstår altså de samme brydninger internt i organisationen, som jeg tidligere har argumenteret for opstår i gørensællesskabet, hvilket medfører det samme potentiale for frigørelse af kreativitet, men især også at synliggøre det usynlige i organisationen. Med dette mener jeg, at den diskursive forhandling har potentialet for at frembringe nye forståelser og perspektiver på organisationsarbejdet. De sociale medier kan potentielt irritere organisationen og derved fremprovokere nye perspektiver på grundlæggende antagelser i organisationen. Dette er også hvad det Nederlandske analyseinstitut, TNO konkludere i deres undersøgelse af hvorledes brugen af sociale medier påvirker medarbejderne i en række Nederlandske virksomheder (Kraan, Dhondt og de Jong 2011). Dette kan komme til udtryk i for eksempel brugerdreven innovation eller i en løbende dialog imellem dem som står udenfor organisationen og dem der er medlemmer.

Det skal understreges at denne sociale dimension af værdsættelsen ikke er noget, som kommer med de sociale medier. Den har alle dage været til stede. Men de sociale medier accelererer processen og effekterne i en sådan grad, at det i dag er blevet en stor faktor i individets organisering af sine relationer og derfor også en faktor, som virksomhederne er nødsaget til at fokusere på i langt højere grad end tidligere.

Delkonklusion

Jeg har i det overstående afsnit argumenteret for en forståelse af værdiskabelsen i den immaterielle økonomi som noget, der kommer til udtryk både i forhold til det

sociale samt i forhold til Jeg'ets organisering af sine relationer i en økonomisk forstand. Sidstnævnte er en måde at forklare hvorfor forskellige individer har forskellige præferencer, der kommer til udtryk i deres ageren i markedet.

Jeg har i det overstående benyttede kunsten som et eksempel på, hvordan kreativiteten opstår i det sociale er et andet udtryk for værdiskabelsen i den immaterielle økonomi. En kreativitet som opstår på grund af de brydninger som fremkommer via den diskursive forhandling. Det er en central pointe i forhold til forståelsen af værdiskabelsen i de sociale medier. Den diskursive forhandling, der som nævnt finder sted i de sociale medier, er værdiskabende for både Jeg'et samt for gørensfællesskabet. At kreativiteten er værdiskabende for begge udtryksformer skyldes at både Jeg'et og den Anden bliver bevæget i den diskursive forhandling, derved er det i de diskursive forhandlinger, at vi finder de sociale mediers værdi.

På grund af værdiskabelsen af noget, som på en gang tilhører individet samt det sociale, opstår behovet for at mediere værdien således at kommunikationen om værdi formår på den ene side at afspejle Jeg'ets organisering af sine relationer samtidig med at aktørerne i det sociale har behov for et fælles medie for værdi. Derved bliver erfaringen af værdi og værdsættelse transformeret fra en personlig erfaring til kollektiv erfaring der opstår i gørensfællesskabet. En tilsvarende transformation som vi finder i de sociale medier hvor kreativiteten transformeres fra en personlig erfaring til en kollektiv erfaring der deles i de delte øjeblikke.

På samme måde som med kunsten, kan denne værdi komme til udtryk på mange forskellige måder. For den enkelte aktør betyder de diskursive forhandlinger, at vedkommende bliver præsenteret for nye perspektiver, erfaringer og forståelser der tilsammen frigør aktøren fra dispositivet, samtidig med at det tilfører aktøren en kreativitet. Denne frigørelse af kreativiteten i de sociale medier er ikke afgrænset til den enkelte aktør, men spreder sig rundt blandt andre aktører via delingen af de forskellige øjeblikke. Dette er en konstant bevægelse, hvor i værdi derfor konstant bliver skabt i de sociale medier.

Social værdiproduktion

I det postmoderne produktionssamfund er der opstået et immaterielt produktionsparadigme. Et paradigme, hvori produktionen af værdi vurderes ud fra skabelsen af immaterielle varer som rationaler, oplevelser, problemløsninger og informationsformidling; helt grundlæggende evnen til at iscenesætte (Hardt og Negri 2004, 41). Hardt og Negri peger på at Paolo Virno præciserede den immaterielle produktion til at være forankret i den menneskelige sproglige evne. For Virno er det sproget, der kommer i centrum i den immaterielle værdiskabelse. Derved bliver den selve den immaterielle produktion tæt forbundet med det sociale, da sproget som nævnt tidligere udfolder sig i det sociale samt at det er sproget som former det sociale (Hardt og Negri 2004, 42). Det er derfor naturligt at min undersøgelse af værdiproduktionen i de sociale medier, tager udgangspunkt i Hardt Negri og Virno's forståelse for den immaterielle produktion.

Invention = Kreativitet

En anden måde at forstå den tidligere nævnte katalysering af kreativitet er via Gabriel Tardes arbejde med invention og imitation (Tarde 1903). Tarde definerer den sociale interaktion som værende henholdsvis invention eller imitation. Ifølge Tarde handler social interaktion grundlæggende om imitation. En imitation eksisterer udelukkende på baggrund af en opfindelse (Tarde 1903, 3). Al imitation er altså forudsat at der er noget eller nogen, der før imitationen kan finde sted, har foretaget en invention. Invention kan imidlertid kun finde sted på baggrund af imitationen, da hver ny invention basere sig på andre inventioner og imitationer, samt resultere i nye måder at imitere på (Tarde 1903, 11). Imitation og invention er derfor konstant i et fortløbende symbioseforhold, hvilket medfører at det derfor ikke er muligt at pege på enten imitationen eller inventionen som værende årsagen for den anden. Det samme symbiotiske forhold eksisterer også i brydningen med dispositivet.

Inventionen opstår ikke af sig selv, eller som Tarde udtrykker det:

"Man does not invent for the pleasure of inventing, but for the satisfaction of some want that he experiences. " (Tarde 1903, 92)

Skiftet mellem imitationen og inventionen afhænger altså af noget, der er uden for det symbiotiske forhold. I dette tilfælde ønsket om at få en lyst opfyldt, ønsket om at tilfredsstille et nyt behov, der ikke bliver tilfredsstillet af den igangværende imitation. Her er der også direkte paralleller til situationen i forbindelse med den tidligere omtalte brydning med dispositivet. Da brydningen med dispositivet nødvendigvis må fremkomme på baggrund af en lyst der er uden for det symbiotiske forhold. Dog er denne udefrakommende lyst typisk med et negativt fortegn, hvorimod lysten i inventionen kan være af både positiv og negativ karakter¹¹. Hvad der blandet andet også kendetegner imitationen er at denne er styret af nogle love, modsætning til inventionen, der i sin natur er et brud med disse love. Faktisk peger Tarde på, at inventionen skyldes det tilfældige og arbitrære (Tarde 1903, 142). På samme måde, som dispositivet består af normer og fastlagt ritualer, er bruddet, der forsages af den diskursive forhandling, tilsvarende resultatet af det tilfælde og arbitrære. Lysten til at bryde med det normative åbner derfor op for en kreativitet, der er funderet i den menneskelige opfindsomhed. Kreativiteten forårsager, at opfindereren eller aktøren i de sociale medier, formår at katalysere det arbitrære. Selv om det kan udefra virke kaotisk og diffust, er der nødvendigvis truffet valg eller foretaget en analyse som er rettet imod lysten. Valget eller analysen er selvsagt afhængig af det historiske, men som tidligere nævnt, er det historiske udgangspunktet for den videre proces, hvor det er via kreativiteten at bruddets potentialer bliver afsløret for det enkelte individ.

Vi kan nu se det sociale medie som et medie, hvor der konstant forgår en række forsøg på brydninger med dispositivet. Enhver udsigelse på de sociale medier vil enten være en imitation eller et forsøg på en invention. Set i forhold til den immaterielle produktion, er der på de sociale medier en stor værdiproduktion, ud fra den immaterielle produktions forståelse. For at komme nærmere denne påstand vil jeg i det efterfølgende afsnit beskæftige mig med Trades imitation og invention ud fra en forståelse af produktion.

¹¹ I tilfældet med bruddet i diskursen er der tale om en lyst om at forandre noget grundet i en utilfredshed, hvorimod opfindelsen både kan være rettet imod et problem der skal løses eller en forbedring af en eksisterende proces.

Produktion & reproduktion

Begrebet produktion stammer fra det latinske ord *producere*, som betyder ”at føre ind i væren” (Harper). At producere noget henleder altså derfor til at der bliver skabt noget, som ikke eksisterede før. Som tidligere nævnt arbejder jeg med en definition af den menneskelige handling som er rettet imod et specifikt mål. Dette medfører at produktionen nødvendigvis må være dette som den menneskelige handling er rettet imod.

Da jeg knytter produktionsbegrebet til den menneskelige handling og da denne kan imiteres i den sociale interaktion, vil produktionsbegrebet ligeledes kunne imiteres. Derved opstår reproduktionsbegrebet, hvilket etymologiske betydning er ”at give form igen” (Harper). Reproduktion er et begreb, som Walter Benjamin blandt andet beskæftiger sig med i ”Kunstværket i dets tekniske reproducerbarheds tidsalder”. Benjamin definerer reproduktionen tilsvarende til den definition, jeg arbejder med; nemlig som noget immanent i produktionen.

”Hvad mennesker havde fremstillet, det kunne altid gøres efter af mennesker.”
(Benjamin 1994, 16)

Benjamin er i denne tekst optaget af forholdet mellem produktion og reproduktion. Han peger på en dynamik, der træder ind mellem traditionen og hvad han ser som en fornyelse af menneskeheden (Benjamin 1994, 20). Produktionen knyttes til den romantiske forståelse af tradition, hvor den tekniske reproduktion er bundet sammen med det postmoderne masseforbrug.

Reproduktion har altid fundet sted. Den er en central del af indlæringsprocessen, hvor barnet reproducerer forældrenes bevægelser i dets undersøgelse af verden, og hvor lærlingen forsøger at reproducere mesterens teknik, (Benjamin 1994, 16) og soldaten reproducerer sine egne bevægelser for at opnå en kropslære. Benjamin argumenterer imidlertid for, at reproduktionen har skiftet natur i den teknologiske tidsalder. Det reproducerede mister noget, sin her og nu – dette unikke eksistens i det værende (Benjamin 1994, 17). Denne ’her og nu’-hed, som Benjamin omtaler, er det, der adskiller produktionen og reproduktion, det som transformerer det producerede fra traditionen til den postmoderne massekonsumering. Benjamin peger derved på, at produktionen indeholder noget, der ikke lader sig overføre i reproduktionen. Det

indfanger Benjamin i begrebet auraproduktion. Han forståelse heraf ligger tæt på den forståelse, jeg har af begrebet kreativitet.

I skiftet fra Benjamins produktionsopfattelse til den tekniske reproduktion sker der et tab af aura i det øjeblik, hvor produktionen bliver mangfoldiggjort (Benjamin 1994, 19). Dette brud imellem den unikke forekomst og masseforekomsten er tilsvarende til bruddet mellem imitationen og invention, idet der ikke kan forekomme en masseforekomst, hvis der ikke før dette har været en unik forekomst, en unik forekomst der tilhører traditionen, og derved tilhører historien.

I bruddet mellem det traditionelle og massekonsumeringen identificerer Benjamin tabet af auraproduktion (Benjamin 1994, 32). Dog hvis man, som jeg gør, ser på bruddet som et brud imellem invention og imitation, åbnes der op for en ny invention, hvorved tabet bliver til en opblomstring. I forhold til produktionsprocessen er imitationen tilsvarende med masseforekomsten. Overfor dette er så inventionen som i forhold til Benjamin kan ses som en måde via kreativiteten at genintroducere auraproduktionen tilbage i produktionsprocessen. Dette betyder ikke at vi vil bevæge os fra en postmoderne massekonsumering tilbage til en romantisk traditionel produktion. Men at vi via den diskursive forhandling, der er central i enhver social produktionsproces vil kunne genintroducere det unikke samt 'her og nu'-heden tilbage i produktionsprocessen.

Benjamin bruger teaterforestillingen og filmen til at illustrere forskellen, og derved tabet, af auraproduktion. I teaterforestillingen er der et sammenspil imellem skuespillerne og publikummet. Et sammenspil, der er unikt og kun kan eksistere i øjeblikket. I skuespillet reagerer skuespillerne på publikumets reaktioner, hvilket er en vigtig del af hele oplevelsen og ritualerne som forbindes med det at gå i teateret. I kontrast til dette står filmen. Her er publikum reduceret til rollen som forbrugere af fortællingen. Filmen lader sig ikke påvirke af publikumets reaktioner og er altså en statisk teknologisk måde at viderebringe historien på, hvilket står i kontrast til teaterets dynamiske og levende fremstilling. Denne forskel imellem den statiske og dynamiske fremstilling, er den samme forskel, der eksisterer mellem massemedierne og de sociale medier, hvilket er den diskursive forhandling. Derfor er forskellen i oplevelsen af historien, fra publikumets perspektiv, den samme forskel som aktøren i de sociale medier oplever i forhold til aktøren i massemedierne.

Muligheden for deltagelse ændrer altså på aktørens opfattelse af fortællingen. grundet i delagtiggørelsen af aktøren bliver den epistemologiske erfaring af fortællingen forstærket, der er dog stadig tale om en upersonlig og fald erfaring, der dog bliver tilnærmelsesvis gjort levende af inddragelse af aktøren.

Det overstående eksempel tjener til at illustrere hvorledes den diskursive forhandling kan opfattes som en katalysator for auraproduktionen. I teaterforestillingen er der en række handlinger, som påvirker hinanden. Handlinger mellem skuespillerne og imellem skuespillerne og tilskuerne. Disse handlinger er selve produktionen af teaterstykket, og forårsager tilsammen den brydning, hvori at kreativiteten/auraen kommer til udtryk. Det er ligeledes disse handlinger, der er det centrale i produktionen af filmen. Her er publikummet dog erstattet af instruktøren, men vi kan stadig tale om den samme brydning. For filmskuespilleren reagerer på instruktørens handlinger på samme måde som teaterskuespilleren gør det på publikummets. Tilsvarende fortolker og udlægger begge grupper af skuespillere teaterstykkets/filmens manuskript og gør fortællingen til deres egen. Derfor er der ikke nogen forskel på den kreativitet der kommer til udtryk i teaterforestillingen og filmen, og derfor heller ikke på den aura som Benjamin peger på. Dog bør det nævnes, at reproduktionen af filmen, der efterfølgende går fra at være en unik forekomst til at blive en masseforekomst, efterfølgende er en imitation og ikke længere en invention. Det er dog en imitation, der er åben overfor nye inventioner, hvor selve masseforekomsten kan udsættes en række genfortællinger, remixes eller andre former for inventioner der medfører at masseforekomsten forny bliver introduceret til den diskursive forhandling.

Overfører vi dette sidste eksempel til forholdet mellem massemedierne og de sociale medier, er det den tilsvarende modsætning imellem inddragelse af aktørerne i selve produktionen i de sociale medier, og den redaktionelle produktion af et færdigt produkt som bliver præsenteret i et statisk medie. Selve produktionen i de sociale medier er altså tilsvarende med teaterstykket en produktion der ikke er færdiggjort før den bliver præsenteret for aktørerne/tilskuerne da de er en central del af selve den immaterielle produktion. Hvilket jeg ser som en central forskydning af vores forståelse af produktion. I det efterfølgende afsnit vil jeg komme med en række bud på hvorledes vi kan identificere den immaterielle produktion i de sociale medier.

De sociale medier og skabelse

Med udgangspunkt i den overstående gennemgang af den immaterielle produktion vil jeg opstille nogle kriterier der gør det muligt at adskille produktionen og reproduktionen i de sociale medier.

Produktionsprocessen bør være:

- Katalyseret af kreativitet
- Baseret på organiske handlinger
- Forårsage brydninger

Katalyseret af kreativitet

I overstående beskrivelse af den immaterielle produktion, tog jeg blandt andet udgangspunkt i teaterforestillingen. Teaterforestillingen er kendetegnet ved at denne enkelte forestilling kun eksisterer i det enkelte øjeblik, hvori den bliver opført. Forestillingen er altså en begivenhed, som eksisterer i et øjeblik og bliver delt af alle tilstedeværende, skuespiller så vel som publikum. Groft sagt kan forestillingen, der indeholdes i dette øjeblik opdeles i to elementer. For det første er det manuskriptet, selve fortællingen som skuespillerne har til opgave at videreformidle. For det andet er skuespillernes måde, hvorpå de videreformidler denne fortælling, altså selve formidlingshandlingen. Skuespillerne tager altså forfatterens fortælling og katalyserer denne via deres kreativitet ind i teaterstykkets øjeblik.

Sammenligner vi disse to elementer med de sociale medier, svarer forfatterens manuskript til avisartiklen, blogindlægget, lydklippet eller videoklippet som den enkelte aktør i det sociale medie videreformidler. For at vi kan tale om en produktion og ikke en reproduktion af informationen, er aktøren nødsaget til at påtage sig samme opgave som skuespilleren. Og for at der kan være tale om en produktionsproces, er aktøren nødt til at katalysere denne videreformidling ind i øjeblikket via sin kreativitet. Det kan ske på samme måde som skuespilleren, nemlig via fortolkning og udlægning af informationen. Det er via den kommentar, som vedkommende knytter til informationen, at den delte information bliver en del af de sociale mediers produktionsproces. Længden af produktionsprocessen afhænger af reaktionerne fra andre aktører i mediet. For på samme måde som produktionsprocessen i teaterforestillingen er drevet af tilskuernes reaktioner, er produktionsprocessen i sociale medier drevet af andre aktørers reaktioner. Omkring den delte information opstår der et netværk af meninger og holdninger, som alle er

med til at forlænge produktionsprocessen. Dette netværk af meninger og holdninger vil jeg beskrive i dybden senere.

Med de sociale medier er vi nået til det punkt, som Benjamin forudsagde ville ske, nemlig at forskellen imellem forfatteren og publikummet ville miste sin grundlæggende karakter, og hvem der påtager sig funktionen som forfatter vil variere fra situation til situation (Benjamin 1994, 27). Fælles for de forskellige situationer er dog at det er en hyperspecialiseret forfatterrolle, som den enkelte aktør påtager sig, en forfatterrolle som er funderet i vedkommendes egne fortolkninger og holdninger. Konsekvensen af denne mangfoldiggørelse af forfatterrollen er enten en meningsløshed, hvor der ikke længere eksisterer en autoritet, der er blevet tildelt fortolkningsopgaven, men hvor alle kan påstå sig retten til at fortolke og derved også autoriteten (G. Lovink 2006, 49-50). Tanken om denne nihilistiske konsekvens er funderet i at der ikke skulle være nogen sand autoritet i de sociale medier. Dette er dog en overbevisning jeg forkaster, på grund af den før omtalte produktionsproces. Produktionsprocessens længde afgøres som sagt af mængden af de meninger og holdninger der bliver tilkendegivet af de andre aktører. Da disse meninger og holdninger tilsvarende til "forfatterens" fortolkning er resultatet af menneskelige handlinger, er produktionsprocessen et udtryk på den tidligere nævnte værdsættelse. Dermed er det, der kan opfattes som et tab af autoritet i de sociale medier mere præcist et tab af en kollektiv autoritet. I stedet tildeler den enkelte aktør en individuel autoritet til de aktører hvis fortolkninger vedkommende værdsætter. Der er altså ikke tale om et nihilistisk tab, men en frigørelse og mangfoldiggørelse af tildelingen af autoritet.

Baseret på organiske handlinger

Da mit produktionsbegreb tager udgangspunkt i den menneskelige handling er det derfor også naturligt at kriterierne for hvornår der er tale om produktion frem for reproduktion ligeledes tager udgangspunkt i denne. Al information, der forefindes i de sociale medier er som udgangspunkt resultatet af menneskelig handling, dog er det ikke al information i de sociale medier, der bør anses for at være produktive. Derfor er jeg nødsaget til at udvide handlingsbegrebet, således at det bliver muligt at differentiere mellem de menneskelige handlinger, der resulterer i den information der er producerende og dem der er reproducerende. Opdelingen i den menneskelige handling benævner jeg henholdsvis den organiske og mekaniske menneskelige

handling. Denne opdeling er ligeledes inspireret af den Walter Benjamin og hans kritik af teateret og filmen.

Kilden til opdelingen mellem den organiske og mekaniske handling finder jeg i intentionen. I den mekaniske handling er der ikke nogen anden intention end at videreformidle informationen ud igennem det sociale medie, hvorimod den organiske handling er intentionen ikke kun fokuseret omkring informationen, men også knyttet til noget udenfor informationen selv. På samme måde som teaterstykket ikke kun er knyttet til sig selv, men også til publikummet. Intentionen ikke det samme som motivationen, da der kan være mange forskellige motivationer bag given handling. Intentionen vil enten være at informere eller mere end at informere, uanset motivationen. Derved er intentionen motivationens organisering. Den mekaniske menneskelige handling er, da intentionen kun er rettet imod informationen, bogstaveligt en reproduktion af informationen. Den organiske handling derimod, hvor intentionen ikke kun er knyttet til informationen, er derfor ligeledes knyttet til aktørens kreativitet. Og derved kan denne organiske handling knyttes til produktionen og produktionsprocessen.

Forårsager brydninger

Det sidste kriterium, jeg har opstillet for adskillelsen af produktion og reproduktion er hvorvidt det delte øjeblik formår at forsage en brydning. Altså hvor vidt at handlingen formår at transformere de sociale medieres immaterielle rum fra et *kunstigt* til et *naturligt* rum. Jeg har tidligere nævnt tidligere er det den diskursive forhandling i de sociale medier der transformere deres immaterielle rum. Dette må derfor også betyde at fordi det er i den diskursive forhandling at den enkelte aktør bliver frigjort fra dispositivet at den diskursive forhandling, i forhold til produktion og reproduktion, indeholder et element af inventionen.

Den diskursive forhandlings evne til at forsage brydninger er naturligvis ikke noget, der er forbeholdt de sociale medier. Et eksempel på hvorledes den diskursive forhandling medfører brydninger, finder vi i den kinesiske kulturrevolution. Under den kinesiske kulturrevolution opstod der et fænomen kendt som "Big-Character Posters" (Chain Arts 2004, 77). Fænomenet "Big-Character Posters" dækker over de plakater der blev hængt op rundt omkring i Kina i 1960erne og 70erne. Med disse plakater benyttede den almene kineser sig af muligheden for at udtrykte deres

holdninger. Dette skete ved at nedskrive den på store hvide plakater der efterfølgende blev hængt op på offentlige pladser. Disse budskaber blev efterfølgende enten dækket til af andre, til tider modstridende holdninger, eller også blev de kopieret af andre og derved spredt rundt. Hvis vi ser bort fra de til tider voldelige situationer, der kunne opstod i forsøget på at sikre at ens budskab ikke blev overdækket af andre, er denne udveksling af holdninger og meninger på de offentlige pladser et eksempel på den diskursive forhandling. Hver plakat kan ses som et forsøg på at påvirke dem der færdes på pladsen, og derved et forsøg på at frigøre dem fra dispositivet, der eksisterede forud for kulturrevolutionen. Dog så illustrere dette eksempel også noget andet, nemlig at der i den diskursive forhandling er en immanent konflikt imellem produktion og reproduktion. Denne konflikt bliver illustreret af de andre aktørers handlinger. Hvis budskabet på plakaten bliver dækket til, med modsat rettet holdninger er den diskursive forhandling i gang og derfor også produktionsprocessen.

Dette betyder dog ikke, at der derfor er tale om en reproduktion, hvis plakats budskab bliver imiteret, hvis aktøren vælger at kopiere budskabet og hænge sin plakat op andet sted. Da har aktøren accepteret den nye diskurs og den tidligere diskursive forhandling er over. Når det kopieret budskab efterfølgende bliver hængt op, opstår der en ny diskursiv forhandling et andet sted. På denne måde forplantes budskaberne rundt blandt de forskellige aktører, altså invention erstattes af imitation som forsagere en ny invention. Dette er dog ikke glædende hvis vedkommende vælger at kopier plakaten og ophænge den det samme sted¹². At imitationen, af det oprindelige budskab, ikke bør ses som produktivt skyldes at imitationen ikke fremskyder produktionsprocessen, også selv om den diskursive forhandling bliver forlænget. Produktionsprocessen bliver altså kun forskud så længe at de enkelte aktører forholder sig til budskabet, fortolker dette og via deres egen kreativitet byder ind i den diskursive forhandling.

De tre overstående kriterier for hvordan produktion og reproduktion kan adskilles i de sociale medier bør ikke opfattes som endegyldige kriterier, men ses som værktøjer

¹² Dette vil ske ved enten at hænge en ny plakat op eller ved at fysisk fjerne de plakater der dækker for det originale budskab. Dette betyder at kopien i dette eksempel vil være det samme som at fremhæve originalen.

for yderligere analyse. I sin natur er den diskursive forhandling forskellig fra situation til situation. Den er afhængig af hvem der foretager de menneskelige handlinger - hvem der indgår i forhandlingen - samt hvilken diskurs der er udgangspunktet for den. I de sociale medier er der ingen immanent fælles referenceramme, hvorfor det er de individer, der indgår i øjeblikket, der definerer den diskursive forhandling i det. På grund af den manglende fælles referenceramme er det heller ikke muligt at nedfælde regler for hvorledes produktion og reproduktion i øjeblikket skal bedømmes, det er kun muligt at fremstille værktøjer til brug i analysen.

De sociale medier som forandrings katalysator

Indledningsvis argumenterede jeg for at det menneskelige samfund formes af medierne. Ud fra denne pointe har jeg løbende igennem specialet forsøgt at vise, hvordan de sociale medier har potentiale til at transformere det menneskelige samfund. Ses denne pointe igennem Guy Debords teori om skuespilsamfundet, *the Spectacle*, fremstår påstanden endnu tydeligere.

I værkerne ”*The Society of the Spectacle*” og ”*Comments on the Society of the Spectacle*” fremlægger Debord en skarp kritik af kapitalismens kolonisering af hverdagslivet. En kolonisering der medfører at samfundet reduceres til et skuespil og borgeren til tilskuer. Skuespilsamfundet medfører, at borgerens dagligdag bliver fyldt op med kapitalismens udtryk i form af billeder, hvilket påvirker hvordan individet orientere sig i samfundet (Debord 2009, 29). En orientering, der tager udgangspunkt i billederne og bliver den måde hvorved individet udtrykker sin subjektivitet og derved identitet. Debord peger på, at det primært er i massemediernes denne kommunikation finder sted (Debord 2009, 32). Der er ikke tale om individets fortolkning af virkeligheden, men virkelighedens selvfortolkning, altså den kapitalistiske virkelighedens selvudsigelse med aktørerne som modtager (Debord 2009, 29).

Da denne kapitalistiske virkelighed er den eneste måde, hvorved individet kan orientere sig på – og, lige så vigtigt, udtrykke sig på - bliver det den kapitalistiske virkelighed, der udtrykker individet og derfor er den eneste måde hvorved individet kan udtrykke sin subjektivitet. Således mister individet kontrollen med sin egen

subjektivitet. Da det ikke er muligt for individet at sige sig fri fra den kapitalistiske virkelighed, er det heller ikke muligt udefra at udfordre skuespilsamfundet, og da det er immunt overfor indefra kommende transformationer, argumenterer Debord for at det derfor er umuligt at nedbryde (Debord 2009, 31).

Det stærkeste eksempel på, hvorledes skuespilsamfundet kommer til udtryk er i form af massemedierne. Groft sagt finder der konstant en iscenesættelse af den kapitalistiske virkelighed sted i massemedierne, hvor modtageren netop som Debord peger på er reduceret til tilskuer der passivt konsumerer og efterfølgende reproducerer denne præsenterede virkelighed (Debord 2009, 32). Adskillelse mellem Jeg'et og den Anden skaber et isoleret individ, der ikke længere er i stand til at foretage den nødvendige selvrefleksion over sin egen erkendelse af væren i verden. Tabet af selvrefleksionen åbner i sidste ende op for at eksistens i skuespilsamfundet ikke længere handler om at leve, men om at overleve. Derved bliver virkeligheden hvad massemedierne præsenterer for de passive konsumerende aktører.

Da det eneste sprog massemedierne kender, er det, der er givet af den kapitalistiske virkelighed, er ethvert forsøg på fortolkning og indgriben i kommunikationen fra individets side, fortvivlet. Det kan kun ske på massemediernes præmis, via læsebrev eller særlige programmer der giver lyttere og seerne en stemme i mediestrømmen. Men selv denne indblanding fra aktørerne bliver filteret, fortolket og presset igennem massemediernes filter og derved transformeret til endnu en del af den kapitalistiske virkeligheds udsigelse i skuespilsamfundet. Derved bliver et hvert forsøg på dialog fra aktørens side til en del af massemediernes uendelige monolog. Frigørelsen fra passiviteten og tabt af stemme hos individet, vil jeg argumentere for findes i de sociale medier.

Hvis de sociale medier er den frie markedsplads for stemmer, hvor individet har mulighed for at byde ind med deres fortolkninger, kommentarer og repræsentere deres holdninger. Både internt i mindre grupper samt som en offentlig stemme der lader sig kopiere, på samme måde som "Big-Character Posterne" lod sig kopiere. Som jeg tidligere har argumenteret for, åbner de sociale medier derved op for en dialog imellem individerne. Via denne dialog har de sociale medier potentialet for at løslade individet fra rollen som passiv tilskuer og derved frigøre dem fra skuespiller samfundets isolation. I sidste ende vil jeg argumentere for at de sociale medier

derived faciliteter det møde, imellem Jeg'et og den Anden, der er nødvendig for Jeg'ets selvrefleksion over erkendelsen af sin væren i verden. Jeg ser derfor i de sociale medier som værende en åbning ind i et post-skuespilsamfund, hvor legen og poesien er med til at generobre sproget fra den kapitalistiske virkelighed.

Konklusion

Jeg har gennem dette speciale forsøgt at opstille en argumentation for, hvorledes værdiskabelsen i de sociale medier skal forstås. Dette er sket ud fra en todelt analyse, der først har etableret en forståelse for de sociale mediers immaterielle rum for derefter at undersøge hvorledes den immaterielle økonomi kommer til udtryk i dette rum via det sociale, det politiske og det immaterielle økonomiske. Jeg har argumenteret for at udgangspunktet for at forstå værdiskabelsen i de sociale medier nødvendigvis må være den menneskelige erfaring af væren i verden, en erfaring som jeg beskriver som værende flad og upersonlig, da den mangler den dybde der opstår i erfaringsobjektets fremtrædelse. Det er dog tilsvarende denne mangle på dybde jeg argumenter åbner op for værdiskabelsen i de sociale medier.

Jeg har i specialet konsekvent peget på de dynamikker, der opstår i de forskellige brydninger, der opstår i subjektets opgør med de forskellige magtforhold, som værende værdiskabende. Jeg har argumenteret for, at disse brydninger frigør en dynamik, som potentielt kan katalysere aktørens kreative forståelse af det værende i verden. En kreativitet jeg i specialet argumenteret for er et andet udtryk for værdiskabelsen i den immaterielle økonomi. Baggrunden for disse brydninger finder vi i konflikten imellem den enkelte aktør og gørensføllesskabet. Disse brydninger som fremkommer via interaktionen imellem aktørerne, i det sociale er hvor det værdifulde bliver identificeret. Jeg har i dette speciale argumenteret for at denne værdi der bliver skabt i de sociale medier er en værdi som afspejler alle aspekterne af det menneskelige liv, det sociale liv. Dette kommer særligt til udtryk i de sociale mediers formåen for at være rammene for dannelserne af multituder.

De værdiskabende dynamikker, der opstår i interaktionen i mellem aktørerne i det sociale, er i sig selv udtrykket for en diskursiv forhandling; en kamp om retten til at italesætte reguleringen af det sociale. Det kommer til udtryk i forskellige betydningssystemer, der regulerer Jeg'et og den Andens forhold til væren i verden.

Det centrale her er identificeringen af det, som gørensællesskabet værdsætter. I det sociale er underlagt en konstant forandring, er gørensællesskabets opfattelse af det værdifulde også konstant til forhandling. Dette medfører at selve identifikationen af det værdifulde for gørensællesskabet er aldrig en afsluttet proces.

Tilsvarende har jeg argumenteret for, at de underliggende produktive bevægelser jeg har identificeret i multituden åbner op for nye forståelser for forholdet mellem det offentlige og det private, samt derved også i forholdet imellem det handlende menneske og selve produktionsprocesserne. Et underliggende tema i dette speciale har været forskellene imellem de traditionelle massemedier og de sociale medier. Dette leder mig til at opstille tre kriterier for, hvorledes man kan bedømme værdiskabelsen i de sociale medier. Fælles for dem alle er, at de er en måde hvori at den kreativitet jeg har identificeret kommer til udtryk, særligt i de sociale medier.

På baggrund af analyserne i dette speciale kan jeg konkludere, at det er den kreativitet, der opstår i kølvandet på brydningerne i de sociale medier som er fundamentet for den immaterielle værdiskabelse i de sociale medier. Da disse medfører en frigørelse og mangfoldiggørelse af de sociale, de politiske og de immaterielle økonomiske perspektiver i gørensællesskabet.

Litteratur list

Tekster:

Agamben, Giorgio. *Hvad er et dispositiv? - og to andre essays*. 1. udgave. Aarhus: Forlaget slagmark, 2010.

Agamben, Giorgio. *Homo Sacer. Den suverene makten og det nøgne livet*. Kullebund: Valdisholm, 1995.

Arendt, Hannah. *The Human Condition*. London: The University of Chicago Press, 1998.

Bauböck, Rainer. *Social and Cultural Integration in Civil Society*. University of Exeter, Department of Politics, 1996.

Benjamin, Walter. *Kunstværket i dets tekniske reproducerbarheds tidslader*. *K&K* 77, 1994: 15-42.

Brügger, Niels. *Paul Virilio. Rummet, hastighed og synets acceleration*. I *Filosofi & arkitektur i det 20. århundrede*, af Carsten Thau, 306-335. København: Kunstakademiets Arkitektskole, 2006.

Carnera, Alexander. *Magten over livet og livet som magt - Studier i den biopolitiske ambivalens*. København: Copenhagen Business School, 2010.

Chain Arts. *Chain #11*. Redigeret af Jena Osman og Juliana Spahr. Philadelphia, PA: Temple University, 2004.

Debord, Guy. *Comments on the Society of the Spectacle*. London: Verso, 1998.

Debord, Guy. *The Society of the Spectacle*. Redigeret af L. A. Lievrouw og S. Livingstone. *New Media* (Sage), 2009: 28-37.

Forough, Muhammadbagher. *Revisiting the Public/Private Distinction: A Deleuzian Perspective*. I *Problems of Democracy - Probing the Boundaries*, af interdisciplinary.net, 175. Oxfordshire: Inter-Disciplinary Press, 2010.

Foucault, Michel. *At Skrive sig selv*. Årg. 1, i *Foucault's Masker*, af Michel Foucault, redigeret af Niels Brügger, 187-199. Forlaget Modtryk, 1995.

Habermas, Jürgen. *Kraften i de bedre argumenter*. Redigeret af Ragnvald Kalleberg . Oversat af Are Eriksen. Gjøvik: Ad Notam Gyldendal, 1999.

Hansen, Mogens Herman. *Det athenske demokrati - og vores*. København: Museum Tusulanums Forlag, 2005.

Hardt, Michael & Negri, Antonio. *Commonwealth*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2009.

Hardt, Michael, & Negri, Antonio. *Mengden*. I *AGORA Journal for METAFYSISK SPEKULASJON*, 2004.

Hayek, Friedrich August von . *The Confusion of Language in Political Thought* . Kent: Tonebridge Printers LTD, 1968.

Lovink, Geert. *Blogging - Den nihilstiske impuls*. I *Lettre internationale*, Juni 2006: 45-50.

Lovink, Geert. *Minhjerne.net*. I *Le monde diplomatique*, Maj 2010: 25-27.

McLuhan, Marshall. *Mennesket og Medierne*. København: Gyldendal, 1967.

Merleau-Ponty, Maurice. *Maleren og filosofen*. I *Æstetiske teorier - En antologi ved Jørgen Dehs*, af Jørgen Dehs, 149-180. Odense: Odense Universitetsforlag, 1995.

Merleau-Ponty, Maurice. *Om sprogets fænomenologi*. København: Gyldendal, 1999.

Mises, Ludwig Von. *Human Action: A treatise On Economics*. San Francisco, CA: Fox & Wilkes, 1996.

Nilsen, Remi. *Mengden som filosofisk begrep*. I *AGORA Journal for METAFYSISK SPEKULASJON*, 2004.

Pedersen, Jacob Lund. *Den subjektive rest*. Aarhus: Forfatteren og Aarhus Universitetsforlag, 2008.

Raffnsøe, Sverre, Marius Gudmand-Høyer, og Morten S. Thaning. *Foucault*. København: Samfundslitteratur, 2008.

Samson, Kristine. *Det performativt æstetiske byrum*. PhD Afhandling, Institut for Miljø, Samfund og Rumlig Forandring, Roskilde Universitet, Roskilde: Institut for Miljø, Samfund og Rumlig Forandring, Roskilde Universitet, 2010, 318.

Sartre, Jean-Paul. *Eksistentialisme er humanisme*. København: Vintens forlag A/S, 1974.

Sennett, Richard. *The Fall of Public Man*. London: Clays Ltd, St Ives plc, 1974.

Socialemantic.eu. *Social Media Factbook - EU-DK 2011*. Undersøgelse, København: Dagbladet Børsen A/S, 2011, 59.

Tarde, Gabriel. *The Laws of imitation*. Oversat af Elsie Clews Parsons. New York: Henry Holt and Company, 1903.

Terranova, Tiziana. *Politics for the Inormation Age*. London: Pluto Press, 2004.

Zahavi, Dan. *Intentionalitet og Fænomen hos Aristoteles, Thomas Aquinas og Brentano*. I *Filosofiske Studier* (Københavns Universitet), 1995: 211-231.

Internet ressourcer:

BBC News. *Twitter co-founder Jack Dorsey rejoins company*. Redigeret af Maggie Shiels. 28. Marts 2011. <http://www.bbc.co.uk/news/business-12889048> (senest hentet eller vist den 22. August 2011).

Facebook. *Statistics*. 2011. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (senest hentet eller vist den 22. August 2011).

Gyldendal. *Den Store Danske - Gyldendals åbne encyklopædi*.
[http://www.denstoredanske.dk/Rejser,_geografi_og_historie/Gr%C3%A6kenland/De_t_klassiske_Gr%C3%A6kenland/polis/polis_\(Ordets_betydning_og_reference\)](http://www.denstoredanske.dk/Rejser,_geografi_og_historie/Gr%C3%A6kenland/De_t_klassiske_Gr%C3%A6kenland/polis/polis_(Ordets_betydning_og_reference))
(senest hentet eller vist den 13. August 2011).

Harper, Douglas. *Online Etymology Dictionary*.
<http://www.etymonline.com/index.php> (senest hentet eller vist den 11. November 2011).

Internet Society. *A Brief History of the Internet and Related Networks*.
<http://www.isoc.org/internet/history/cerf.shtml> (senest hentet eller vist den 06. 09 2011).

Kraan, Karolus, Steven Dhondt, og Tanja de Jong. »TNO - Innovation for life.«
HOW DO USE OF SOCIAL MEDIA AND COMPANY-BROAD ICTs AFFECT INNOVATIVE WORK BEHAVIOR AND EMPLOYEE WELL-BEING? TNO. Oktober 2011. http://www.tno.nl/downloads/tno_persbericht_2011_26_bijlage.pdf (senest hentet eller vist den 20. Oktober 2011).

Mashable. *Mayors of Starbucks Now Get Discounts Nationwide with Foursquare*. Redigeret af Jennifer Van Grove. 17. Maj 2010.
<http://mashable.com/2010/05/17/starbucks-foursquare-mayor-specials/> (senest hentet eller vist den 22. August 2011).

Occupy Wall Street. *Occupy Wall Street*. 1. 09 2011.
<http://www.OccupyWallStreet.org> (senest hentet eller vist den 09. 10 2011).

Oxford Today. *Oxford Today*. 2011.

<https://www.oxfordtoday.ox.ac.uk/page.aspx?pid=1132> (senest hentet eller vist den 09. Oktober 2011).

Politiken. *Politiken.dk*. Redigeret af Nina Kragh. 10.. Maj 2003.

<http://politiken.dk/kultur/ECE58896/retssag-en-guldfisk-i-et-glas-vand/> (senest hentet eller vist den 17. Juli 2011).