



# MEDIESOCIOLOGIENS OPLEVELSESUDFORDRING

TEM FRANK ANDERSEN, SENIORFORSKER PHD  
TFA@HUM.AAU.DK

 IndiMedia

**Medier og børn: (u)populært tv for børnehavebørn  
(1994-1996)**

**Medier og uddannelse: IKT i universitetsundervisning  
(1996-1998)**

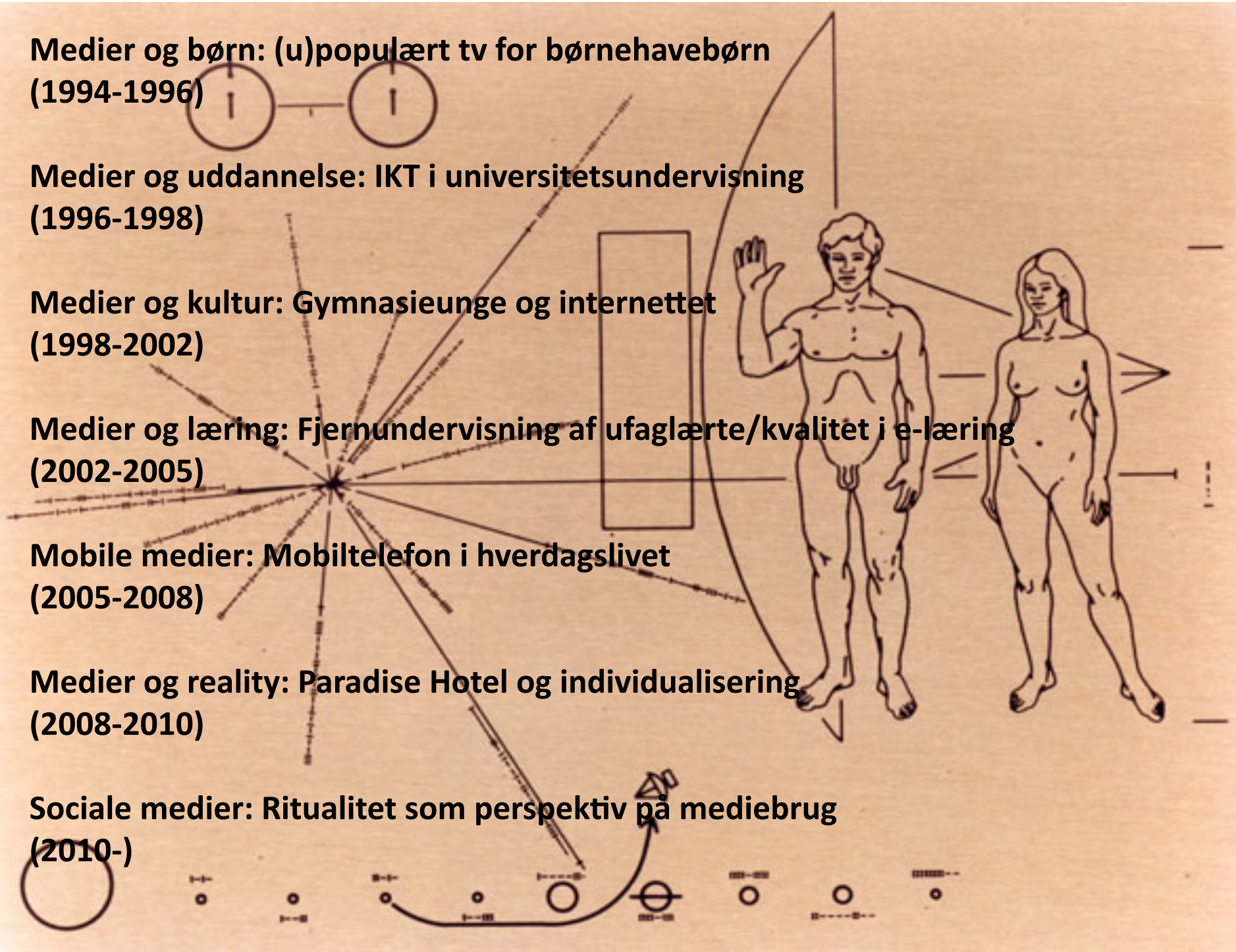
**Medier og kultur: Gymnasieunge og internettet  
(1998-2002)**

**Medier og læring: Fjernundervisning af ufaglærte/kvalitet i e-læring  
(2002-2005)**

**Mobile medier: Mobiltelefon i hverdagslivet  
(2005-2008)**

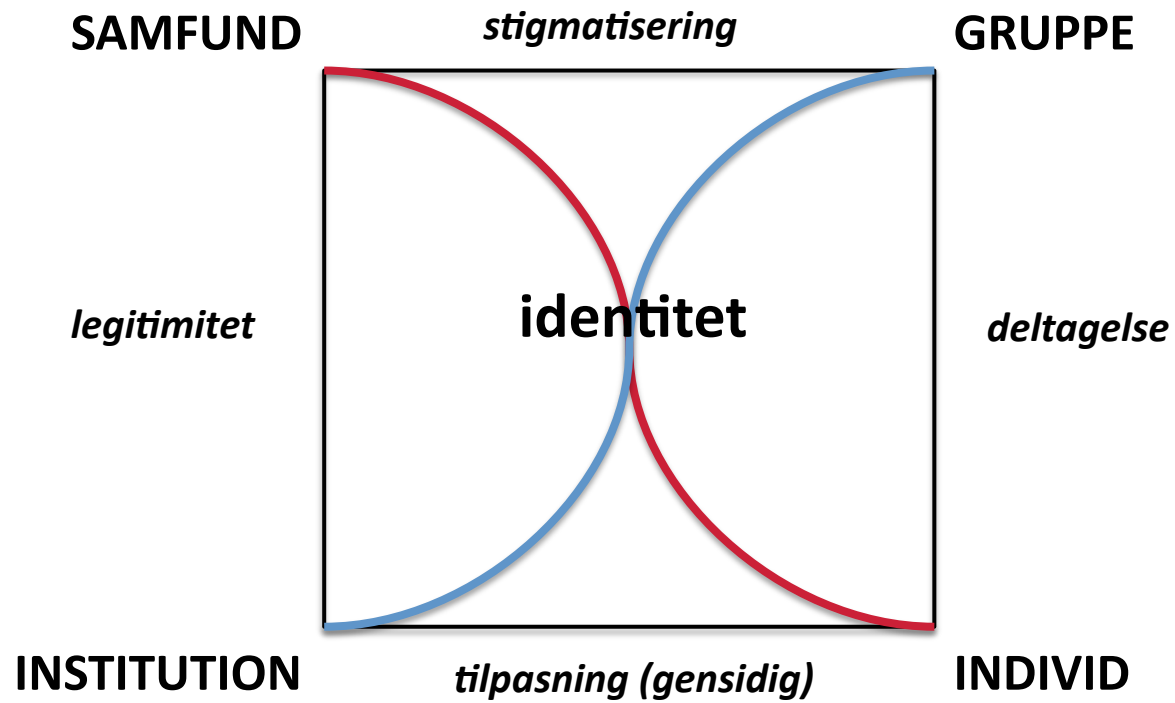
**Medier og reality: Paradise Hotel og individualisering  
(2008-2010)**

**Sociale medier: Ritualitet som perspektiv på mediebrug  
(2010-)**



# MEDIESOCIOLOGIENS PROJEKT BESTÅR I AT:

- Etablere en teori omkring mediernes rolle i samfundet (mikro-makro)
- Etablere en teori om denne rolles karakter (påvirkning-indflydelse-muligheder)
- Udvikle metoder der kan til enhver skabe indsigt i disse forhold
- Skabe grundlag for en kritisk forståelse der kan bidrage til demokratisering (sikre "bæredygtige" vilkår)



Figur 1: Mediesociologiens udforskningsfelt (*egen tilvirkning, 2010*)

## MEDIESOCIOLOGIENS MEDIEBEGREB:

- Startede som en forståelse af medier som kontrollerede kanaler
- Udviklede sig til en forståelse af medier er en særlig form der øver indflydelse på indholdet
- Udviklede sig til en forståelse af medier som symbolske repræsentationer af virkeligheden
- Udviklede sig til en forståelse af medier som spejle for brugeres projektioner
- Udviklede sig til en forståelse af medier som platforme for brugergenereret kommunikation

## MEDIESOCIOLOGIENS OPFATTELSE AF MODTAGEREN:

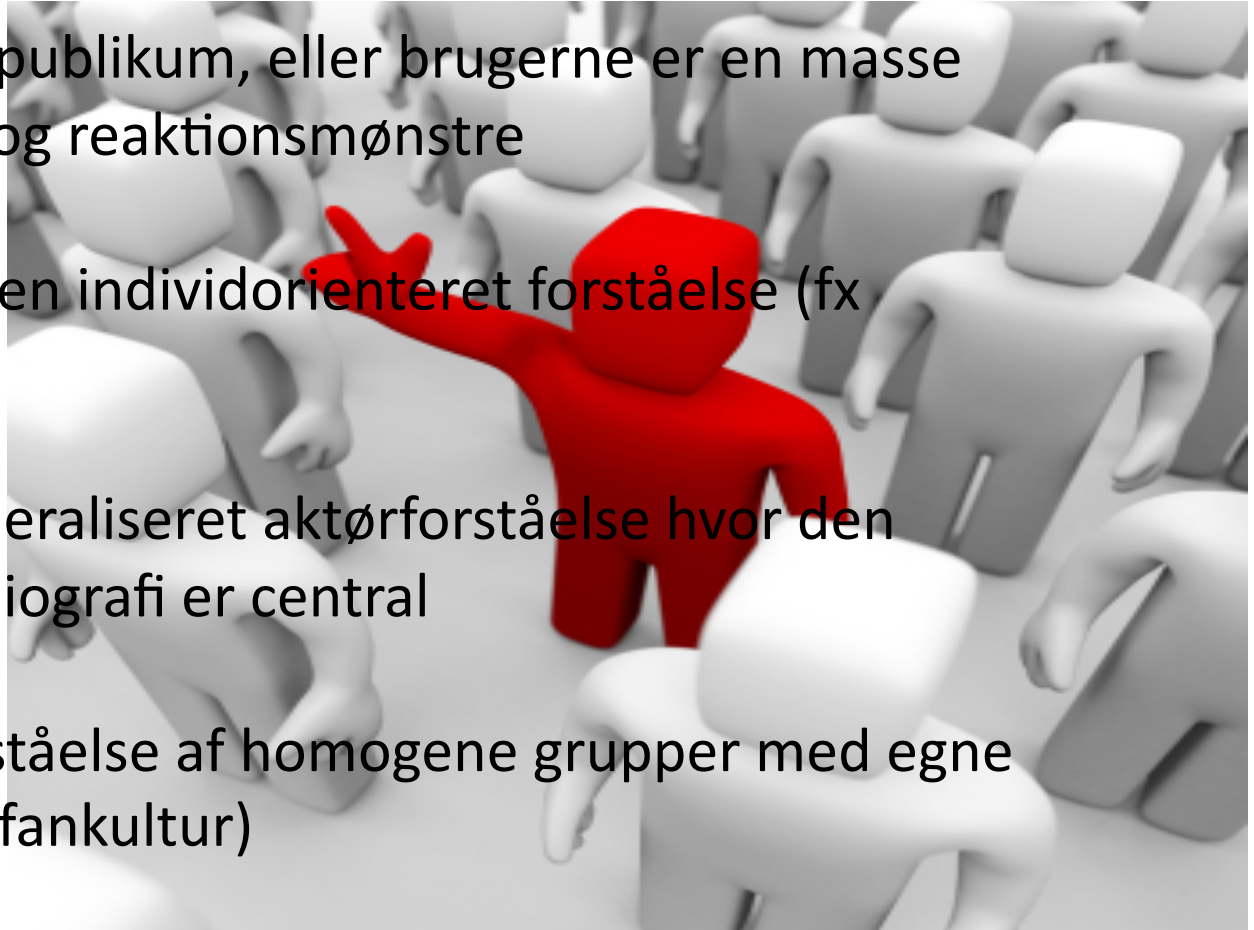
Startede i Europa som publikum, eller brugerne er en masse med ensartede behov og reaktionsmønstre

Udviklede i USA til en ren individorienteret forståelse (fx Sepstrup)

Udviklede sig til en generaliseret aktørforståelse hvor den enkeltes livshistorie / biografi er central

Udviklede sig til en forståelse af homogene grupper med egne interesser og kulturer (fankultur)

Udviklede sig fra en modtager til en individualiseret brugerforståelse



# MEDIESOCIOLOGIENS MORALSKE DIMENSION

Diskurs	Forfalds-	Forstyrrelses-	Forskels-	Frigørelses-
<b>Træk</b>	Vi er på vej til at tabe noget som gør en forskel!	Vi kan ikke gøre vores job!	Vi kan ikke helt forstå dem!	Vi er på vej til at se fremkomsten af noget nyt!
	Restriktion	Regulation	Information	Participation
	Subjektet er et objekt!	Subjektet er subjekt!	Subjektet er subjekt!	Subjektet er godt!

# MEDIESOCIOLOGIENS METODER:

INDHOLDSANALYSER (= koder, diskurser, narrativitet, ideologi, magt)

SURVEYS (= holdningsmønstre, adfærdsmønstre, polls)

LIVSVERDENSINTERVIEW (= forståelse, reception, livshistorie/biografi)

GRUPPEINTERVIEW (= brugerdiskurser, konsensusdannelse)

OBSERVATIONSSTUDIER (= interaktionsmønstre, kortlægge kontekst)

DELTAGELSESTUDIER (= integrationsritualer, kollektive emotionspræferencer)

ARTEKFAKTSTUDIER (= domesticering, brugernes indlejring af medier i hverdagen)

PROBESTUDIER (= brugernes innovationsforståelse, bruger tolkninger)

TRACKINGSTUDIER (= bevægelsesmønstre, brugspræferencer)





## MEDIESOCIOLOGIEN STÅR MED UDFORDRINGEN AT SKULLE:

Forstå hvordan brugere og producenter interagerer på nye platforme, hvor brugerne skaber indhold !

Forstå hvordan brugere orkestrerer flere medier på én og samme tid, over tid !

Forstå hvordan brug af medier irreversibelt ændrer brugernes forudsætninger for at opleve medier (kedsomheds- eller slitage-tesen) !

Finde metoder til at kunne få adgang til brugernes anvendelse af mobile medier (*live data om kommunikation på Facebook, sms kommunikation, mobilkommunikation*) !

