

# PRESSET.

*verdi(skaping)*  
2022

PRESSET.

*jubilæumsutgave*

*verdi(skaping)*

2022

*utgaven  
er gratis*

# Innhold

Leder .....	5
Redaksjonen .....	6
Bidragstere .....	7
Vinn og tap i forestillingens verden .....	10
Journalistikk og verdier – hva skjedde? .....	15
«For meg»? .....	18
Kan sosiale medier påvirke holdningene og verdiene våre? .....	20
Hvem bestemmer verdien? .....	28
Har vi mistet evnen til å skape verdi uten media? .....	34
Akademikernes hjørne .....	40
<i>Sirene</i> – en feministisk motvekt .....	42
Verdiskapingens evige, rullende filmrull .....	50
Deplatforming – The Dream .....	55
Referanser .....	66
Trykkinfo .....	68

For fjerde gang er vi her igjen, ett år senere. Høstens korte og intense semester er godt underveis, innleveringsfristene baller på seg, pensums haugen blir ikke mindre mens dagene blir kortere. Og her, samtidig som dagene blir kortere, dukker også opp det vi gleder oss aller mest til gjennom hele året: et skikkelig, heidundranes jubileum.

Forrige gang vi var ved dørstokka på et jubileum, kom vi alle ut av noen lange måneder med pandemi og utfordringer. Nå er det en gang slik at det foregående året, tross hvor enn korona-fritt det har vært, ikke har vært uten sine problemer – hvor mange av dem fortsatt er pågående. På ett år har redaksjonen vår nok en gang endret seg på nytt. Det som var nye venner for ett år siden, er nå blitt til gode venner som har gått nye veier. Samtidig har vi vært så heldige å fått noen skikkelig fine, nye venner. Og hvem skulle tro at de også kunne bære iveren som trengs for å holde dette magasinet i livet, videre? Heldigvis for oss så gjør de nettopp det.

Så, her er vi nå. Fire år etter at PRESSET, så dagens lys, med gamle og nye venner, nye sterke penner og ikke minst penner som har gått videre til nye blanke sider. Med den samme gleden som vi har funnet i det å skape et jubileumsmagasin de siste tre årene, er vi nå her med nummer fire i rekka. Tross fire års erfaring med å sette sammen dette magasinet, er prosessen like krevende, vanskelig og utfordrende som aldri før. Men det hele har blitt vesentlig morsommere for hvert år som har gått. Vi er jo ganske stolte over å kunne opprettholde noen tradisjoner, tross alt. Denne utgaven dedikeres til de som har vært en del av redaksjonen vår fra første stund, de som har svingt innom underveis, og de som har funnet nye blanke sider andre steder. Ikke minst dedikeres denne utgaven til nye og gamle lesere, for uten dere hadde ikke dette magasinet du nå holder blitt en realitet – vi håper dere gleder dere like mye til veien videre som oss!

Dette jubileumsmagasinet har fått temaet *Verdi(skaping)*, og tar utgangspunkt i en essensiell bit av vår medierte tilværelse. I en tid hvor mediene rundt oss, samtalene i samfunnet vårt og virkelighetens hendelser er preget av konflikter, uroligheter og usikre tider, kan kanskje noen spørsmål og undersøkelser om verdier og verdiskaping løfte blikket vårt litt opp? Denne utgaven er et forsøk på det å gå medienes verdier og deres verdiskaping i sømmene. Dette har resultert i en samling med tekster som undersøker, kritiserer og forhåpentligvis åpner opp måtene vi kan forholde oss til verdiskaping på – og det på hver sine egne måter.

God lesing!

STEFFEN TOMT (f. 1997) har en bachelorgrad i medievitenskap med fordypning i estetikk fra Universitetet i Oslo og studerer en mastergrad i medieutvikling – journalistikk ved OsloMet. Tomt er sjefredaktør samt hovedstifter av PRESSET. og interesserer seg for det estetiske og visuelle ved medier, og journalistikkens påvirkning på samfunnet.

IDA ANDERSEN (f. 1997) har en mastergrad i politisk kommunikasjon med fordypning i statsvitenskap ved Universitetet i Oslo. Andersen er nyhetsredaktør samt medstifter av PRESSET. og har en stor interesse for nasjonale og internasjonale perspektiver av kommunikasjonens verden.

VILDE BENEDIKTE DALSTØ (f. 1998) har en bachelorgrad i medier og kommunikasjon fra Universitetet i Oslo med fordypning i sosiologi og studerer en mastergrad i strategisk kommunikasjon ved Høyskolen Kristiania. Dalstø interesserer seg stort for kultur, film og menneskelig aspekter og uttrykk via medier.

ALEXANDRA MEI LUNGTØENG (f. 2000) studerer en bachelorgrad i medievitenskap ved Universitetet i Oslo med fordypning i moderne retorikk og språklig kommunikasjon. Lunstøeng interesserer seg spesielt for rollen sosiale medier har i dagens samfunn.

FANNY FREDRIKA OVERGAARD (f. 1994) studerer en bachelorgrad i medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo. Sentralt for Overgaards fokus ligger kommunikasjon, med et særlig fokus på det mellommenneskelige og personlige i selve kommunikasjonen.

INGVILD RORGE SOLHEIM (f. 1999) har en bachelorgrad i medievitenskap fra Universitetet i Oslo med fordypning i kjønnsstudier og politisk teori og studerer en mastergrad i kjønnsstudier ved Universitetet i Oslo. Solheim er spesielt interessert i mediernes påvirkningskraft på publikum gjennom innflytelsen av falske nyheter.

MATEI NORBERT BALAN (f. 1991) har en mastergrad i screen cultures fra Universitetet i Oslo. Balan har en forkjærlighet for politisk film, samtidig som en dyptgående interesse for masse-mediterte bilder og ekkokammer preger Balans tilnærminger til medie verden.

SELMA ENDAL LANG-REE (f. 2001) studerer en bachelorgrad i medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo. Lang-Ree har en brennende interesse for det visuelle, og elsker alt som kan tolkes og analyseres, enten det være seg kunst, musikk, kultur eller medieformer.

## Bidragstere

KATJA K BERGSTRØM (f. 1998) er kunsthistoriker og grafisk designer.  
Kontakt: [kk.bergstroem@gmail.com](mailto:kk.bergstroem@gmail.com)

YLVA MELBYE BERGET (f. 1996) er utdannet produktdesigner fra OsloMet, og har studert kunst ved Prosjektskolen i Oslo. Berget arbeider aktivt med grafisk design og illustrasjon og illustrerer for fjerde gang jubileumsmagasinet illustrasjoner.  
Instagram: [@ylvviis](https://www.instagram.com/ylvviis)

LITTERATURHUSET (etab. 2007) er Norges aller første litteraturhus og en scene som bringer litteratur og mennesker sammen. Litteraturhuset har gjennom utplassering og distribuering bidratt til jubileumsmagasinet spredning.  
Nettside: [www.litteraturhuset.no](http://www.litteraturhuset.no)

KULTURHUSET (etab. 2013) er et av Norges mest aktive og varierte kulturhus – et yndet møtested for hovedstadens innbyggere. Kulturhuset har gjennom utplassering og distribuering bidratt til jubileumsmagasinet spredning.  
Nettside: [www.kulturhusetioslo.no](http://www.kulturhusetioslo.no)

Tema

Verdi(skaping)

## Vinn og tap i forestillingens verden

**Menneskelig interaksjon er som en forestilling. En iscenesatt begivenhet der noen forberedelser må gjøres. Du hopper inn i dusjen og fikser håret, du tar på deg ansiktet og kostymet. Du ser deg kanskje i speilet og gir et vennlig nikk, et smil eller noe sånt. Du går ned trappen og ut døren. Dermed åpnes teppet. Publikums blikk treffer deg i vente på åpningsreplikken. Forestillingen har startet.**

Menneskelig interaksjon ser nødvendigvis ikke bare slik ut. Det er ikke alltid man behøver alle disse forberedelsene. For forestillingen skjer jo ikke lenger bare *foran* kulissene. Vi kommuniserer vel så mye, om ikke mer, bak teppet. Bak skjermen. Vi kan faktisk opprettholde og skape dype forbindelser over nett. Teknologi har skapt så mange muligheter: man kan se og høre hverandre i videosamtaler, man kan snakke og skrive over nett. Det er mulig å skape følelsen av å være i samme rom selv om man er langt unna hverandre. Likevel er interaksjonen bak og foran skjermen to forskjellige ting, og den oppleves også forskjellig for de involverte. Noen opplever telefonsamtaler som merkelig, fordi det er rart å høre en stemme uten å ha et ansikt til det. Noen synes teksting er krevende, fordi de ikke får frem helheten av det de vil si og ting legges ofte opp til tolkning. Samtidig er mange komfortable med nettkommunikasjon fordi det er enkelt og behagelig bak teppet. Jeg kan se hvorfor vi er en splittet gjeng.

### Verdiskaping eller verditap?

I dette jubileumsmagasinet snakker vi om verdiskaping. Et begrep som handler om så mye, nettopp fordi det inneholder ordet *verdi*. Det er mye som kan vurderes å være verdifullt eller verdiskapende. På samme måte som at mye kan vurderes som et verditap, eller noe verdiødeleggende. Noen ting kan derimot vurderes å være to sider av samme mynt – både noe skapende og ødeleggende. Jeg vil hevde at «sosial interaksjon over nett» går under denne kategorien.

Kommunikasjon har ulik verdi, akkurat som mye annet. Noe er ikke verdt en dritt. Noen samtaler legges i hjernens søppelkasse, fordi man kunne klart seg bedre uten dem. Andre er verdt en million. De hadde man ikke vært den samme foruten og disse puttes gjerne i «ting jeg kommer til å huske på dødsleiet»-boksen. Det er opp til oss selv å bedømme hva som havner hvor, men en fellesnevner for det som havner i boks nummer to er følelsen av nærhet. Det er det eneste skjermen ikke kan gi oss. Den kan tilby en replika, men ikke den ekte varen.

I fysiske møter indikerer energien i rommet hvordan man skal handle sosialt. Det er en slags naturlig følelse (instinkt) av hvem sin tur det er til å snakke, når samtalen er over, eller hva den andre interesserer seg for av det man har å si. Når det kommer til telefonsamtaler, eller andre måter å kommunisere på som ikke er fysiske, befinner man seg i en noe unaturlig situasjon der man må gjette på hva som er rett. Man prøver seg frem i håp om at man treffer.

Telefonsamtalens nedsider:

- Avbrytelser.
- Når den ene personen starter på et nytt samtaleemne samtidig som den andre fortsetter tråden på den forrige samtalen.
- Når den du snakker med er på en annen planet og ikke følger med.
- Når du er på en annen planet og ikke følger med.
- Når man skal legge på. Hva er etiketten her? Kan man bare si «ha det» og legge på? Det føles liksom alltid som at man må ha en unnskyldning.

– Når noen ringer og man nettopp har lagt seg i sofaen etter en lang på dag på jobb. Det eneste jeg vil er å se på det hjernedøde programmet mitt og ikke snakke med flere mennesker i dag.

Et selvfølgelig argument som taler for de positive aspektene ved internettkontakt er at vi kan kommunisere uten å måtte tre frem på en fysisk scene. Med de uendelige mulighetene for kontakt er det ingen hindringer for å flytte langt unna hverandre, og det er akkurat det vi gjør. Vi flytter på andre siden av jordkloden fordi vi allikevel klarer å holde våre nære nærme. Vi kan henge opp vasken og rydde leiligheten vår i Norge mens vi oppdaterer en i Australia på nevneverdige livshendelser. Hvis kjemien i tillegg er god og praten går uten at det er strevsomt kan det være ganske fint. Da fylles den sosiale verdimåleren opp gjennom noen tastetrykk, og Sims-tegnet over hodet ditt blir grønt som faen.

### Pappaterapi

Historien starter egentlig her. På rommet til parterapeuten vår. Jeg skjønner ikke at jeg er hos en parterapeut i en alder av 25 år, men om ikke annet blir det enda en livserfaring å putte i sekken. Dette er andre gangen vi er her, men denne gangen er vi her hver for oss. Denne gangen skal vi åpne opp om forholdene vi har til foreldrene våre. Det har visst mye å si for hvordan man opptre i et romantisk forhold. Jeg setter meg ned i sofaen og hun starter. «Hvordan er forholdet til din mor?» Jeg forteller. Så, «hvordan er forholdet til din far?»



Vi flyttet rundt en del i barndommen, forteller jeg. Grunnen til det er at faren min jobber utenlands, og i ung alder fulgte vi etter. Da det var tid for å begynne på ungdomsskolen ble vi igjen i Norge. Han reiste videre. Vi har derfor i større grad vært avhengige av å ha kontakt over nett. Problemet med dette er at fedre ofte liker å svare med «ok punktum». Det skal være kort, konsist og tidsbesparende. Det er jo greit hvis man kunne ha svippet innom og spist middag sammen her og der. Når det ikke er faktum og man ikke ser hverandre på flere måneder av gangen blir det vanskeligere. Konklusjonen ble derfor at jeg og min far har tipp-topp-tommel opp kjemi i virkeligheten, dog ikke like mye over nett.

Dette har nok farget synet mitt på kontakt over nett. For mange år med «ok punktum» har satt seg som en smørkniv i blodpumper'n. Men jeg skal ikke bare peke fingre, for eplet faller ikke langt fra stammen.

#### Har roboter også puls?

Flere av mine nære relasjoner har tidvis bodd i utlandet. Noen en kort flytur unna, andre på motsatt side av kloden, men jeg finner meg selv alltid i samme situasjon: jeg kontakter aldri, ringer aldri og tekster aldri. Av ren automatikk er disse menneskene i mine øyne roboter. De er tre prikker som hopper opp og ned i en meldingsboks, et varsel, et rødt merke på et appikon som må ryddes unna. De er en oppgave som må gjøres fordi skjermen, eller barrieren, blir for stor. Stor nok til at jeg assosierer mine relasjoner som noe motorisk. De blir så mekaniske, og jeg er fortsatt så menneskelig.

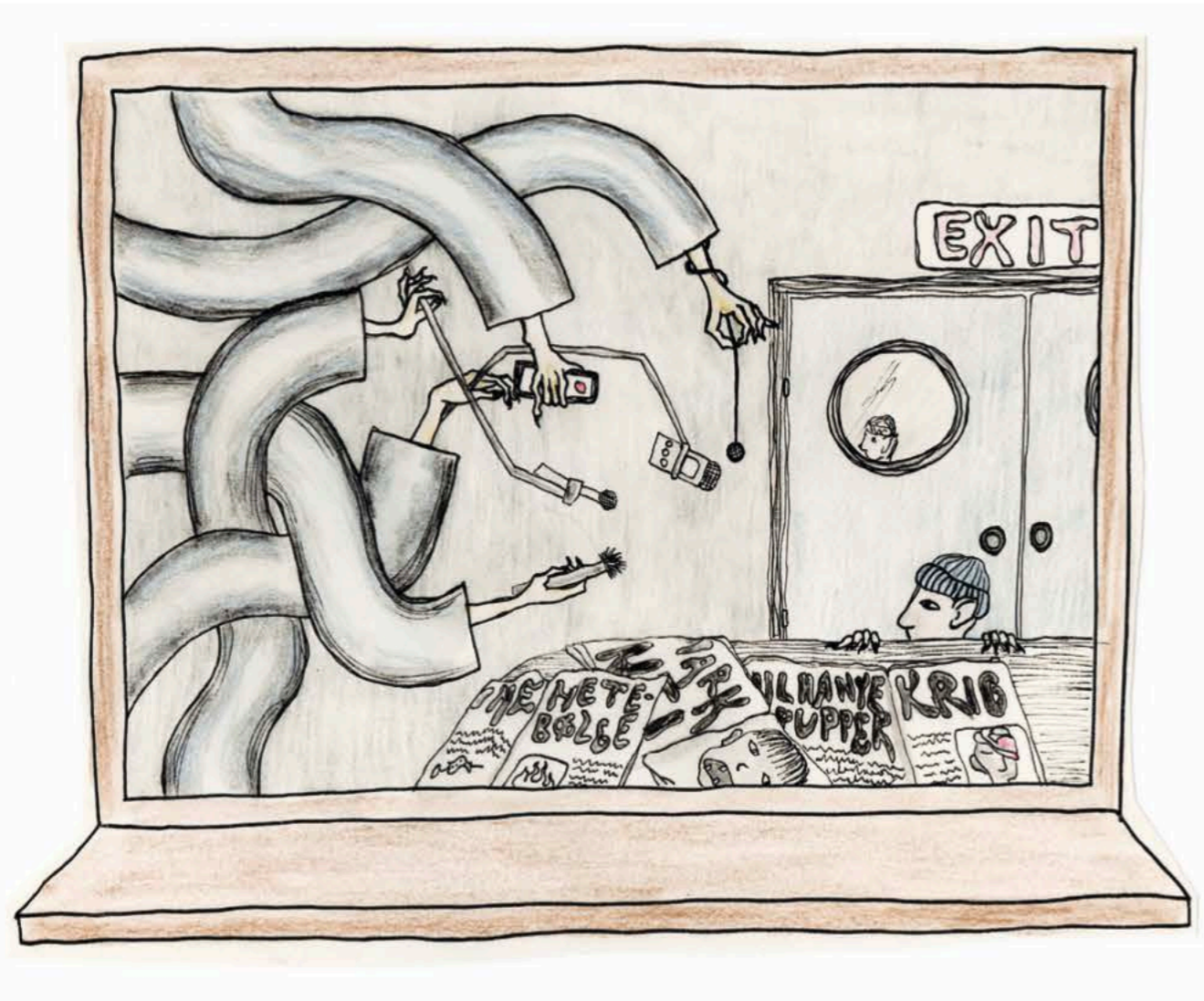
Hva har vi egentlig til felles? Hvordan skal jeg klare å ta stilling til dem?

I det virkelige liv sier vi «hei» når vi trer inn i et rom, vi nikker og bekrefter mens noen forteller og vi holder øyekontakt (men passer på å se bort i jevne mellomrom, ellers blir det for intenst). Vi har holdt på med dette siden menneskets begynnelse. Vi har generelt begynt å få dreisen på det. Kontakt over nett som vi kjenner det i dag, er litt yngre, den er kommunikasjonens lillebror. Kanskje befinner vi oss på et sted hvor vi prøver å finne ut hvordan vi skal skape verdifulle samtaler over nett. I alle fall noe som kan imitere eller ligne de verdifulle samtalene vi har i det virkelige liv. Spørsmålet er om det i det hele tatt er mulig. Om skjermen alltid vil være en barriere.

## Journalistikk og verdier – hva skjedde?

Nyhetsmediene og deres måter å informere på, kan sies å være i konstant forandring. Fra partipressen til en uavhengig vaktbikkje har mediehusene våre funnet nye måter å fungere på. Mediene har fått nye betydninger for samfunnet som helhet, men likevel mottar journalister også kritikk for å ikke være grundige nok. Hva betyr egentlig ordet «verdi» sett i sammenheng med nyhetsmediene og deres journalister?





Ordet «verdier» betyr i det store og det hele kvalitet – på en eller annen måte. Det handler om at dette med «verdi», bestemmer en tings viktighet. Det skilles så klart mellom ulike typer verdi, og noe kan igjen også være verdifullt på ulike måter. I mine øyne har dette med verdi i sammenheng med journalistikk uten tvil å gjøre med journalistikkens samfunnsoppdrag og rollen de har som en fjerde statsmakt. Metaforene som blir brukt om journalister, slik som «portvakt» og «vaktbikkje», forteller noe om hvordan journalistikkens legitimitet henger sammen med idealtypiske forestillinger, normer og idealer om upartiskhet, objektivitet og nøyaktighet.<sup>1</sup> Disse idealtypiske forestillingene kan kanskje sies å være uforanderlige, men hvordan journalister opptrer og gjør jobben sin, kan uten tvil sies å ha forandret seg.

Vi er uenige om kvaliteten, og derav kanskje verdien av nyhetene våre, likevel er vi totalt avhengige av at andre gjør jobben for oss og forteller oss hva som skjer rundt oss. På den andre siden kan ordet «verdi» også omhandle journalistiske verdier som verifisering, nøyaktighet, pålitelighet og aktsomhet. Legitimiteten til journalistikken, eller til mediehusene som helhet, henger sammen med at leseren kan stole på det journalisten formidler.<sup>2</sup> Med dette kan begrepet «verdi» knyttes både til kvalitet og viktigheten av journalistikk, og samtidig til journalister og deres egne journalistiske verdier og måte å opptre på.

#### De journalistiske verdiene

Vi har vært vitne til hvordan både teknologi og sosiale medier har forandret mediehus helt

ned til grunnmuren. Nyhetsmediene våre og deres journalister har ikke bare endret metoder fordi de kan, men også fordi de må. Naturlig nok. Med vanskelige økonomiske kriser, kutt i arbeidstimer og hurtige nyhetsdøgn har journalister endret både praksiser og måter å informere oss på. Er journalistene våre like verdifulle i dag som før? Eller verdifulle i det hele tatt? Svaret for meg er uten tvil ja. Det er nesten ikke noe poeng i å vinkle disse sidene til å omhandle hvorvidt journalister gjør jobben de er satt til å gjøre, eller om hvor stor verdi de har for samfunnet vårt. Det er for meg viktigere å benytte disse sidene til å kunne si noe om hvorfor vi kan tenke oss at journalistiske verdier kan sies å ha forandret seg. Hva vi forbinder med journalistiske verdier er for meg enn så lenge uforanderlig, men hvorvidt disse verdiene oppfylles er naturlig nok mer åpent for diskusjon.

Med sosiale mediers inntog i samfunnet har det blitt lettere for journalister å spre informasjon videre og å lage korte, informerende saker. Samtidig ser det ut som det har blitt vanskeligere å verifisere nøyaktigheten, eller sannheten, bak det som skal videreformidles. I tillegg skaper sosiale medier, eller la oss være ærlige, vi som brukere, et enormt behov for hurtighet. Alt dette kan jo tenkes å skape problemer for de som sitter bak skjermen på andre siden med notatbok og penn, å skape grundige, gjennomførte og derav verdifulle saker som betyr noe for oss som mottakere. Derfor kan det føre til at det noen ganger blitt lett for journalister å gjøre feil, eller publisere noe som mangler hold. Jeg skjønner at dette gjør noen skeptiske til journalister, mediehus og deres intensjoner osv., men å se på det kun på denne

måten, blir altfor, altfor enkelt. Ja, nyhetene våre kan noen ganger være mangelfulle, men stort sett inneholder de all informasjonen vi etterspør.

#### Hvor høy er egentlig verdien av nyhetene våre?

Så tilbake til dette med selve verdien av nyhetene våre, for oss som mottakere. Så klart er ikke verdien, eller viktigheten av journalistikk borte. Personlig er den heller ikke lav eller på vei ned. Det er kanskje de aller fleste enige om. Likevel er det et poeng i å si noe om *hvorfor* den ikke er det, fordi sannheten er at det er mange der ute som er skeptiske til det de leser og hører, og ellers til mediernes intensjoner. Etter hva jeg har forstått. Åpenbart har ikke verdien forsvunnet, ei heller sunket generelt. Vi er som sagt, totalt avhengige av at andre jobber for å informere oss om hva som skjer. Og hvis vi tenker på det så har vel mye av journalistikken i samfunnet vårt aldri vært sterkere eller mer informerende enn den er nå. Vi har journalister som gjør grundig arbeid over flere digitale flater og vi har mange kilder å lene oss på for å finne informasjonen vi er ute etter. Selv om måten å jobbe på kan ha forandret seg for mange journalister vil jeg argumentere for at de aller, aller fleste av dem er svært opptatt av å jobbe etter de journalistiske verdiene. Blant annet fordi vi som mottakere krever det. Verdien av mediehus, journalister og generelt av nyheter, for oss som samfunn er svært, svært høy. Klarer du å se for deg et liv, eller kanskje en dag, uten å bli fortalt av andre hva som skjer? Det klarer nemlig ikke jeg. Og der har jeg kanskje svaret jeg var på utkikk etter når jeg begynte denne teksten.

# «For meg»?

Dikt  
av Selma Endal Lang-Ree

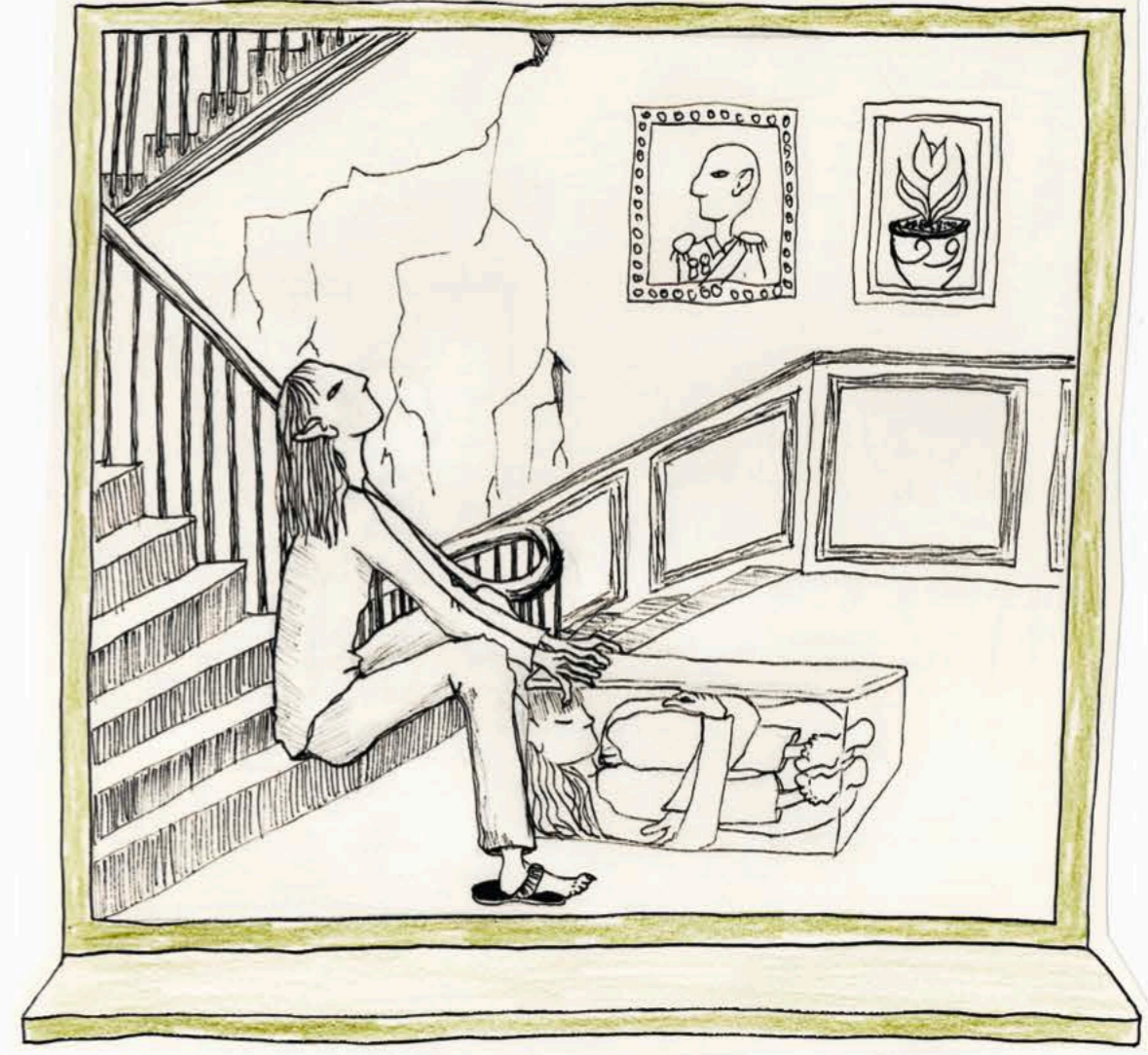
På skjermen så står det «for meg»,  
Mobilen tror vi vil passe.

Men under så dukker det opp en hel masse  
som skriker at jeg er en byrde, en kasse  
med tanker og følelser som ikke får plass.



Jeg er en kasse du ikke kan drasse  
med deg opp trappa til øverste klasse.  
Jeg er kasse med tanker og følelser som ikke får sjansen,  
som bare får prøvelser.

For ingen av disse er meg.  
Ingen av disse vil passe.



## Kan sosiale medier påvirke holdningene og verdiene våre?

Holdninger og verdier skapes og utvikles i samspill med andre mennesker og omgivelser som vi møter på i livet. Derfor kan man nok si at våre holdninger og verdier kan forme hvem vi er.

I sosiale medier blir vi konstant eksponert for andre mennesker og deres meninger. I tillegg blir vi bombardert med informasjon og nyheter om en rekke ting. De to siste årene har vi nesten til enhver tid mottatt informasjon om koronaviruset, viktigheten med smittevern og vaksiner, og at det florerer av feilinformasjon. Det er særlig i sosiale medier at dette har utspilt seg. Sommeren 2022 dukket det opp et nytt mediefenomen i form av Andrew Tate, en internettpersonlighet med et ønske om å spre sine kontroversielle ytringer til en stor følgerskare. Med dette i bakhodet kan man undre seg over hvilken innvirkning sosiale medier kan ha på livene våre, og om de kan påvirke holdningene og verdiene våre. Tates store følgerskare kan gjøre at man setter spørsmålsteget ved om han kan ha endret noens holdninger, eller om dette er holdninger som mange allerede har hatt, men som ikke har blitt synliggjort i media før. Om ikke sosiale medier påvirker holdninger, så kan de hvert fall bidra til å få dem frem i lyset.

### Kort forklart: holdninger og verdier

For å både forstå og gå dypere inn i spørsmålet om sosiale medier kan påvirke holdningene og verdiene våre, bør man først ta for seg hva selve begrepene «holdning» og «verdi» innebærer. For mannen i gata kan begrepene ofte brukes om hverandre, men stemmer dette? Når man taster inn «holdning» i Store norske leksikons søkefelt kommer følgende opp: «Holdning er i sosialpsykologien en betegnelse for en tendens til å tenke, føle og handle positivt eller negativt overfor noe, som bestemte objekter, mennesker, ideer, verdier, med mer». <sup>1</sup>



Hvilken innflytelse kan sosiale medier ha på våre holdninger og verdier?  
Foto: Elijah Macleod / Unsplash

Ut ifra denne definisjonen virker det som at holdninger skiller seg fra meninger. For hvis man taster inn «mening» i det samme søkefeltet kommer det opp at en mening kan forklares som en tanke, en fornuftig sammenheng eller en oppfatning.<sup>2</sup> Vi mennesker kan for eksempel ha en mening eller mene noe om en annen person eller en sak. Det kan også være mulig å endre en mening man har. En holdning er derimot en oppfatning eller innstilling en person har, og noe som sitter dypere enn en mening. En holdning er ofte noe som er dypt forankret i oss, og det kan dermed også være vanskeligere å endre holdninger man har. Men det betyr ikke at de ikke kan endres i det hele tatt.

Men hva er så verdier? Begrepet «verdier» kan ha flere betydninger, men flere samfunnsforskere er enige om at det omhandler et individs oppfatninger om viktige mål i livet – og om hvordan de kan realiseres.<sup>3</sup> I et filosofisk perspektiv kan verdier handle om det å undersøke hva som faktisk er verdt å strebe etter i livet, mens i et psykologisk perspektiv kan verdier handle om å prioritere det som er viktig.<sup>4</sup>

– *Verdier former handlingene våre, og til syvende og sist dreier de seg om hvordan vi kan leve gode liv og utvikle gode samfunn.*

Dette fortalte Joar Vittersø, professor i psykologi ved UiT, til forskning.no i 2017, i forbindelse med en artikkel som omhandler hva som kan være definisjonen av verdi.<sup>5</sup> Ut fra hans syn, så kan verdier forklares som grunnleggende oppfatninger som kan styre og påvirke valg vi tar.

Rettferdighet, likestilling, ærlighet og solidaritet kan være eksempler på verdier man kan ha. Slik kan også verdier vise at de ikke er helt det samme som holdninger, men at de kan være nært tilknyttet. For eksempel kan rettferdighet være en verdi, men det å være en rettferdig person er en holdning. Både hjelpsomhet og ærlighet kan være verdier, mens det å være hjelpsom og ærlig er holdninger. Holdninger og verdier har en nær tilknytning til hverandre, og kan handle om våre innstillinger til bestemte situasjoner. Det kan være stabile personlighetstrekk som gjør at man tenker, handler og føler på en bestemt måte. På denne måten kan holdninger og verdier man har si noe om hva slags person man er. Sett fra et slik ståsted kan man dermed konkludere med at holdninger + verdier = vår identitet.

### **Når konspirasjonsteorier og vaksineskepsis herjer i sosiale medier**

Nyhetsbildet 2020 og 2021 var i stor grad preget av det svært smittsomme koronaviruset, en verden i karantene og påminnelser om smittevern. På tampen av 2020 kom nyheten om at en koronavaksine var klar – en redning fra dette farlige viruset. Her til lands var det stor begeistring rundt vaksinen, men i sosiale medier florerer det av konspirasjonsteorier og feilinformasjon rundt koronaviruset og -vaksinen. 2021 ble dermed preget av at man satte spørsmålsteget ved om feilinformasjon og negative holdninger til viruset og vaksiner kunne skape vaksineskepsis, og bidra til at færre kom til å vaksinere seg.

I 2020 utførte Faktisk.no en analyse av nærmere 10 500 Facebook-innlegg om vaksiner, i perioden fra november 2019 til november 2020.<sup>6</sup> Analysens merkelige funn demonstrerte at det ikke bare var koronasmitte som spredte seg i løpet av 2020, men også konspirasjonsteorier og vaksineskepsis økte på sosiale medier. I analysen kommer det blant annet opp at flere begynte å summe i Facebook-kommentarfeltene til både NRK og VG da de annonserte nyheten om de positive resultatene til Pfizers og Inbiogens vaksiner. Samtidig blir «ERNA MÅ GÅ AV!» og «Stop Lockdown» trukket frem som eksempler på Facebook-grupper hvor det ble uttrykt skepsis og frykt til koronaviruset og -vaksinen. Analysen trekker frem at flere vaksineskeptikere knyttet frykten sin til svineinfluensavaksinen og konspirasjonsteorier rundt koronaviruset. Vaksineringsen av den norske befolkning med Pandemrix-vaksinen mot svineinfluensa startet i oktober 2009, og innen mars 2010 hadde 1,9 millioner nordmenn vaksinert seg. I senere tid ble narkolepsi bekreftet hos flere pasienter, og man har undersøkt om det kan ha en sammenheng med Pandemrix. I 2017 kom Folkehelseinstituttet ut med en studie om at risikoen for narkolepsi økte etter vaksinasjonene med Pandemrix, men det poengteres at tallene må tolkes med forsiktighet.<sup>7</sup> Til tross for florerer av feilinformasjon og oppfordringer om å være skeptisk til koronavaksinene, fordi den kunne endre menneskers DNA, så valgte flere å vaksinere seg for å beskytte seg selv og andre mot viruset i 2021.

Kan allikevel konspirasjonsteorier og feilinformasjon tilknyttet viruset ha hatt en effekt?

I august i år publiserte forskning.no en artikkel hvor det basert på forskning kommer frem at villedende vaksineinformasjon kan påvirke folks tillit til vaksiner og kan forårsake vaksineskepsis generelt.<sup>8</sup> Forskere bak en artikkel i det vitenskapelige tidsskriftet *Journal of Medical Internet Research* er de første i Norge til å se systematisk på den villedende informasjonen om koronavaksinen som spredte seg i sosiale medier som Facebook, Reddit, Twitter, Instagram, YouTube og TikTok.<sup>9</sup>

Ingjerd Skafle er en av forskerne bak studien. Hun har sammen med forskere fra flere ulike institusjoner sett på hva som kjennetegner feilinformasjon om koronavaksiner som har blitt spredt på sosiale medieplattformer, og hva som kjennetegner effekten av slik feilinformasjon.<sup>10</sup> I studien kommer det blant annet frem at frykt for bivirkninger og bekymringer for tempoet koronavaksinene ble utviklet kan kategoriseres som primære årsaker bak nølingen mot å ta vaksinen.<sup>11</sup> Samtidig har det blitt spredt feilinformasjon om viruset og vaksiner på sosiale medier i hastighet som har bidratt til at Verdens helseorganisasjon (WHO) kom opp med uttrykket infodemi, som kan defineres en rask og vidtrekkende spredning av både nøyaktig og unøyaktig informasjon om noe, som for eksempel et sykdomsutbrudd.<sup>12</sup>

### **Hvem bør man ha som forbilde?**

Sommeren 2022 preget den britisk-amerikanske kickbokseren og internettpersonligheten Andrew Tate mediefronten. På få måneder gikk Tate fra å være en «ingen» hadde hørt om, til å bli et globalt internettfenomen.



Det ble stadig skrevet om han i ulike medier, og i tillegg til å bli beskrevet som kvinnehater, «kongen av giftige menn» og farlig, ble han også kjent som TikToks farligste mann.<sup>13</sup> Andrew Tate var på et tidspunkt mer googlet blant nordmenn enn Donald Trump, Kim Kardashian og Erling Braut Haaland. Videoer av han har blitt sett over 12 milliarder ganger på appen TikTok, og innholdet, særlig meningene hans, er det man mildt sagt kan kalle for kontroversielt. Det er spesielt Tates kvinnefiendtlige utsagn som har spredt seg som ild i tørt gress. Han kommer blant annet med ytringer om at kvinner er mannens eiendom, at de ikke bør kjøre bil, og at det er kun kvinner som er utro om de ligger med andre.<sup>14</sup> Han har også ytret seg om at menn bør

få ha samleie med så mange de vil.<sup>15</sup> Med disse utsagnene kan det virke som at det er gutter og yngre menn Tate ønsker å appellere til.

I tillegg til å ha blitt kjent for å ytre det man kan kategorisere som kontroversielle meninger, er Tate også kjent for å stå bak Hustler's University, som kan forklare som et slags nett-akademi som tilbyr forskjellige kurs.<sup>16</sup> Målet her er selvfølgelig å bli rik, noe Tate selv mener er den eneste måten man kan bli en ekte mann på, og få de kvinnene man ønsker seg. I august skrev Aftenposten om at akademiet kostet 49 dollar i måneden, og at det i samme måned hadde over 100 000 betalende studenter fra hele verden.<sup>17</sup> Et av kursene som studentene kan ta går ut

Da nyheten om at den første koronavaksinen var klar for to år siden begynte flere å spre konspirasjonsteorier og feilinformasjon om den i sosiale medier. Foto: the blowup / Unsplash

på at man oppretter en TikTok-bruker og deler kontroversielle og drøye klipp av Tate. Studentene som tar dette kurset skal ha fått tildelt en skreddersydd lenke til akademiets nettside, og om de får noen til å verve seg gjennom denne lenken, kan de få halvparten av den vervede betaler.<sup>18</sup> Dette har dermed resulterte i at mange tusen brukere er økonomisk motiverte til å dele så mye av internettpersonligheten som mulig, noe som igjen kan gjøre at Tate når ut til enda flere. I slutten av august i år ble det kjent at akademiet stenger ned verveprogrammet sitt.<sup>19</sup> Samtidig ble Tate også utestengt fra en rekke sosiale medier, men videoer av han ble fortsatt spredt på TikTok.

I sommer var Norge på fjerde plass blant landene hvor videoer av Tate var mest populære. Ekspertene mente derfor at de måtte ut og slå alarm, ved å advare om at Tates virksomhet kan være både skadelig og ulovlig for nordmenn å delta i. Særlig ble det viktig å gjøre foreldre bevisste på internettpersonligheten. Ved å observere hvordan Tate har gått fra å være nesten ukjent for folk flest til å bli et internett-fenomen, kan det også reises spørsmål rundt hvilken innflytelse han har på følgerkaren sin. Kan han for eksempel påvirke dem til å ha et bestemt syn på kvinner og hvordan man skal behandle andre mennesker? Kan Tate rett og slett påvirke deres holdninger og verdier til bestemte ting?

### ... så kan sosiale medier påvirke holdningene og verdiene våre?

Vi har lenge vært opptatte av hvordan massemediene kan påvirke oss som mennesker. For eksempel har man vært interessert i å undersøke hva slags medieinnhold vi blir eksponert for, og hvordan de som sitter på makten kan formidle bestemte virkelighetsbilder og ideologier gjennom media, og samtidig få støtte fra

mottakerne. Det er noe man særlig kan finne igjen i ulike sosiale medier. Her kan nærmest hvem som helst opprette en bruker og publisere innhold som kan nå ut til mange. Alt fra et knippe mennesker til flere millioner kan plutselig få med seg det du publiserer. Som mottaker av innhold kan man la seg påvirke av meldinger som formidles til oss gjennom de ulike mediene. Dette kan åpne opp for at man vil undersøke om sosiale medier har en innvirkning på hvem vi er, våre holdninger og verdier.

Sommerens *snakkis* Andrew Tate har som nevnt skapt mye oppspinn den siste tiden. Han har en stor følgerkare, bestående av personer som liker han, og virker å beundre og se opp til han. Blant dem finner vi 23-åringen Emad Nayab som kaller seg for «Norges Andrew Tate». Han mener vi trenger flere som Tate.<sup>21</sup>

– Andrew Tate har mye bra å komme med. Han har mye livserfaring og har opplevd en del med tanke på status og det overfladiske, penger og så videre. Han har veldig høy selvtillit, og tør å si meningene sine.

Dette fortalte Nayab til NRK i august i år.<sup>22</sup> Selv har Nayab over 10 000 følgere på Snapchat og 4000 på TikTok, og her deler han sine til dels kontroversielle meninger. Han synes blant annet ikke at Tate er en farlig influenser, men tror heller at verden har godt av at han «sier det som det er».<sup>23</sup> Mens noen støtter Tate og til en viss grad tar etter og adopterer holdningene og verdiene hans, finnes det andre som er bekymret for Tates innflytelse på andre.

I august intervjuet NRK også 21 år gamle Anine Olsen, som også er på TikTok. I motsetning til Nayab, er hun imot Tate.<sup>24</sup>

*– Jeg tror folk liker han fordi han baner vei for å være et rasshøl, og han får det til å se stilig ut å være et rasshøl.*

Dette forteller Olsen til NRK. Tate er eier av dyre og luksuriøse biler, deriblant en Bugatti. I tillegg menger han seg stadig med pene damer. Olsen trekker frem at unge gutter kan være lette å påvirke, og at de kan tenke at «om jeg er som han, så får kanskje jeg også disse tingene».<sup>25</sup> Det kan altså virke som at flere har et splittet syn når det kommer til Tate. I situasjoner hvor man er redd for å la seg påvirke av og miste seg selv til sosiale medier og deres store stjerner, kan det vært verdt å tenke over følgende: som med all slags annen kommunikasjon, så kan mediekommunikasjon være en kompleks prosess. Det er ikke slik at medieinnhold alltid når direkte frem til mottakerne, og blir tolket etter avsenderens intensjoner.

Når det kommer til hvorvidt spredningen av feilinformasjon og vaksineskepsis tilknyttet koronaviruset kan ha bidratt til å påvirke menneskers holdninger og verdier, kan man ta et tilbakeblikk på artiklene til Faktisk.no og forskning.no nevnt i denne artikkelen. Her kommer det blant annet frem at konspirasjonsteoretikere og vaksineskeptikere startet tidlig med å dele feilinformasjon og skape uro og skepsis, da det ble bekreftet at den første koronaviruset var klar.<sup>26</sup> Analysen fra Faktisk.no understreket blant annet at spredning av konspirasjonsteorier rundt koronaviruset skapte engasjement i grupper på sosiale medier, særlig på Facebook.<sup>27</sup> Her ble påstander om at man ikke bør ta hastegodkjente vaksiner og at vaksinene endrer DNA-et spredt. Langt verre konspirasjonsteorier ble også publisert i disse gruppene.

Faktisk.no undersøkte om teoriene har hatt som hensikt å fremme motforestillinger om hva den politiske og økonomiske eliten egentlig ønsker å oppnå. Her til lands ble det blant annet spredt teorier om at representanter for norske myndigheter har deltatt i vaksinesamarbeid for å selv sikre seg lukrative jobber i internasjonale organisasjoner.<sup>28</sup> Andre teorier er at en koronavirus vil medføre genmanipulering hos mennesker, samt brukes til å sette inn mikrochiper i kroppene våre. En potensiell konsekvens kan være at noen lot seg påvirke og valgte å ikke vaksinere seg, og kanskje fikk et distansert forhold til vaksiner generelt. Kanskje lot de også frykten ta overhånd og føyet seg etter konspirasjonsteoriene og feilinformasjonen som ble spredt.

På den andre siden kan man se tilbake på tidligere sykdommer og virus som har herjet i verden og skapt frykt blant mennesker. Da kan man se at bekymring og motstand knyttet til vaksiner ikke startet med koronaviruset.<sup>29</sup> I flere hundre år har vaksiner ført til alt fra velbegrunnet frykt for alvorlige bivirkninger til konspirasjonsteorier uten vitenskapelig hold.<sup>30</sup> Basert på dette, og i lys av den moderne tiden vi lever i dag, vil det være viktig å gjøre research og faktasjekk informasjon vi blir eksponert for.



Vi blir stadig bombardert med informasjon og nyheter. Da kan det vært lurt å gjøre research og faktasjekk informasjon vi blir eksponert for.  
Foto: ROBIN WORRALL / Unsplash

## Hvem bestemmer verdien?

### Gruppe 1:

Bilde 1: Gourmet for meg, gourmet for deg?  
Bilde 2: Hva er verdt mest, lungene eller looken?

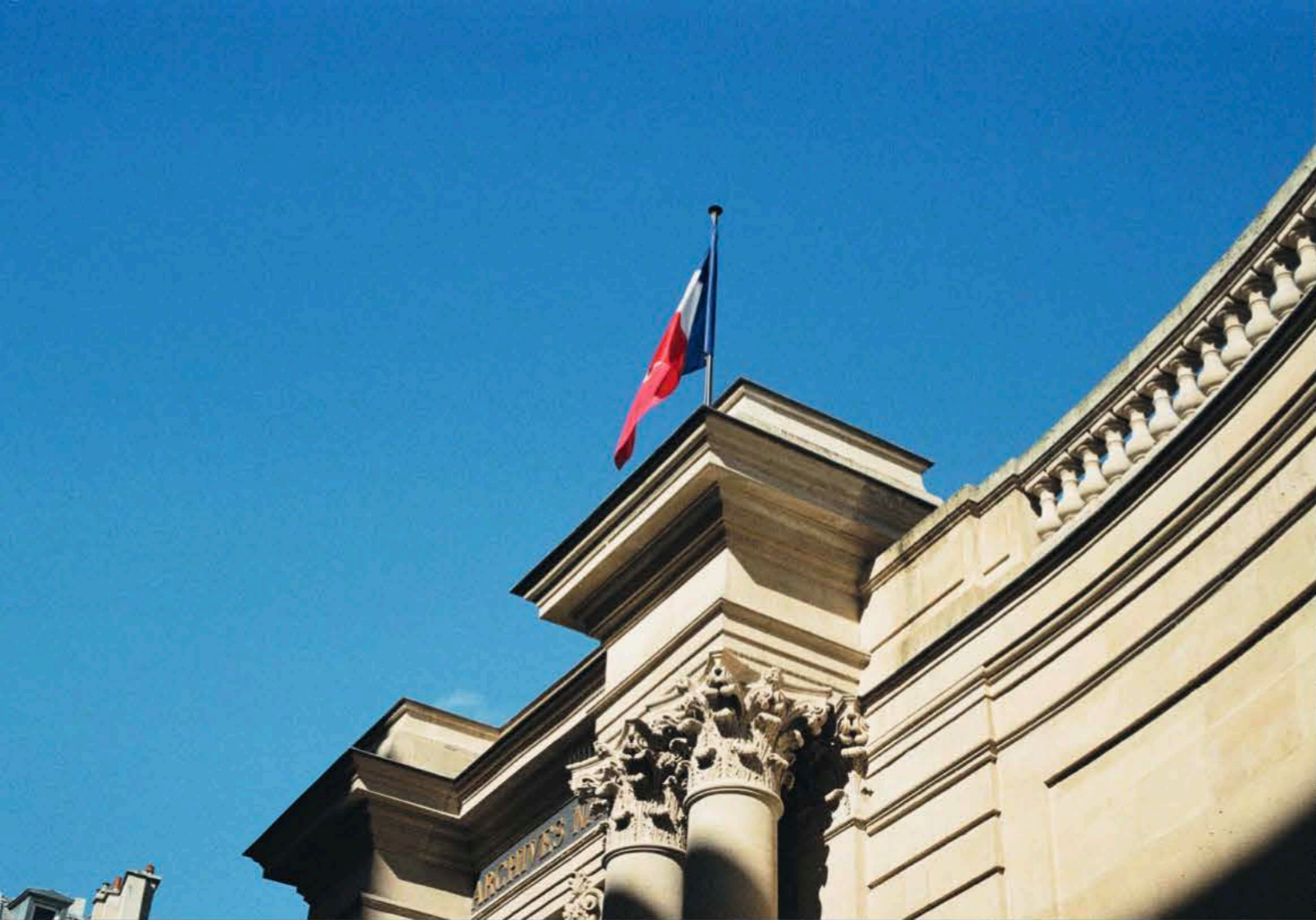
### Gruppe 2:

Bilde 1: Et flagg er bare stoff uten land  
Bilde 2: Et kors er bare streker uten Gud  
Bilde 3: Kunst er bare kunst på museum  
Bilde 4: Lopper er bare lopper på marked

### Gruppe 3:

Bilde 1: "Lynraskt nett"  
Bilde 2: "Oppussingsobjekt med idyllisk beliggenhet"









Ifølge Store norske leksikon defineres verdi som noe av kvalitet, det som er godt ved noe. Dette er noe vi alle definerer forskjellig, og verdi kan med det ha svært ulik mening bak det. Jeg tror likevel at et av nåtidens store spørsmål er om menneskeheten kan skape verdi uten media. Så mye av det vi gjør, både privat og i profesjonell sammenheng er koblet til media. Vi deler våre liv og er sosiale via medier, og nesten alle organisasjoner driver med digital markedsføring. Har vi mistet evnen til å skape verdi uten media?

Kommentar  
av Vilde Benedikte Dalstø

## Har vi mistet evnen til å skape verdi uten media?

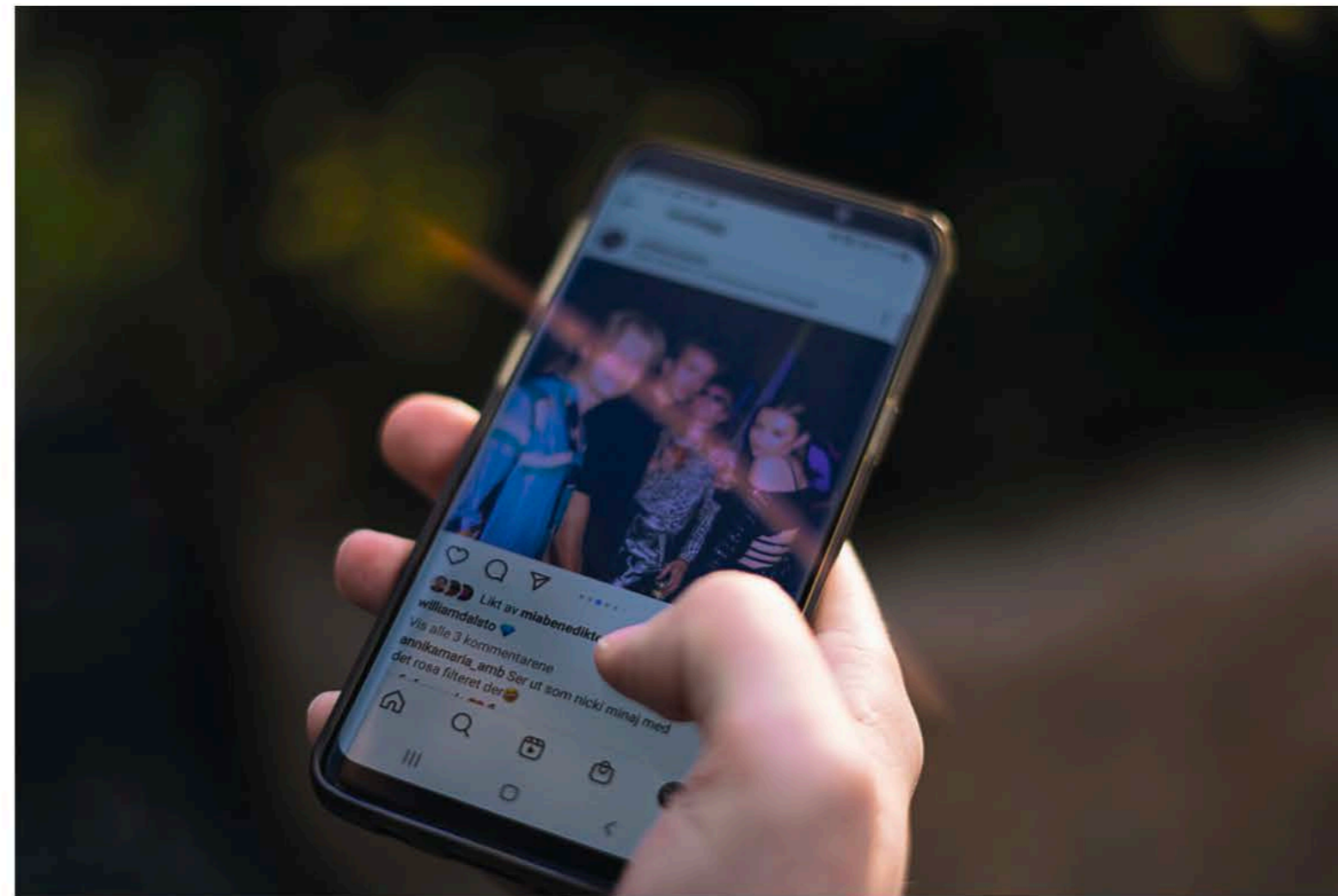
### Verdiskaping på fest

Jeg tar meg ofte i å sitte i sosiale settinger og undre over at selv i private sammenkomster, har som regel mennesker behovet for å dele via medier. På fest står to mennesker oppstilt for å ta det perfekte «in the moment» bildet. Den ene smiler og gløtter så vidt bort på den andre som ser søtt ned i bakken mens hen drar håret bak øret. Også holder de rundt hverandre som om de har kjent hverandre siden barndommen, men i realiteten ble de venner for fem måneder siden. De har gjerne latterkrampe over noe man aldri kommer til å finne ut av hva handler om. Knips, knips, knips, knips. Ta ett til da.

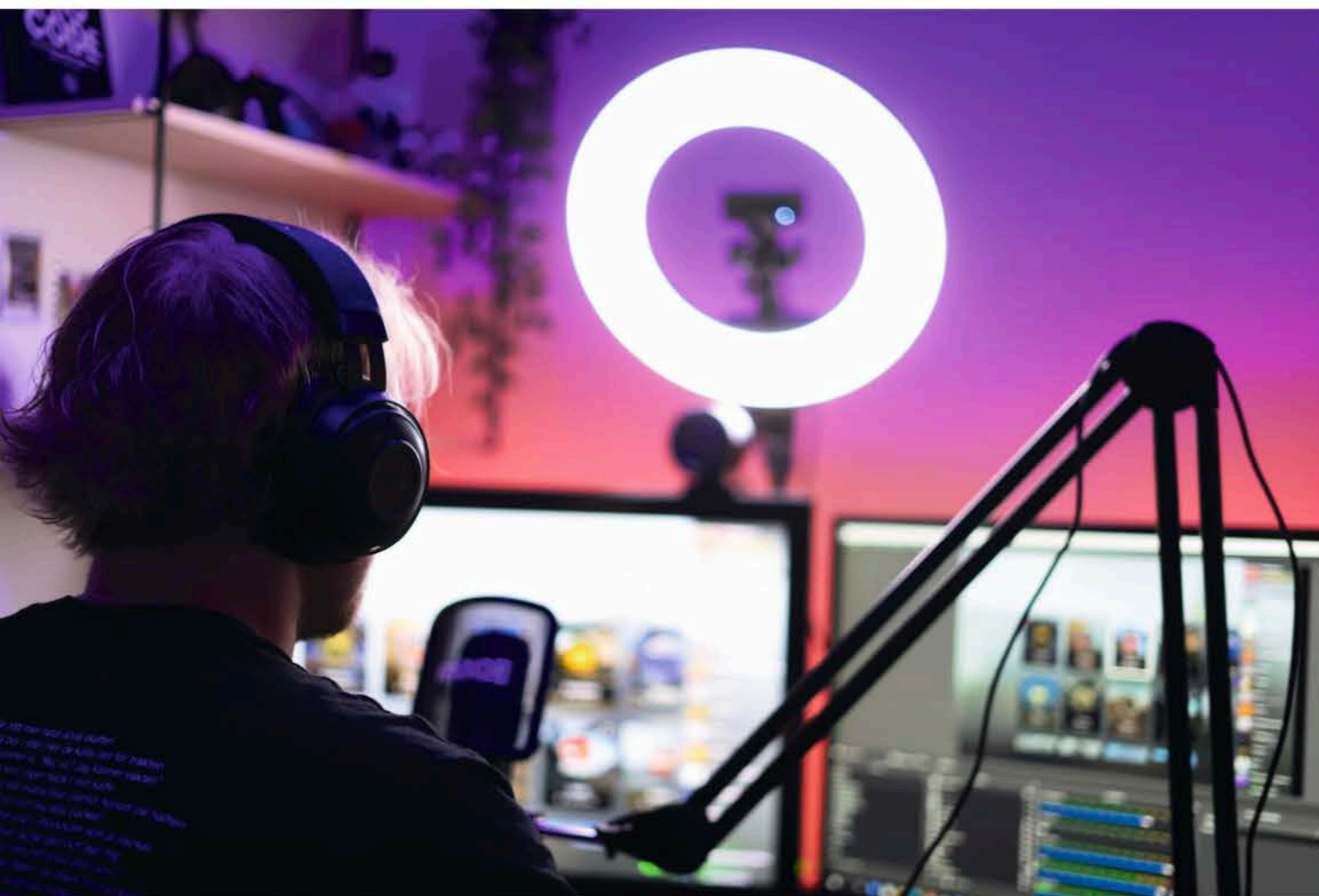
For min del har sosiale situasjoner verdi. På lørdager lader jeg opp med sosialt moro før mandagen kommer og bruker opp batteriet igjen. For meg er kvalitet og det som er godt ved noe å sitte ned med venner, med noe godt i glasset. Samtalene og latteren, over noe som skjedde tidligere den uken. Men så har de fleste av oss vært i scenarioet over. At vi tar bilder sammen på festen. Ikke bare for å minnes det i et fotoalbum senere, men også for å dele det på sosiale medier. Stemmer faktisk det moderne ordtakket «hvis ikke du tok bilde av det, skjedde det ikke»? Trenger vi å dele bildene for at festen skal ha noe verdi for oss?

### Media bidrar til sosial verdiskaping

Foruten å tenke på dokumentering av sosiale sammenkomster, kan media skape annen sosial verdi. Under pandemien var FaceTime og chatting med andre den eneste sosiale inputen noen av oss fikk. Det er et eksempel på at vi faktisk trengte media for å skape sosial verdi. Men nå som vi er ute av pandemiens klør og lever fysiske, sosiale liv igjen, kan man stille seg spørsmålet om media fortsatt må være en faktor for sosial verdiskaping. Et eksempel på dette er gamere som bruker mye av tiden sin på å henge med venner over nett.



Bilde fra fest som er lagt ut på Instagram.  
Foto: Vilde Benedikte Dalstø



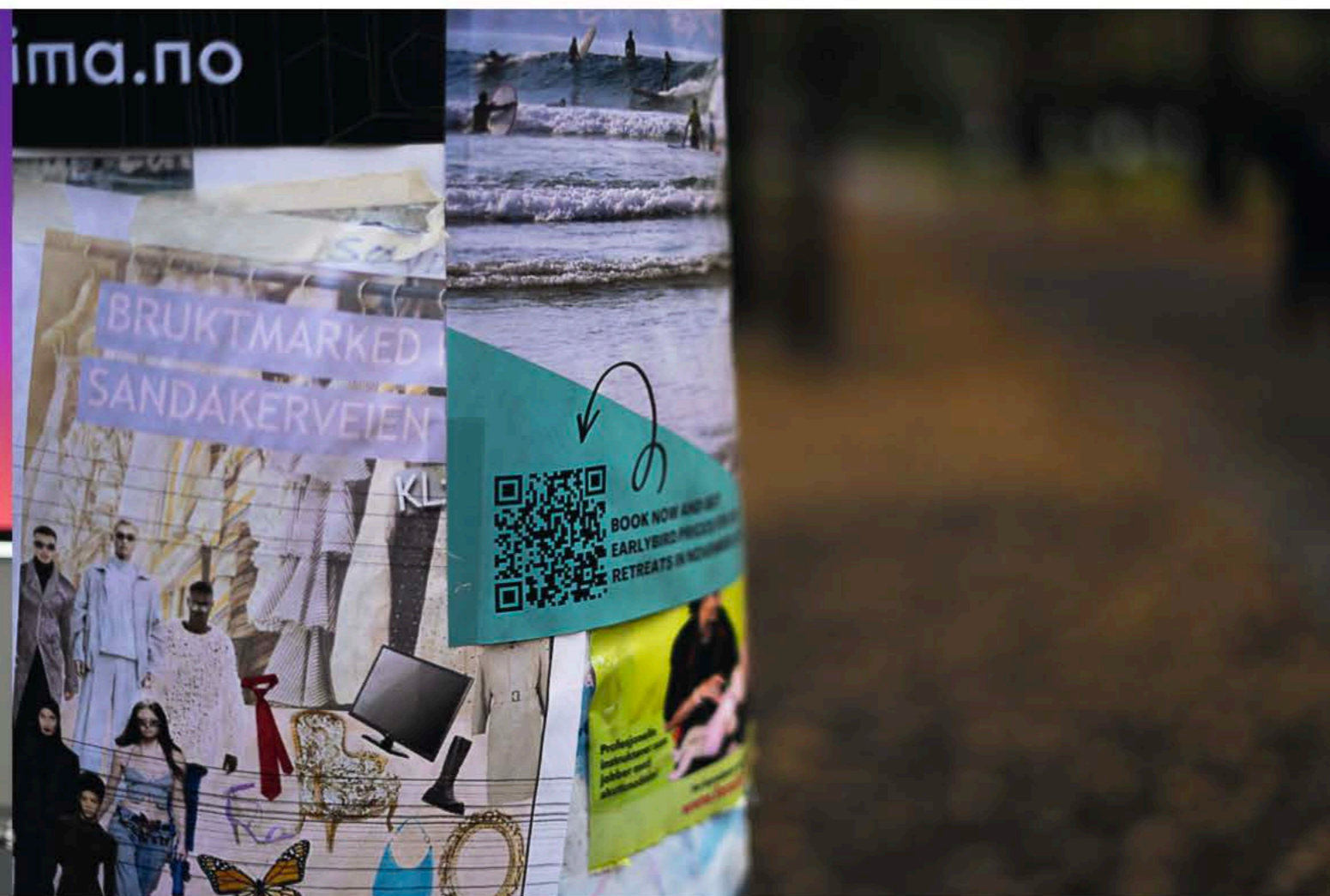
En gamer som henger med venner over nett.  
Foto: Vilde Benedikte Dalstø

De gamer, snakker med hverandre – rett og slett «henger» med hverandre. De er ikke til stede fysiske, men bruker media som et verktøy for å kunne være sammen. Så selv etter korona kan media være med på å skape sosial verdi – men er det alltid en nødvendig faktor?

### Profesjonell verdiskapning

Kampen om oppmerksomhet har aldri vært tøffere. Hvis ikke organisasjoner følger med i mediatimen kan de falle bak alle andre. De fleste organisasjoners strategi har digital kommunikasjon som et av de viktigste punktene, både i et økonomi- og rekrutteringsperspektiv. For å skape verdi er de avhengig av medier. Eller?

En rekrutteringskampanje har som mål å bli sett. Og hvor er det letteste stedet å bli sett? Jo, det er media. Men kampanjen er kanskje ikke totalt avhengig av dette. Her om dagen kom jeg over en plakat på Storo T-bane stasjon. Her har et konsultentselskap laget en digital plakat som forteller at de ønsker å rekruttere nyutdannede. Plakaten er digitalt laget og vises på en digital skjerm, så media er brukt som et verktøy. Men det kunne også vært en stor papirplakat laminert i plast som hang på t-bane stasjonen, og jeg ville fortsatt sett den. Det er et sted jeg går forbi hver eneste dag. Den trenger kanskje ikke media for å skape verdi, tenkte jeg. Noen dager senere så jeg den som annonse på Instagram story.

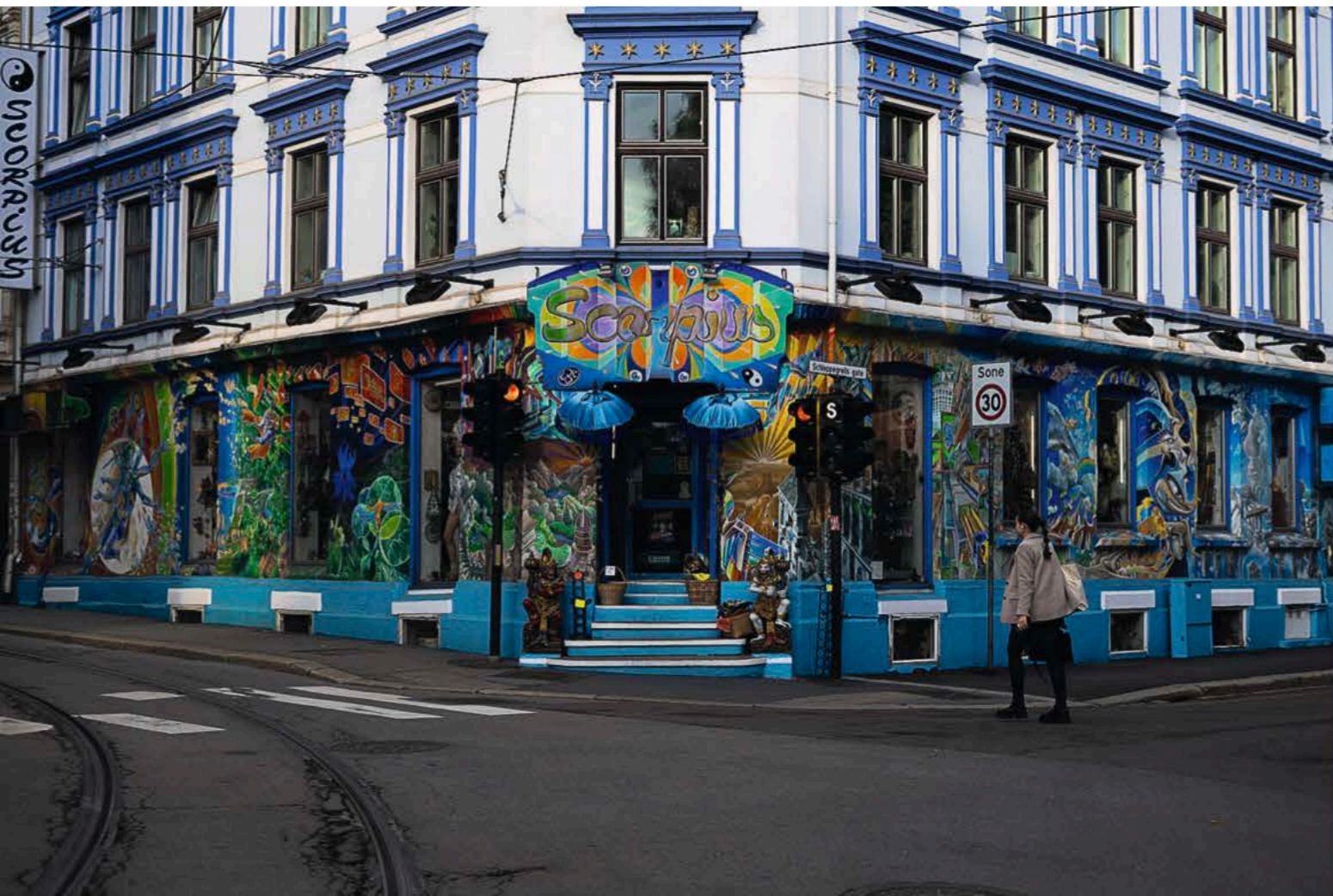


En blanding av analog og digital markedsføring.  
Foto: Vilde B. Dalstø

Jeg tror at media gjør det mye enklere. Det gjør det lettere å lage en kampanje som kan gå på ulike plattformer: både som en annonsevideo på TikTok, en betalt story på Instagram eller en digital plakat på Storo T-bane stasjon. I denne sammenheng hjelper media oss å skape mer verdi, selv om man kunne klart seg uten. Men med en økende bruk av digital markedsføring ønsker jo organisasjoner å holde tritt.

Jeg mener likevel at det finnes noen få bransjer igjen som ikke trenger den samme digitale markedsføringen. Et godt eksempel på dette er ikoniske Scorpius som ligger ved Birkelunden. Scorpius har en Instagram-konto med litt over 300 følgere, og kontoen har publisert tre bilder.

Butikken har levd gjennom generasjoner: min far fikk ring i nesa der som syttenåring, nesten alle smykkene fra min mors ungdomstid er derifra, og jeg fikk mine andre hull i øret der. Hvis du er en ikonisk, kjent merkevare, trenger du kanskje ikke å skape verdi med media. Alt du trenger er «word of mouth». Men det er ikke slik for alle bedrifter. Ikke alle har startet opp som bedrift før digital markedsføring var så stort, og må derfor ty til dette for å holde tritt. Jeg tror organisasjoners behov for verdiskapning via medier avhenger mye av når du kom inn i 'gamet'.



Scorpius med «word of mouth».  
Foto: Vilde B. Dalstø

### Vi har kanskje ikke mistet fullstendig evnen

Noen mener sosial verdi er å være på en fest uten å bruke media, mens for andre er det nettopp å ta det bilde og poste det på Instagram. For noen er det å henge med venner over nett å game. En rekrutteringskampanje er ikke avhengig av media for å bli sett, men det er et nyttig verktøy. Basert på Store norske leksikon sin definisjon av verdi, er det opp til hver enkelt å definere hva som er verdi for dem. **Du** kan definere om du synes media skaper verdi for deg, og om du klarer å skape verdi uten. Jeg vil dermed si at vi ikke har mistet evnen til å skape verdi uten media – for verdi er noe vi definerer selv.

# AKADEMIKERNES HJØRNE

av Ida Andersen, Fanny Fredrika Overgaard & Steffen Tomt

I en tid hvor verden er preget av alvorlige hendelser, et skremmende nyhetsbilde og en flom av samfunnsutfordringer, er det både interessant og nødvendig og utforske hvordan mediene rundt oss forvalter sin verdiskaping, og hvilke utfordringer medieeverden står ovenfor. Denne spalten er et forsøk på dette, hvor vi stilte spørsmålet «Hvilke utfordringer står medier ovenfor i møte med fremtidens verdiskaping?» til åtte akademikere fra Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo og Institutt for journalistikk og mediefag ved OsloMet – storbyuniversitetet. Dette er svarene vi fikk.

## Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo:

*Trine Syvertsen,*  
professor i medier og kommunikasjon:

“En stor utfordring for mediene er bærekraft og miljøkrise. Mediene kan skape engasjement for løsninger, og bidra til bærekraftig verdiskaping. Men mediene er også en del av problemet. Mange medier lever av reklame som driver opp forbruket, smarttelefoner og annen elektronikk skiftes ofte, og kan sjelden repareres. Datasenter bruker mye energi, og det må gjøres mer for å redusere klimaavtrykket ved film- og tv-produksjon.”

*Elisabeth Staksrud,*  
professor i medier og kommunikasjon:

“Jeg tror at i en antatt fremtid med klimakrise og begrensede ressurser til verdiskaping vil balansegangen mellom medienes kritiske funksjon som ser myndigheter i kortene – og behovet for konflikt- og panikkdempende strategier bli en stor utfordring for mediene og for demokratiet. I tillegg er digitaliseringen også en risiko. Et velplassert øksehugg på en sentral europeisk kabel, eller en slem solstorm, og vipps så er alle medier borte?”

*Espen Ytreberg,*  
professor i medier og kommunikasjon:  
“Den viktigste enkeltutfordringen tenker jeg er å bidra til at verdiskapningen er bærekraftig.”

*Cristina Archetti,*  
professor i journalistikk og politisk kommunikasjon:  
“The greatest challenge is the usual and eternal obstacle to seeing and thinking anything new: assumptions. Do media “face challenges”? Do media “create values”? Will we have a future? What are “the media” anyway?”

## Institutt for journalistikk og mediefag, OsloMet – storbyuniversitetet:

*Ragnhild Kristine Olsen,*  
førsteamanuensis i journalistikk:  
“Norske nyhetsmediers verdiskaping tror jeg grunnleggende vil handle om det samme som i dag: Å være viktige, relevante og engasjerende nok til at folk vil bruke tid - og penger - på de tjenestene som tilbys. Hvis ikke mediene klarer det, vil de vanskelig kunne ha en posisjon som skaper samfunnsmessig eller økonomisk verdi i framtiden. Jeg tror også nyhetsmedienes verdiskaping for samfunnet vil handle stadig mer om å være konstruktive, finne løsninger og bidra til å binde folk sammen, i møte med store utfordringer som økt polarisering, utenfor-skap og kriser knyttet til klima og miljø.”

*Steen Steensen,*  
professor i journalistikk:  
“Den viktigste verdiskapningen mediene må gjøre, handler ikke om penger eller nye produkter, men om tillit og relevans. Redaksjonelle medier må skape innhold som folk opplever som relevant, og som folk har tillit til. Det samme gjelder sosiale medier. Plattformselskapenes (som Meta, Google, TikTok og andre) største utfordring er å skape tillit til at de tar sitt samfunnsansvar på alvor.”

*Roy Krøvel,*  
professor i journalistikk:  
“For meg er spørsmålet om finansiering av journalistikk som gir oss viktig informasjon som vi ellers ikke ville ha fått, det viktigste. Det koster å lage undersøkende journalistikk, og normalt er den økonomiske gevinsten liten for den som lagar den. For samfunnet, derimot, er den svært verdfull på alle slags måtar. Den er naudsynt for å skape framtidig verdi som strekk seg vidare enn den reint økonomiske verdien. Diverre trur eg det vert svært vanskeleg å finansiere nok god undersøkende journalistikk i framtida.”

*Karoline Andrea Ihlebæk,*  
førsteamanuensis i journalistikk:  
“Den største utfordringen handler om de globale teknologiplattformenes enorme makt, og hvordan denne makten utøves, misbrukes og reguleres. For mediene er både materielle og symbolske verdier i spill. På den ene siden handler det om i hvilken grad plattformene svekker eller styrker deres inntektsgrunnlag. På den andre siden handler det om hvem som får synlighet, tillit og legitimitet i offentligheten. Dette er avgjørende spørsmål for demokratiets framtid.”

## *Sirene* – en feministisk motvekt

70-tallets kvinnekamp bestod av demonstrasjonstog, protestskilt, pornobål, og kvinneorganisasjoner som var med på å ytre kvinnesaken i politikken.<sup>1</sup> I 1973 kom feministmagasinet *Sirene* på banen, som både provoserte og engasjerte. Men hvilken rolle hadde egentlig mediene og magasinet *Sirene* i kvinnekampen, i forhold til datidens holdninger og verdier om kjønnsroller, seksualitet og kvinnehelse?





Vi er klar over at ikke alle kvinner føler seg undertrykt, men vi vet at de er det. Ingen føler seg undertrykket før de har en drøm, en visjon om noe bedre.

#### En feministisk motvekt

På 70-tallet kom flere kvinnelige journalister på banen som ville endre mediene innenfra ved å starte opp et feministisk blad. Magasinet *Sirene* ble startet opp i 1973 som et feministisk alternativ til ukebladene. Det ble startet opp av seks kvinner: Bjørg Vik, Gøril Strømholm, Bitten Modal, Sidsel Biong, Kari Rolfsen og Astrid Brekken. Det skulle være en motvekt mot det ukepressen markedsførte av tradisjonelle manns- og kvinneverroller.

Gjennom magasiner og avisdebatter var mediefeministene med på å forme verdier og forståelser av hvordan kjønn og kjønnsroller påvirket datidens likestilling. Feministmagasin som *Sirene* var blant annet med på å sette likestilling på dagsorden.<sup>2</sup> Likestilling hadde akkurat fått et lite opptog før magasinet *Sirene* kom på banen, men de var med på å sette spørsmål ved det mer personlige og private, og ikke kun det politiske i kvinnekampen. På den måten ville de lage politikk av kvinners egne private erfaringer.

#### Ble røsket fra hyllene

Feministmagasinet kom på det perfekte tidspunktet. Likestilling og kvinnekamp var helt i begynnelsesstadiet, men det var ikke satt på dagsorden helt enda. Derfor var det mange kvinner som røsket *Sirene* med seg fra hyllene da det endelig kom et blad som talte deres sak. Det var tydelig at dette var et sårt ønske og behov hos kvinnene på 70-tallet.<sup>3</sup> I tillegg var *Sirene* kontroversielt i dens tid. Mange reagerte, ble såret, sinte og provoserte. I senere tid viste det seg at det var dette som skulle til å få plass i de etablerte mediene, og rette fokuset mot kvinnekampen.

Magasinet var opptatt av å ta opp kvinnen og mannens rolle i hjemmet, og hvordan menn måtte bidra med hjem og barn. Redaksjonen var med på å bekjempe tanker om at det kun var kvinnen som skulle hjelpe til hjemme, og talte en sak som mange kvinner følte på.<sup>4</sup> Deriblant hadde de et portrettintervju med skuespiller Liv Ullmann, og hennes liv som alenemor.<sup>5</sup>



**Anita Bryant**

Anita Bryant har skapt skole. I for læret hun i Florida med parolen «Redd våre barn» — fra de homoseksuelle.

I mellomtiden er det holdt folke- stemninger i Wichita (Kansas), St. Paul (Minnesota) og Eugene (Oregon), hvor gamle lover mot diskriminering av homoseksuelle er gjort ugyldige.

Siste skudd på stammen finnes i California og i deler av Biggs. Her vil ikke bare reide barna, men hele familien: homoseksuelle kan ikke arbeide i skolen, og alle som uttaler seg positivt om homoseksuelle skal også sparkes. I november blir det holdt folkeavstemning om dette, skriver Courage.

Debatten er ikke ukjent for oss i Norge heller — kjente personer har nylig uttalt at homoseksuelle lærere ikke bør gi sin legning til kjæne.

**Hånd i hånd mot toppen**

USAs industriledere lever i stabile ekteskap. Mens 38 prosent av alle amerikanske menn er skilt fra sin første kone, er skilsmiseprocenten bare fem for toppledere i de hundre største bedriftene i USA.

Forskere stryker om grunnen til denne store forskjellen. Harvard-psykologen George E. Vaillant mener at kjærlighet til jobb og kone går hånd i hånd.

Sosologen Rosebeth Moss Kanter ved Yale-universitetet mener derimot at det er Amerikas moral-kodeks som er grunnen til de stadige ekteskaps- «Den som ikke er gift, blir det ingenting av».

**Voldtekt garner ikke karrieren**

Amerikanske undersøkelses viser at straff for voldtekt er ulyre spjeld, skriver den danske avisa «Informasjon».

Det offentlige anklagere er ofte utvillige til å forfølge voldtektsaker ved domstolene, fordi de føler at slike saker ikke garner ens karrieres siden base få blir kjent skyldige, konkluderer en undersøkelse forbundsværgningen har betalt.

Mange anklagere uttaler i intervju at de også unngår voldtektsaker fordi de er «drattende» eller «alt for følelses-ladete».

Fire av fem voldtekter blir aldri anmeldt. Undersøkelsesprosjektets leder Donna Schram sier at omkring 56.000 tilfeller av voldtekt anmeldes hvert år til politiet, men undersøkelsen viser at tallet på voldtekter som finnes stot i USA hvert år er omkring 250.000.

**Et tonn i timen**

En kasandane i et supermarked må på det travleste løfte et tonn varer i timen, viser en tysk undersøkelse av kasandans arbeidsdager. Dette gjel- der kasjer der varerne må løftes ut av handlekassen etter hvert som de sties inn. Det er Berlins kvinneblad COURAGE som skriver dette i sitt augustnummer. Bladet forteller om skapene for å skaffe kasandane kasser med rullebånd, slik at kunden selv legger varerne på båndet.

I tiden mellom froleg middag og lørdag middag, løfter hver kasandane mellom fem og seks tonn melk, kjøtt, bærmerikk ... mens de med høyre hånd sliper inn tall. Dette gir ekstreme belastninger på venstre skulder, og mange må slutte i jobben på grunn av muskelkontrakt.

Undersøkelsen fant man fram til at 65 anklagere av forskjellige alder i USA i gjennomsnitt bare hadde rettsforfølgte 4,6 voldtektsaker i løpet av hele deres karriere. I gjennomsnitt hadde de bare oppnådd 2,5 domstolteiler.

Mer enn to tredjedeler av anklagene svarte nei på spørsmålet om de noen sine frivillig ville påta seg rettsforfølgelse av en voldtektsaker.

**Vi vil ha natta tilbake**

På kontinenter har jenter i flere byer sett seg lei på at det er farlig for kvinner å gå ute om natta. I Tyskland har tusenvis av kvinner gått i fakkeltog, med paroler som «Vi vil ha natta tilbake».

De siste demonstrasjonene fant sted i Holland, skriver det tyske kvinnebladet «Courage». I Amsterdam, Utrecht og Rotterdam har kvinner klødt seg ut i søde (kamp) og bitter (motstand) kler og gått ut i fakkeltog. Takkviser for demonstrasjonene sier de er positivt overrasket over den siste deltakelsen, men skuffet over at politiet ikke grep inn overfor menn som angrep togene — i bil!



**Sjåvinisme**

Barn to kvinner har administrerende direktorposter i USAs 100 største bedrifter, sammenlignet med 600 menn, framgår det av en undersøkelse i bladet «Fortune». Undersøkelsen omfatter direktører med gjens på over 40.000 dollar i løn (ca. 230.000 kr.).

(Fra «Informasjon» 8. juli 78).

**Prevensjon i skolen?**

På bakgrunn av at lege Bert Romstad sa opp sin stilling som skolelege ved Hanger skole i Barum se **SIRENE** nr. 4/78, ble det holdt en panselidiskusjon i Skolen Hus i Barum 20. august. Skolelege Bert Romstad mente at hun som lege ikke var underlagt Mønstreplanen; når hun skulle gi råd til elever som ba om hjelp med prevensjon.

I panelet satt blant andre skolestyremedlem Martin Svendsen, som mente at det var behov for å endre Mønstreplanen på dette punktet slik at elevene kunne få den hjelp de trenger.

Motstandsledet Willemson sa at fysisk og psykisk smøtne angrebner så langt som mulig bør fraværes seksuell kontakt med unge av det samme kjønn.

Skolelege Lachly Daas Holm sa det var innlysende at skolelegen ikke kan gi direkte prevensjonsveiledning, men i enkelte tilfeller kunne det likevel være riktig å gi direkte veiledning. I



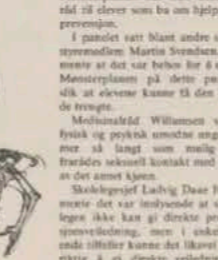
**Ingen svar på dette nummer**

«Ingen svar på dette nummer. Vi striker!» var svaret en fikk dersom en prøvde å telefonere i London 5. juni. Samtalsforbindelsen hadde seg lei på at mannet som utførte samme jobb som dem, så nye høyere i lønn, skriver det engelske kvinnebladet «Spate Rib».

På dagbladet jobber flere kvinner. På mandag er det bare menn. Selv om det er tyngre å jobbe samtidig, må kvinnene om dagen fortsette 80 prosent flere samtaler enn mennene om natta. Og den dårligste betalte manne ligger to lønnsklasser over andelingsledere som er kvinner.

**Seksualopplysning for ungdom**

I Oslo skal det åpnes et hørtil tilbudt seksualopplysningscenter for ungdom. Komitéen skal dekke utvalgte Vålerenga, Kampen og Grorud. I tillegg til kontor og telefonlinje, skal komitéen drive oppskante virksomhet. Komitéen åpnet i september, men i skrivende



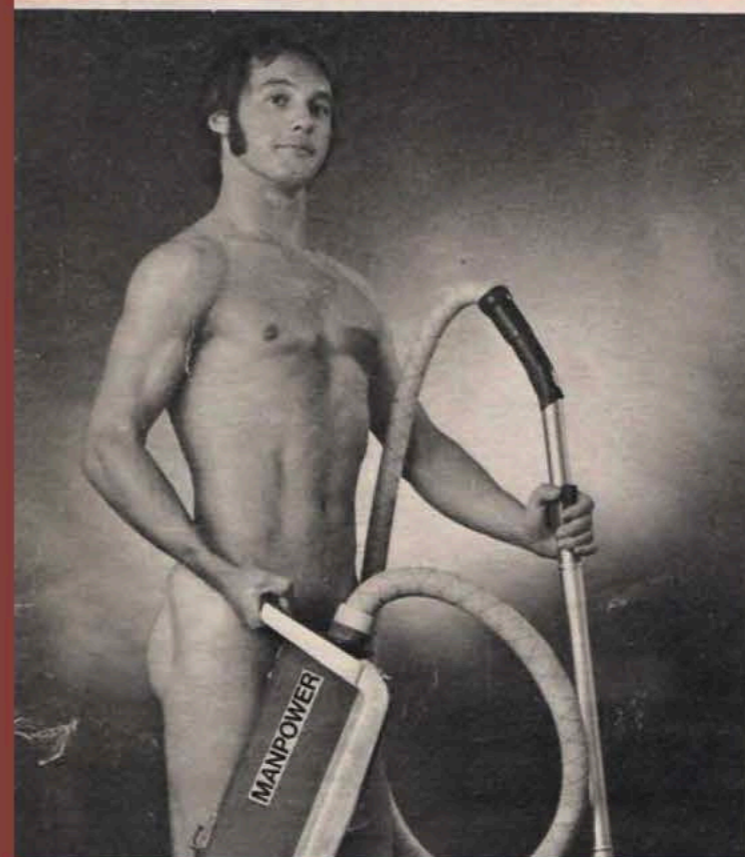
**Ingen svar på dette nummer**

prinsippet har imidlertid skolelegen berettiget til steder hvor slik opplysning kan fås, mente Holm.

Martin Svendsen mente at den seksualundervisning som gis ikke er god nok, og at en modernisert trynet på undervisningen er de utvilsomt seksuelle.

Under debatten understreket Bert Romstad at lærere og helsepersonale må samarbeide om denne undervisningen. Han påpekte seg også rett til taushetsplikt.

«Målrutene jeg den stiller en elev viser meg, så kommer legen av de andre heller til meg. 15-16 åringer har en viss rett til å begynne å beskytte sitt privatliv», sa Bert Romstad.



**Opprop til norske husmødre**

**Seksuelt**

Dette ble sjeldent snakket om i andre medier på den tiden, og *Sirene* gjorde det personlige om til noe politisk.

**Splid blant feministene**

Redaksjonen skapte frustrasjon hos både menn og kvinner, med deres kontroversielle uttalelser om seksualitet, pornografi og kritikk mot kristendommen. Skribentene bak magasinet stilte spørsmål ved det meste, blant annet ved kvinnens undertrykte seksualitet og abort. De var opptatt av å ha en åpen debatt, og gi rom for flere synspoker i en sak. Redaksjonen var blant annet for selvbestemt abort, men var opptatt av å vise flere synspunkt, og trykket innlegg fra abortmotstandere.<sup>6</sup> Dette provoserte mange. Magasinet skapte splid blant feministene, der mange feminister sa opp abonnementet på grunn av omtalen omkring abort, pornografi og kristendom.

Pornografi har vært grunnlaget til mye splid hos feministene, og i 1977 eksploderte anti-pornokampen.<sup>7</sup> I senere år har dette også vært et stort skille i kvinnekampen. Redaksjonen i *Sirene* ville ikke ta en tydelig stilling til porno, og mente at «et forbud kunne virke undertrykkende for seksualiteten».<sup>8</sup> Det var det mange som reagerte kraftig på, og sa opp abonnementet. Tross motstand, var ikke redaksjonen redd for å trække på noens føtter, med det mange mener var grove illustrasjoner og meninger.

Redaksjonen tok opp temaer som overgrep og voldtekt, og annonserte for ulike klinikker og organisasjoner som kunne hjelpe kvinner med nettopp dette. *Sirene* var også kjent for å ha skrevet ned alle legene som ikke ville hjelpe med abortsak, ved å navngi alle og enhver over hele Norge.<sup>9</sup> Det var saker som dette jeg selv tenker er legendariske, og var med på å ryste

**Vårt besværlige underliv**

Hvor ofte må jeg skifte spiralt?

Jeg vil gjerne spørre dr. Engerth: Hvor lenge kan man ha spiralen innsett. Jeg har tidligere fått forstikkelse av en annen kvinne som har det så og si uaktsomt. Ved fjerntid kontroll nevnte min lege noe om at lenge enn 3 år hadde man ikke ha den. Jeg har hatt den i 5 år, og er godt fornøyd. Provsen er også i orden. Menstruasjoner er regelmessige og ingen blødninger mellom. Det ville være fint om **SIRENE** kunne erlive noe om dette. (Lippes lamp)

*Mikael Tveit, Haugevoll*

Det er litt forskjellig oppfatning om hvor lenge man kan ha samme spiralt innsett. For Lippes lepp gjelder ikke noen fast tidsgrense, men spiralen bør fjernes hvis det kommer til symptomer, det vil si bløddringer mellom menstruasjoner eller andre irritasjonssymptomer. Jeg tror nok jeg ville fått det ut etter 5 til 6 år, men det er ikke noen fast regel for dette. Kjøber spiralen derimot bør skifte ut snart hvis det er følelse av fremmed på grunn av at kobberpartiklene avtar i effektivitet. Man regner også med at Dalton shield har ølfett av hvert annet til tredje år på grunn av det plastoverbehold det lages av.

Med vennlig hilsen *Ragnhild Engerth*.

**Jeg var 15 år**

Da jeg beslote en lege for å få et prevensjonsmiddel og for å undersøke underlivet. Vanskerne var stappfullt og lyse kontroll var for langt på vei. Jeg kom inn og fortalte henne at jeg ville undersøke underlivet mitt. Da sparte hun ferget og sa at hun ikke hadde tid det, og at jeg ikke måtte komme her og fortelle henne at jeg levde med spiral i 15 år. Hun la ut om spruta så som hadde det trykkelig ut og om hvor strengt det var for i tiden. Du vil skille mellom en prevensjon og en følelse like slett. Her sa at hun ikke ville gi meg noe råd.

Legesøker kunne meg 20 kr., og jeg var like dum som da jeg kom. Jeg gikk til legen for å beskytte meg selv og gutten min fordi vi forente det, og det ut i seg ikke fikk noe av denne behandlingen. Jeg syntes at en slik behandling er under enhver kritikk. Erig? Dette er ut i år siden. Skulle det det var for 30 år siden.

*Furuset*

**Er jeg normal?**

Jeg er snart 16 år og for en tid siden så jeg med en gutt som er 18 år.

For det første var det fysisk vondt og for det andre fikk jeg ikke orgasmen. La meg undersøke at dette var første gang. Er jeg ikke normal? På hvilket alderstrinn pleier orgasmen å komme? Vil også få jeg heller ikke orgasmen.

Så et spørsmål angående prevensjonsmiddel. Jeg lever på hver sjonnet man må være for å få penis.

Hvis jeg ikke får innsett på trykk vil jeg gjerne ha svar privat. Ellers uten takk på forhånd. Takk for et svar på et spørsmål.

*Ragna Deris*

Jeg er ganske sikker på at du er helt normal, og slik du beskriver ditt første samleie i breven ditt, er det svært vanlig. Mange jenter som opplever det.

For det første er det vondt når den skallede meddomstolen sprer seg, det gjør ofte så vondt at det er vanskelig å ha noen positive opplevelser ved siden av. Og for det andre er det mange kvinner som ikke opplever orgasmen ved rent samleie, og i alle fall ikke de første gangene. Mange må rett og slett trenge opp til å få orgasmen. Du blir du ikke får orgasme ved analbehold, men det er ofte man må prøve seg frem litt før man finner ut hvor og hvordan man kan stimuleres for å få orgasmen.

Jeg er redd det er begynt å gå litt prestisje i dette å skulle oppleve orgasmen både for kvinnen selv og for deres mannlige partnere. Et samleie hvor og kom være en god og positiv opplevelse selv uten orgasmen, og noe av denne gode positive opplevelsen har blitt. En å bli pålagt hvis orgasmen blir det eneste tegn på såkalt veddyktighet.

En annen ting som også er nok så viktig er at den seksuelle kontakten mellom to mennesker ikke blir nevnt inn fra den følelsesmessige kontakten. Et såkalt forhold blir forenet fra det følelsesmessige forholdet, blir i seg selv mange tilfelle mislykket, både med og uten orgasmen. Seksualitet er et motto mellom to helse mennesker og ikke bare mellom kjønnsorganene. Når kontakten er såkalt mellom to mennesker, må man prøve å hjelpe hverandre frem til å ha størst mulig glede og god opplevelse av seksualitet.

Det er ingen aldersgrense for når du kan få penis, du må oppføre en lege eller en helseperson og få veiledning i prevensjon, og evt. tilstanden til penis.

Hvis jeg ellers skal gi deg et konkret råd vil jeg foreslå deg å snakke med andre jenter om seksuelle problemer, eller det gjelder problem å få orgasmen ved analbehold er du nødt til å prøve deg frem for selv å finne ut hvor og hvordan det går best for deg.

Med vennlig hilsen *Ragnhild Engerth*.

- Ti bud for kvinner**
1. Du skal ikke ha noen guder som gjør deg tilten og usikker.
  2. Du skal ikke misbruke deg selv som kvinne.
  3. Du skal gå inn for å skaffe deg livsledager, men du skal ikke leve deg i ekteskap for å unngå ansvar.
  4. Du skal hedre din far og din mor, men ikke la deg styrtle som kvinne til å ha vitne ansvar for dem enn dine brødre har.
  5. Du skal stå ihjel gamle tanker og fordommer.
  6. Hvis du går inn i ekteskapet, skal du ikke gjøre det for å bli ferdigst. Du skal ikke og være både deg selv og mannen som likverdige mennesker og dele plikter og glede med ham.
  7. Du skal ikke stjele, spesielt ikke andre kvinners selvfølelse.
  8. Du skal ikke lyve, spesielt ikke om ditt liv som i undertrykt kvinne.
  9. Du skal arbeide etter evne og begjære skikkelig lønn for ditt arbeid.
  10. Du må gjerne begjære mer, men ha i minne som i respekterer deg som menneske.





og provosere nettopp de som trengte å bli rystet og provosert.

### Privatliv ble kvinnekamp

Feministmagasinet var opptatt av spørsmål som ikke ble regnet som tradisjonelt politiske; kjærlighet, utseendepress og vanskelige relasjoner. Undertrykkningen av kvinner måtte bekjempes på det kulturelle og ideologiske, ikke bare det økonomiske eller politiske. 70-tallets gatedemonstrasjoner bestod ofte av abort og pornografikampen, men redaksjonen skrev mye om seksualitet, kvinnehelse, kjønnsroller, og makt og kontroll i relasjoner.<sup>10</sup> På den måten var *Sirene* med på å trekke privatlivet inn i kvinnekampen, og nedkjempe negative verdier i forhold til kjønnsroller.

Magasinet hadde også en egen spalte som het "Vårt besværlige underliv", som var med på å bryte ned tabubelagte temaer som kjønns sykdommer, prevensjon og seksualitet. Dette var noe som sjeldent ble snakket om i mediene, og var derfor nokså kontroversielt. Jeg tenker at det som redaksjonen tok opp var banebrytende på den tiden, og nettopp spalter som dette har vært med på å bane vei for kvinnehelse og kvinnekampen. Denne spalten var et sted kvinner kunne dele og få råd, da det ellers i samfunnet sjeldent ble tatt opp. Det var reelle problemer som kvinner hadde, og endelig fantes det et sted de kunne snakke om det åpent.

### Formet medielandskapet

Redaksjonen i *Sirene* var med på å forme medielandskapet både på den tiden, og etter. Mye av det de skrev havnet i de ukentlige dagbladene, slik at kvinnekampen ble satt på dagsorden og skrevet om i de etablerte mediene. På den måten formet de mediebildet, ved at kvinnekampen ble omtalt i flere blader. Feministmagasinet sluttet sin publikasjon i 1983.<sup>11</sup> Dette var både på grunn av kvinner som sa opp abonnementet i protest, og på grunn av magasinets fremstilling av saker som pornografi. Som nevnt tidligere var kvinnesaken blitt en del av ukeblader, og de etablerte mediene. Så *Sirene* gikk fra å dekke et behov, et feministisk alternativ til ukebladene, til at ukebladene begynte å snakke om kvinnesaken.<sup>12</sup> Selv om det kom andre feministmagasiner etter *Sirene*, var de med på å vekke kvinner opp fra en undertrykkende tilstand, og få de til å innse at de har en drøm om en bedre hverdag.

## Verdiskapingens evige, rullende filmrull

Året er 1987 og den store snakkisen alle venter på er Schwarzenegger i rollen som Major Alan «Dutch» Schaefer i kampen mot en usynlig, utenomjordisk jeger. *Predator* skulle bli en av filmhistoriens største science-fiction suksesser. Men hvem vant i jakten etter suksess, romvesen-jegeren, ultra machotestosteronfylte «Dutch», filmskaperne eller publikum? Spørsmålet stilt på en annen måte: hva skjedde egentlig med verdiskapingen oppi det hele?



Kanskje har du en mening om det eller to, en tanke om det som surrer rundt bakerst i hodet i møte med hverdagens små og store utfordringer, eller kanskje det er et område du kontinuerlig må forhold deg til gjennom et arbeidsforhold. Verdiskapingen er der uansett. Som oftest forstått gjennom et samfunnsøkonomisk perspektiv, uløselig knyttet til bruttonasjonalprodukt, markedsøkonomi og næringslivets evige hig etter økonomisk gevinst.<sup>1</sup>

Men verdiskaping kan forstås som noe mer og kan benyttes som et aktivt virkemiddel i hvordan en forholder seg til dagligdagse ting og tang (som ikke ene og alene består av økonomiske sider). Så hva vi hvis vi gjør nettopp det, og trekker begrepet ut av dets samfunnsøkonomiske tradisjon og rotfeste, og planter det like så godt ned i medievitenskapens sfære? Kanskje vi kan bruke det som et virkemiddel i å forstå noe over tid, se noe med et annet lys enn før?

Artikkel  
av Steffen Tomt

Kanskje vi til og med kan nærme oss en slutning om hvem det var som vant kampen om verdiskapingen av det usynlige romvesenet, muskuløse «Dutch», filmskaperne eller oss i publikummet i møte med *Predator*.

### Verdiskapende filmproduksjon

Verdiskaping, dette begrepet som er uløselig knyttet til samfunnets økonomiske virkelighet, ja det er jo et stort, viktig og noe uforståelig begrep. For hva inngår egentlig i verdiskaping, og hva havner utenfor? Hvilke aspekter av verdiskaping må trekkes frem i et eksempel som omfatter sølvlerretets glinsende verden, og hva kan utelukkes? Denne teksten har ikke som mål å trekke to streker under et av mange ulike svar på dette, men heller være et forsøk på å gi en eller annen *mulig slutning* muligheten til å bli trukket. I filmproduksjonens store verden, hvor Hollywood dominerer med en brutalt sterk hånd og strømmetjenestene gleser seg imellom om å havne på flest «Top 10 serier vi gleder oss til denne høsten»-lister, er det kanskje nødvendig å forstå verdiskaping med to sett med øyne. Ett sett som tar for seg de klart økonomisk viktige sidene: utviklingskostnader, produksjon, lønnsforhandlinger, PR-kostnader og ikke minst kåringsutgifter. Det velkjente utsagnet om at du vinner en Oscar og kjøper en Golden Globe er vel ikke helt skivebom.<sup>2</sup> Så der har vi den ene siden, den som består av alle konkrete økonomiske forhold, de rent tradisjonelt verdiskapende sidene. Men så har vi den andre siden av verdiskaping. Den vi tar utgangspunkt i en medievitenskapelig forståelse for her. Der hvor publikum konserverer, fortolker og forholder seg til de glitrende bildene på det sølvkledderretet. Opplevelsen av å se Schwarzenegger i all sin storhets (og svettende) glans i den sør-amerikanske jungelen i en kamp om liv og død, og tankene som surrer i publikums hoder i det lyset skrues på og kampen er over.



Men verdiskapingen stopper ikke i det virkelighetens spotlys skrues på, ei heller i det publikum forlater kinosalens myke, oppslukende seter. Den fortsetter i det uendelige, vel, så lenge innholdet er friskt i minne hos de observerende. Eller til det hentes frem igjen.

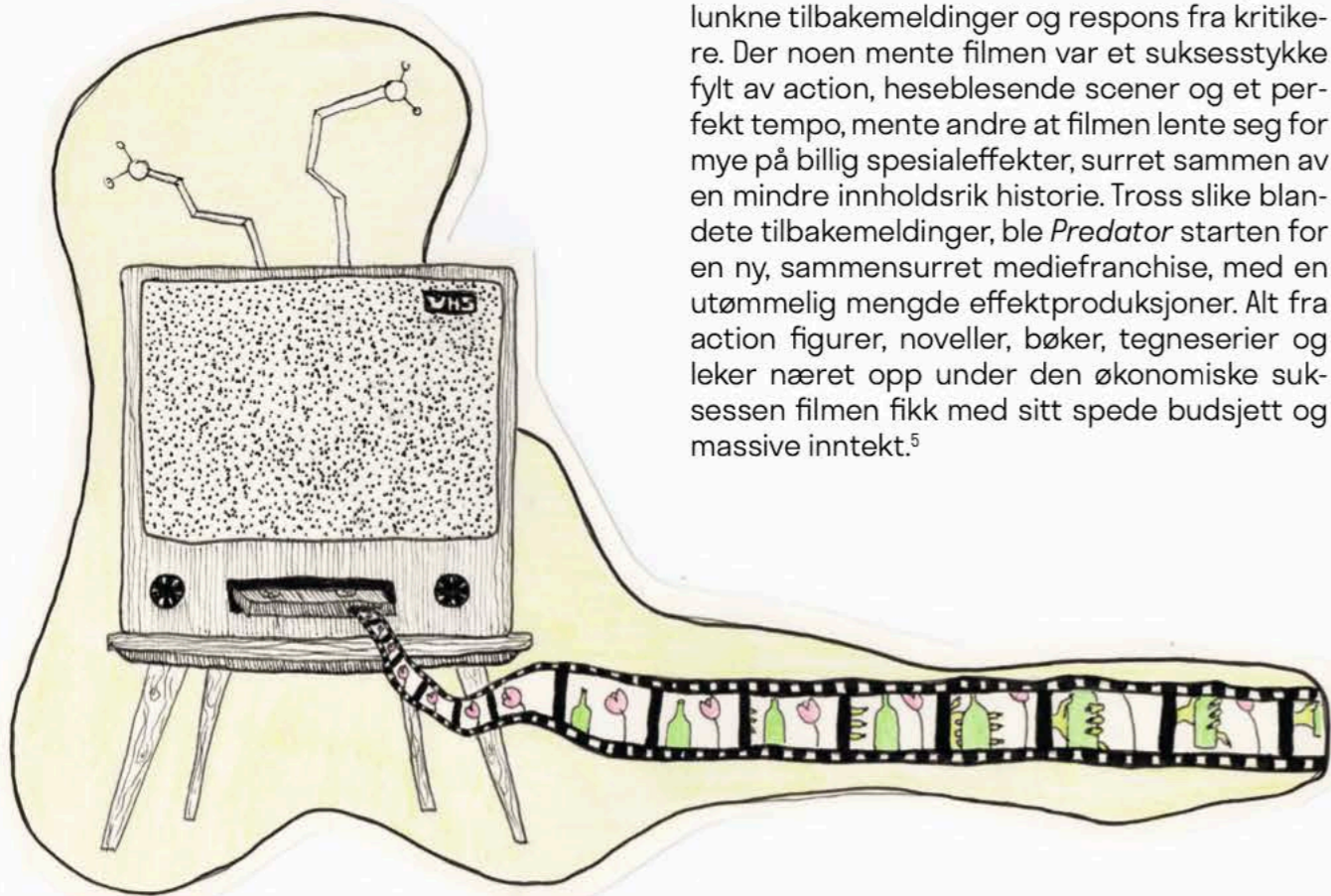
Det er denne siden som kanskje fanger min interesse i denne teksten mer enn den tradisjonelle, rent kjedelig økonomiske virkeligheten. Publikumsstudier, fortolkning og medieinnholdets påvirkning på den menneskelige opplevelsen av verden rundt oss, ja det er jo kanskje det mest omtalte feltet i moderne medieforskning. Skremmende undersøkelser som fulgte raskt etter at TV-skjermen kom preget mye av samtalene om medieinnhold i det offentlige, og gjør til den dag i dag fortsatt det. Ungdom som lærer seg voldelige tendenser gjennom en kontinuerlig eksponering av brutalt, blodig og grusomt medieinnhold. Sosiale medieplattformer som nærer opp under kvinnefiendtlige verdier (Tate og Trump, jeg ser på dere) og *mycket mer grums*. Vel, en skulle nesten tro at verden var et forferdelig sted med slike forskningsscenarioer og nuets tilfeller. Men ikke fortvil, verden og publikum er ikke så jævlig som den fremstår.

Mye av den tidlige medieforskningen på voldelig medieinnholds påvirkning på det menneskelige sinnet er i senere tid blitt omgjort, undersøkt på nytt og avfeid fra å være ikke like direkte knyttet som tidligere antatt. Barn og ungdommer blir ikke nødvendigvis grusomme, voldelig mordere bare fordi de har et tett forhold til intense og voldsomme skytespill eller ser på skremmende actionfilmer. Så kunne den verdiskapingen som spredte seg fra kinosalene etter premieren på en svett og aggressiv Schwarzenegger være noe å hige etter?

### Den vellykkede jakten for suksess og en sammensurret vei videre

I det Schwarzenegger dukket opp på sølvretet sommeren 1987 med en feit, da virkelige feit, sigar i kjeften hadde regissør John McTiernan jobbet iherdig sammen med produsenter, forfattere, kostymeansvarlige, og ikke minst legendariske John Cameron over flere år. Etter at *Rocky IV* var ferdigstilt i 1985 gikk det en spøk rundt i Hollywood om at den eneste som kunne slå Rocky Balboa nå, måtte være utenomjordisk.<sup>3</sup> En spøk ble med andre ord til virkelighet. Cameron delte sine tanker om romvesendesignet med McTiernan, mer spesifikt mandibler, utstikkende biteredskaper ofte funnet hos insekter og leddyr, som til slutt ble del av det legendariske utseendet til predator.<sup>4</sup>

Med et budsjett på skarve 15 millioner dollar, og en internasjonal inntekt på 98 millioner dollar, var *Predator* en økonomisk kassasuksess, tross lunkne tilbakemeldinger og respons fra kritikere. Der noen mente filmen var et suksesstykke fylt av action, heseblesende scener og et perfekt tempo, mente andre at filmen lente seg for mye på billig spesialeffekter, surret sammen av en mindre innholdsrik historie. Tross slike blandede tilbakemeldinger, ble *Predator* starten for en ny, sammensurret mediefanchise, med en utømmelig mengde effektproduksjoner. Alt fra action figurer, noveller, bøker, tegneserier og leker næret opp under den økonomiske suksessen filmen fikk med sitt spede budsjett og massive inntekt.<sup>5</sup>



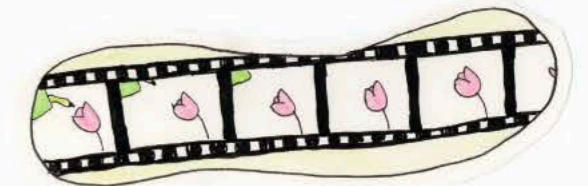
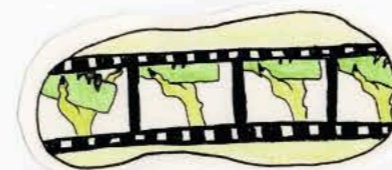
20th Century Fox, produksjonsselskapet, førte den skremmende science-fiction verden videre med flere filmer over de neste 30 årene med fire direkte etterfølgere og tre filmer hvor den utenomjordiske jegeren møter monstrene fra *Alien*-filmuniverset. Filmens etterkommere har blitt møtt med en enda større blanded pose med drops fra både kritikere og publikum, hvor gjengangeren er den hvor *Predator*, den originale filmen selv, står gjevest blant dem.

Så her skjedde det noe med andre ord. En suksessrik historie, et lovende filmunivers og en mediefanchise som kunne ta verden med storm, gjorde ikke nødvendigvis det på tenkt måte. Filmens etterfølgere har mottatt lunkne tilbakemeldinger, rangerer dårlig på topp-lister, og når ikke like høyt opp som deres stamfar. Kanskje noe av årsaken ligger i en rekke bestemte valg som er blitt gjort i møte med nye produksjoner? Kanskje det kan stamme fra den kontinuerlige utskiftningen av rolleinnhavere, den lekne tilnærmingen til filmuniversets normer, og den stadig skiftende settingen for de ulike filmene? Tross slike endringer har hver eneste *Predator*-film fulgt stamfarens modus operandi, og aldri fjernet seg nevneverdig langt fra sin opprinnelse. Allikevel er publikums oppfattelse slik den en gang er, mystisk og uforståelig.

### En reinkarnasjon av verdi

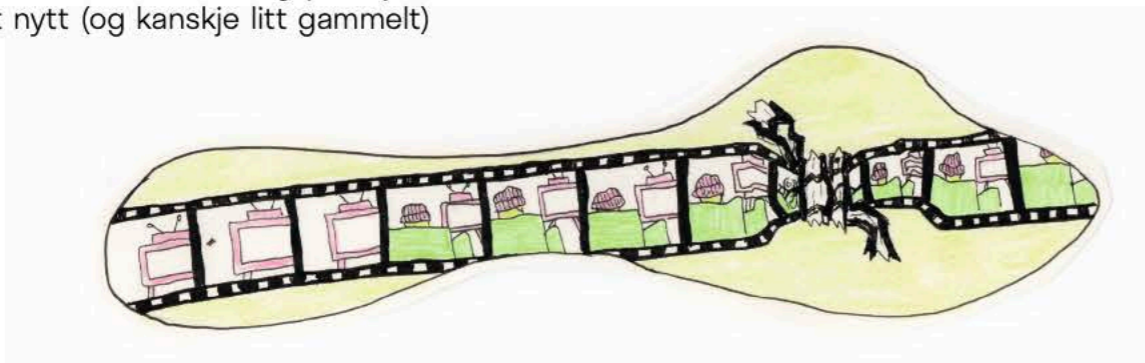
Selv med en ekstrem versjon Malacos Godt & Blandet i publikums tilbakemeldinger på filmuniversets seneste tilskudd, endret noe seg sen-sommeren i år. Et nytt tilskudd til filmuniverset premierte på strømmetjenesten Disney+ 5. august 2022, og det med en helt ny idé: i stedet for å være en etterfølgere som fører historien om morderiske brutale utenomjordiske jegere fremover, tar *Prey* oss med tilbake i tid som filmuniversets første forløper. Uten å avsløre for mye av filmens handling, blir vi møtt med sterk femme fatal i form en av ung Comanche kvinne ved navn Naru, spilt av Amber Midthunder, som strever etter å finne sin plass blant stammens jegere. Etter å ha sett lysene fra en predators romskip i skyene, som her tolkes som et tegn på at hennes tid for å bevise seg er kommet, river handlingen oss med gjennom alle filmtrekkene som gjør Schwarzeneggers prestasjon i 1987 verdig.

Med en solid innramming, en stødig historiefortelling og en karakterutvikling man ser sjeldent i dagens strømmede og hurtige filmproduksjon, trekker *Prey* på alle de beste egenskapene ved *Predator*-universet uten å gjøre noen form for kompromiss. Dette er ikke bare en subjektiv mening fra undertegnede, men noe som gjenspeiler seg i den kritiske konsensusen, terningkastene og omtalen filmen har fått i det offentlige bildet. Der Schwarzeneggers prestasjon landet *Predator* en score på 80% fresh (jo 'freshere' score jo bedre) hos kritikernettsstedet Rotten Tomatoes, verdens mest ledende nettsted for film og TV omtaler og kritikk, har *Prey* håvet inn en score på hele 93%.<sup>6</sup> Som sagt, jo friskere jo bedre.



I tillegg til en vanvittig høy sum på 93%, har og *Prey*, i likhet med *Predator* blitt tildelt merket «Certified Fresh» av Rotten Tomatoes, som gis kun til de film- og TV-produksjonen som har fått mest positiv omtale over lengre tid. Det inkluderer krav om en konsistent score på 75% fresh, fem omtaler skrevet av topp kritikere, og et minimum på 80 omtaler av publikum.<sup>7</sup> Disse parameterne er kun det absolutte minimumet som må til for få en slik sertifisering, og i tillegg til dette har både *Prey* og *Predator* fått henholdsvis 73% (+5,000 anmeldelser) og 87% (+250,000 anmeldelser) i publikums score. Så merittene er til stede, publikums omtaler glitrer i lyset fra sølvlerretet, og Midthunders prestasjon står i god stil til Schwarzeneggers.

Verdiskapingen som oppstod i det *Predator* fant sin vei til lerretet sommeren 1987, har på mange måter gjenskapt seg i form av *Prey*. Et filmunivers og en mediefanchise som spenner 35 år har igjen klart å finne vei frem til lyset, etter årevis med negativ og ekstremt blandet omtale. Det er ikke å slenge under en stol av *Predator*-universet har vært å anse som den mindre heldige av to i møte med den ekstremt populære *Alien*-universet til Ridley Scott. Etter så mange år har regissør Dan Trachtenberg og den talentfulle skuespilleren Midthunder revitalisert et medieinnhold, og gitt en ny form for verdiskaping plass til å utfolde seg på skjermen for et helt nytt (og kanskje litt gammelt) publikum.



### Verdiskaping for fremtiden

Så, hvor var vi? Det er like klart som dagen er lang at *Prey* har klart det ingen andre *Predator*-filmer har fått til siden Schwarzeneggers svette og klamme jungelprestasjon. Det er og klart at *Prey* har merittene å vise til, samt lene seg på. Men den verdiskapingen Schwarzenegger og resten av den talentfulle gjengen bak *Predator* startet på i 1987, den lever videre i filmuniversets nyeste tilskudd. En historie og et narrativ som har havnet bakpå i den offentlige samtalen, blitt forbigått av nye, større handlinger og historier med kraftfulle effekter og store mengder økonomisk støtte bak seg, har klart å karre seg fast. Ta en plass i en overfylt sensorisk scene, som krever publikums fokus dag inn og dag ut, hvor kun det aller beste klarer å kave seg frem.

Det er vel trygt å si at «Dutch» og Naru vant verdiskapingen, ovenfor den brutale kritikerne, og ikke minst over den utenomjordiske jegeren med usynlighetsteknologi.

**The Internet we experience today is a far more inclusive place than we had ever imagined it would be. This, however, means that it includes those users and aspects of Internet culture that can cause real harm to people and entire societies. The most talked about solution to this problem has, so far, been deplatforming. A controversial matter for some and a grave violation of human and internet rights for others, the long-term effects of deplatforming remains to be seen. It is, however, built on a feeling of hope for a better future.**

At its beginning, the Internet was a beautiful place. Far from today's outrage around state sponsored online trolls, revenge porn campaigns, online bullying, and the prevalence of hate speech, the first versions of the Internet evoked a feeling of hope for the future.

Seen as a tool that would usher humanity in a new and better age, the new-found cyber frontier gave way to utopian ideas of how it might bring about a new type of human consciousness where, allegedly, only the most positive and productive of knowledge would come to the front. Four decades later we are faced with the opposite of this image. Negative and divisive content is pushed to the front by man-engineered algorithms.

Deplatforming has broken the peace of social media forums worldwide.  
Photo: Amber Kipp / Unsplash

Today, the value of the Web 2.0, or the participatory internet – defined by social media platforms and their crucial user engagement, is defined by controversial and more than often hateful content.

With no considerable power or influence behind them, everyday users who wish to fight against this practice are left few options to choose from. Deplatforming has undoubtedly become the most talked about and infamous one. The practice affords the rallying of a considerable mass of users who together are able to turn the value of negative content into considerable losses for platforms that rely, amongst other type of material, on user generated content.

Deplatforming specifically refers to removing a person from a specific technology platform. This generally means banning them from using the platform's services. Deplatforming can happen on a wide range of technology platforms like social media (Facebook, YouTube, etc.), commerce (Amazon, Google App Store, Apple Store, etc.), payment platforms (PayPal or Visa), service platforms (Spotify for example), and Internet infrastructure services (Cloudflare or web hosting). This represents an extreme form of content moderation and it can be permanent or temporary. Most notably, Donald Trump, the 45<sup>th</sup> POTUS, has been banned for life from Twitter after the January 6<sup>th</sup> insurrection on the United States Capitol.

Because deplatforming is usually conducted in relation to a person's ideas, the label has become explicitly political. In the past decade, deplatforming has been used as a tactic to remove hate speech, extremist and even terrorist content, and counter grass roots or state sponsored disinformation or propaganda.

The most recent case of deplatforming is that of Andrew Tate. A professional boxer and a former *Big Brother* contestant, Andrew Tate has seen, over the course of one year, his career as a motivational speaker for what he calls young and lost men skyrocket.

At the core of this increase in popularity stood a mix of misogynist and at times outright far-right talking points. Then there were the pick-up artist promises that for a price he could teach his followers how to become as successful as him. The things Andrew Tate said and did generated content that attracted an increasing amount of user engagement. A big portion of this engagement also stemmed from content critical towards his. For a summer, Tate was a one-man perfect storm.

Then, as the wave of requests for deplatforming aimed at YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Twitch, Discord, and TikTok to remove him and his content from the platform, the party quickly came to an end. And with the considerable amount of public evidence submitted to the tech companies that own the above-mentioned platforms, by the British far-right watch dog HOPE Not Hate, within the span of two weeks, Tate saw himself vanish from every mainstream social media platform.<sup>1</sup> Just like in every other case of deplatforming, what was essentially Tate's purge from the most circulated part of the Web 2.0 sparked harsh criticism and reignited the debate around the morality and the usefulness of the practice. Should Tate and those like him be purged from social media platforms or should they be allowed to speak, with their content being prioritized by algorithms over the one of their critics, and win or lose in the so-called marketplace of ideas? And if they are expelled from the online spaces the rest of us inhabit, then where do they end up, to whom do they speak to and what kind of influence do they wield there?

This essay aims to conduct an overview of how we have perceived the Internet to be during the past five decades. It looks into what our hopes for this game changing future were and how realistically or unrealistically they have proven to be.

The main argument is that our current digital-times are marked by a struggle to upkeep a utopian ideal of the cyber space at the advent of the Internet, which marked the latter half of the



20<sup>th</sup> century. This ideal envisioned the emergence of a collective intelligence where only the good and the most useful information would thrive. Then, the transition from the early cyber space to the current participatory internet, the Web 2.0, has proven that the most popular and economically valuable applications rest on outrageous, shocking, and negative content.

The promising cyber utopia has become a dystopia. However, there is plenty of room for adjacent arguments that explore whether these initial aspirations were sincere to begin with and whether the value deterministic aspect that defines the Web 2.0 of today has been there all along.

### Glory days

The advent of the Internet and that of the Personal Computer (PC) arrived on the same crashing wave of idealism and countercultural utopianism that had been ridden by the hippie counterculture of the 1960s and what remained of it in the 1970s.

At its beginning, the PC, while it was still big enough of a machine to take up entire rooms in American universities and government buildings, was feared and protested against. In *From Counterculture to Cyberculture*, Fred Turner describes how “throughout the 1960s, computers loomed as technologies of dehumanization, of centralized bureaucracy and the rationalization of social life, and, ultimately, of the Vietnam War”.<sup>2</sup> Accordingly, in 1964, students and other protesters who were part of the Free Speech Movement (FSM), an enormous and long-lasting student protest at the UC Berkeley, took up blank computer cards, “punched them through with new patterns of holes—‘FSM’ and ‘STRIKE’—and hung them around their necks”.<sup>3</sup> There was no doubt, the computer was the infamous machine that the counterculture fought against.

But a decade later, California, and the San Francisco Bay Area specifically, was a different place entirely for computers and for how they were perceived.

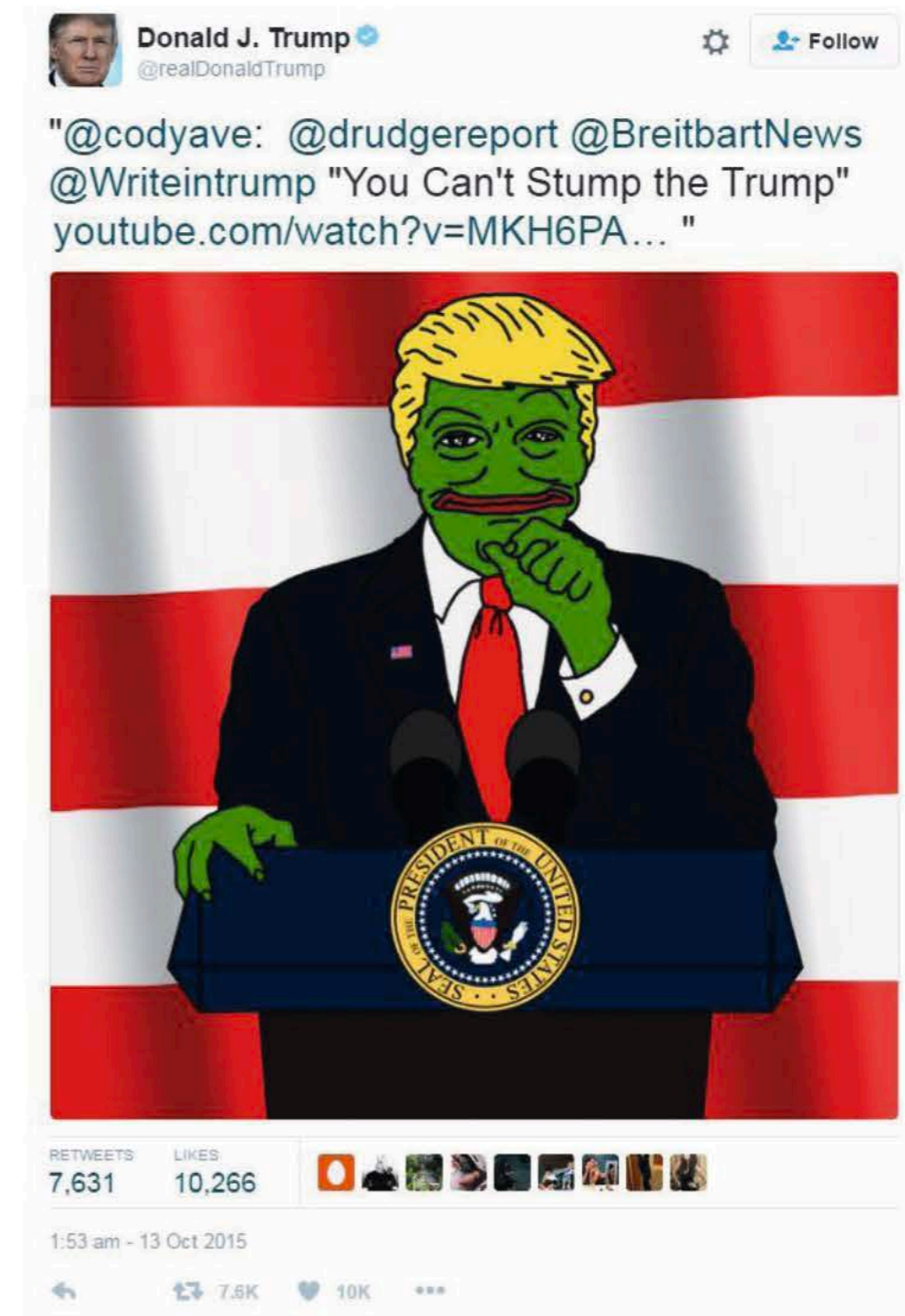
In his 1972 Rolling Stone article, *Spacewar*, Stewart Brand coined the term hacker to describe the new computer user that operated outside of the research groups of ARPA (Advanced Research Project Agency – the first version of what we now call the Internet).<sup>4</sup>

Hackers sought to find creative and fun ways (like programming games) to use the technology that, at the time, was otherwise used by Cold War planners to simulate advanced war games against the Soviet Union.<sup>5</sup> Hackers were the first subculture to merge the idealistic optimism of the hippie counterculture before them with what the new technology potentially had to offer. And thus, the machines were tamed and their potential tested and used for attempting to create a better future for humanity.

Up until then, the Internet had been the network of research computers belonging to universities – the ARPANET, where personal discussions were forbidden. But in parallel to this, the new emerging hacker counterculture as well as some universities and corporations were developing what we now know as the Personal Computer. Alongside, the first network protocols were put into place. This is what we would today call the Internet. A more public and accessible version of ARPANET was created which could be accessed via a modem and the new PCs. A new era had begun.

In 1984, when Apple presented its newest PC to the world as a tool for mass empowerment, the accompanying TV ads evoked themes of the earlier hacker culture as well as the hippie counterculture. In what is now one of the most popular TV ads of all time, directed by Ridley Scott, a woman hurls a sledgehammer at a screen depicting a dictator addressing the masses. The ad declared that because of the then new Apple computer, 1984 “won’t be like 1984”.<sup>6</sup>

In Apple’s very optimistic and daring view, the computer would both literally and figuratively smash the old structures of power and usher in an era of complete freedom. This came



The 4chan meme shared by Donald Trump in 2015 that truly ignited the online community's support for him. Screenshot from personal archive.

against the backdrop of how the world during the ColdWar imagined dictatorships – a technological dystopia where cynical and dull men would control the masses through screens. A depiction that was indebted entirely to George Orwell's dystopian novel, *1984*. These were the first baby steps of the Internet which quickly gained a spring to it and became a series of giant leaps before anyone had time to clock it. Then, in the mid to late 1980s, shortly after Apple declared total liberation from any sorts of dictatorship, the new generation of disaffected youths moved in on the Internet and reinvented what a hacker was supposed to do.

As Dale Beran writes in his book, *It Came from Something Awful*, “the new hackers were not creative poets generating a transcendent reality; they were scrabbling, ratty resistance fighters who were profoundly anti-corporate and interested in infiltrating systems and combating the immense forces that used the internet not to liberate society, but to entrench it in unfair power hierarchies.”<sup>7</sup> What we today recognize as hackers harks back to this movement of the 1980s that wanted to use both PCs and the Internet as tools of anti-establishment empowerment. This would give way for much of what defines Internet culture today – a mix of utopian expectations and anti-establishment aspirations.

From the roughly first two decades of the Internet's and the PCs history, the common narrative of socio-cultural progress ultimately split into two. A part of the early culture of utopian hackers, of which mainstream figures like Bill Gates and Steve Jobs were a part of, built the economic mammoth that the tech industry is today. This industry is defined by economic incentives and is addressing an increasingly self-centered public that is focused on consumer spending.

Then there is the later hacker culture, to whom governments and corporations were and still are systems of oppression that must be opposed at all costs. In this culture the incentives would seem to be ideological. But things are

more complicated. Even though this seemingly fringe culture of hackers and what we now know as Internet trolls appears to exist as a niche, it has in fact influenced and informed much of the way we behave on and understand Social Media platforms today.

To understand this divergence, the early utopian ideas surrounding the advent of the Internet and the PC must be considered.

### Collective Intelligence

Because so little had been, in fact, explored by mid 1980s, everything seemed possible. Very much like it was thought about drugs, especially acid at the height of the hippie counter-culture, the PC and the Internet were seen as a sure shot towards making people more peaceful, creative, vulnerable and human. In this process, the new digital frontier would usher in a new consciousness that would change humanity for the better.

Perhaps this optimism can be better understood by looking at what Pierre Levy called collective intelligence, in his 1994 seminal work, *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World In Cyberspace*. Henry Jenkins, who has dedicated much of his career to studying early TV and Internet fandoms and the role popular culture can play in politics and vice versa, explains that Levy offered us a “compelling vision of the new ‘knowledge space’, or what he calls the ‘cosmopedia’, that might emerge as citizens more fully realize the potentials of the new media environment.”<sup>8</sup> Levy saw the contemporary society of the 1990s caught in a nexus point from where it could go, via the new unlimited potential of the Internet, pretty much in any direction.

The potential of that moment seemed back then as it might lead to enormous transformations in existing structures of knowledge and power. What defined this sudden freedom of movement was what Levy called the deterritorialization of knowledge. This was “brought about by the ability of the net and the Web to facilitate rapid many-to-many communication,

might enable broader participation in decision-making, new models of citizenship and community, and the reciprocal exchange of information.”<sup>9</sup>

The potential of this deterritorialization is fleshed out in Brand's 1972 article. Talking to the hackers that were putting together the game *Spacewar*, one of the first video games ever created, Brand observed that the game spread quickly throughout the country, from research center to research center. Wherever there was a graphics display connected to a computer, there was someone to play *Spacewar* and add their own hacker-tweaks to it. What was then seen as after work fun for university researchers has since developed into the most profitable entertainment industry today.

By mid 1990s, the technology used in PCs quickly advanced. The Personal Computer was becoming a common house appliance. But the Internet was slower to develop, and it remained the final and unexplored frontier. The notions of a technological utopia and optimism were quickly passed from the PC generation to the World Wide Web one and then later to the Web 2.0 generation.

What Levy calls “collective intelligence” is a state of collective knowledge where only the most important and “good” information would be pushed to the front and circulated. If this still feels very dense that is because there might be no clearcut way to explain the overwhelming feeling that the unfulfilled potential of a still emerging technology, the Internet in this case, might lead to something that will benefit the entire mankind. Henry Jenkins points out that Levy's work must be read as a form of critical utopianism where he frames a vision for the future (an “achievable” utopia if you will), where he also offers some ethical considerations for then contemporary technological developments.

However, as other have observed by the mid 1990s, this feeling of optimism permeated the development of the Internet to the core, without too many caveats concerning critical

utopianism, to the extent that it ignored how the tool that was meant for good and for societal progress was used to achieve the opposite. One historical example would be that of American white supremacists who used the new digital frontier to spread their message and the deterritorialization of knowledge to reach an audience that was now unbound by physical participation.<sup>10</sup>

This feeling that the Internet will lead us to great things has survived the shift to the Web 2.0, where user participation and platform inter-connectivity are the building blocks and has morphed into something even more abstract and utopian. The notion that ideas should be put to the test in the so-called marketplace of ideas, where they would either survive or not, based on the strength of the arguments that support them, is wide spread. However, this is more of an aspiration than a solution based on how things work.

The problem is that what we like to call a marketplace of ideas is now almost entirely confined to the digital boundaries of the cyberspace, where it is subject to the economic dynamics that prioritize profitable content and not the ideas supported by strongest arguments.

Just like with much of the aspirations that fueled the creativity of the first three decades of PC and Internet making, what we now expect of the Web 2.0 overlooks the more pragmatical and bleak aspects of the problem.

### Glory days 2.0

In his historicization of the grassroots army of trolls that ended up supporting Donald Trump's first presidential campaign in 2016, Dale Beran points out how it grew from the early bulletin boards that populated the Internet. This community transitioned into the Web 2.0 era in the now almost forgotten bulletin board called *Something Awful* as a subculture preoccupied with edgy and offensive content fueled by anti-mainstream feelings.<sup>11</sup>

Later, the community that *Something Awful*

help sprung created and populated the now infamous 4chan. From 4chan came just about everything from early trolling campaigns: like the one conducted in 2008 against the Church of Scientology,<sup>12</sup> to Anonymous hacking campaigns aimed at supporting the anti-government protesters in Egypt in 2011,<sup>13</sup> to the Q-anon movement that is currently leaving its mark on the American political landscape.<sup>14</sup>

In the wake of events that have marked the last decade for the worse and which have come to be because of social media, like Donald Trump's presidency and the spread of the Q-anon movement, everyone has scrambled to find answers and solutions.

Faced with the fact that tech companies like Facebook were in part responsible for the effectiveness of this almost grassroots movement and that they would do very little to change things for the better, deplatforming has been the solution that a part of the public has been constantly pushing for.<sup>15</sup>

This idea of throwing someone out of the cyber space party because they incited hatred towards women or ignited a garbage fire big enough to swallow the democracy of an entire country didn't sit well with everyone. The reason for this is that with the advent of the participatory Internet, where everyone reworks the content they receive and pass it along, the technological utopia of the last century's end has morphed into something new and even more evasive.

Forever ignoring the role that money plays in technology, the opponents of deplatforming have strongly argued that it is an unfair practice and that, furthermore, the deplatformed will only end up in even darker corners of the internet where they will truly operate unbothered. Others, however, have also pointed out that tech companies are given an enormous amount of power by those who ask for deplatforming and contribute to its normalization.

Most significantly, Alexey Navalny, an anti-cor-

ruption activist and Vladimir Putin's most feared opponent, now jailed after a show trial, pointed out that banning Donald Trump from Twitter was a disproportionate move from the tech company. As he observed, "among the people who have Twitter accounts are cold-blooded murderers (Putin or Maduro) and liars and thieves (Medvedev)" and that "for many years, Twitter, Facebook and Instagram have been used as a base for Putin's 'troll factory' and similar groups from other authoritarian countries."<sup>16</sup>

We are left with an issue that has multiple facets. On the one hand, there is a real concern about the power that tech companies wield. This is power that we collectively enable them to use it in ways that, should they go unregulated, might lead to quasi-authoritarian or even authoritarian outcomes. As a part of this, we worry that even though some extremist figures are removed this might only force them to more fringe platforms, like Gab, where they would be able to spread their ideology in a so-called echo chamber, away from any form of law enforcement or grassroots inquiry.

The fear is then that deplatforming solves nothing besides removing unpleasant elements, but not solving the root issues all the while the tech companies are left with content moderation powers they did not initially have or cared to exhibit. On the other hand, when it comes to the more mainstream public, these concerns still veer off into the land of the utopian market place of ideas.

A 2021 study observed that, regarding the migration to dark corner thesis, accounts that are banned on Reddit and Twitter do reopen on Gab immediate after their suspension and they do increase in activity. However, the toxicity of the overall content does not increase and, more importantly, the audience decreases over time.<sup>17</sup>

Similar findings have been offered in 2020, in an article that looked into whether extreme Internet celebrities, in the wake of deplatforming, attempt to cater to extremist Telegram

Anonymous 08/18/22(Thu)18:18:41 No.69860893



>be me  
>have gf  
>hear about Andrew Tate, decide to look him up  
>really like his advice  
>decide to try it on gf to gain her respect  
>be with her one day

>tell her that I cheated on her (i didn't)  
>she is understandably upset  
>tell her "Yeah, got drunk. Fucked some girl. Don't remember her name. If you want to leave you can leave."  
>she actually does  
>heartbroken, text her every day telling her it wasn't real and I was just following advice I got online to be cool  
>tell her to look up Andrew Tate so she'll see what i mean  
>pretty sure she blocked me, all our friends hate me now  
**What the fuck do I do? She was my first gf, I literally have nothing without her.**

81 KB JPG

The effect of Andrew Tate on his followers expressed by a 4chan Anonymous user as an ironic first person account – because nothing is to be taken seriously. Screenshot from 4chan.



channels for recruitment and funding – it found that this, in fact, happens so scarcely that this does “substitute for critical mainstream platform monitoring, and the study of what is deemed worthy of cancellation”.<sup>18</sup> Not only there is now ample evidence to support the argument that deplatforming has effects that outweigh the losses when it comes to user migration to more fringe platforms, but there has never really been evidence to support the initial claim to begin with.

When it comes to the discussions around the power tech companies wield, they have already been the subject of several studies, including several government investigations. The findings have stressed, times and times again, that this power and its affordances represent a growing threat to democracy. A 2017 study found that social media companies have facilitated the concentration of polarizing content in swing states (crucial in the US electoral process) during the US presidential elections.<sup>19</sup>

Similarly, in 2021, a research article laid out how profit crucial engagement on social media is driven by out-group animosity – pitting people against each other.<sup>20</sup> On top of this, in 2020, The Wall Street Journal revealed that even though faced by employees again and again with the issue of how divisive the content on the platform actually is, the top executives shut down any efforts to attempt and change this.<sup>21</sup>

There is no shortage of evidence of how corporate power, and tech corporate power more specifically, can affect society if left unchecked. However, when faced with all of this, politicians can still be pressured to put in place new laws or amend old ones that would keep this power in more check than before. Simultaneously, studies can be conducted that test the validity of fears around deplatforming and other practices that enable tech companies to wield dangerous power. What is harder to helm in any way, and one cannot even be sure this should happen, is the zeitgeist, the feelings and ideas that defines one or several decades.

### The Internet is serious business

To say that the hyper optimism towards the potential of the Internet has remained the same as in the 1970s or the 1990s would mean to ignore the evolution of Internet culture during the past two decades. It is, as one might fear, much worse. From the serious expectations that the internet might be a tool used to do good and lead humanity in a new age of enlightenment and borderless cooperation, we are now left with the postmodern take on this.

As the famous (at least online) catchphrase goes, “the Internet is serious business”. This is, of course, used to mock other users in online discussions who might expect too serious things from the Internet. In other words, the feeling of optimism towards this cyber frontier of ours (final or not) still persists but is now imbued with more negativity and bitter cynicism than ever. One can still feel hopeful, but in an ironic way, because the Internet is a dark place, and we are all doomed – but a place that must be protected, nevertheless. Perhaps one of the most well-known cases of deplatforming and the movement around the one deplatformed can provide one with further food for thought, if not with answers.

In 2015 and 2016, the Breitbart and Alt-right provocateur Milo Yiannopoulos scorched earth for Donald Trump and, most significantly, against Hilary Clinton. When the dust settled and Trump took his seat behind the Oval Office on the 20<sup>th</sup> of January 2017, Milo and the movement around him scrambled to figure out what they should do next. Should they become a political party? Should they become a movement with more presence into the offline world? Separate from the societal forces that propelled Trump to power in 2017, Milo and the Alt-right were just useful wielders of Internet power and influence.

When Milo was banned from Twitter, pretty early in the Trump campaign, in 2016, his aura had already started to fade away. His provocateur persona took him as far as getting purged from the Internet almost completely and then

getting him pushed to fringe platforms where his influence dwindled and ultimately faded into obscurity. The same happened to pretty much every outspoken Alt-righter.

The fact remained that more than their support for Trump and the American Republican Party, what drove the counterculture that Milo was representative of was a feeling of spite towards social justice warriors, Hilary Clinton, and an increasingly liberal mainstream culture. But all of this was just a façade. Underneath it all, a deeper feeling was nurtured, that the people they were fighting against were, in fact, destroying the Internet and society with it – an Internet and a society they had no love for anyway. So, simultaneously, the feeling was also that everything was doomed to fail and that nothing is going anywhere. an Internet and a society they had no love for anyway.

The championing of the libertarian form of free speech, where everything should be said at all costs, just because one can, even things that may cause real harm to others, is crucial to understanding both the hopes around deplatforming and why some fear it. Beneath this, there is a strong grip on the Internet’s past and the ideas that defined it - the beautiful promises that were made and that we still insist they are about to be made true.

It might have to do with the American strain of extreme individualism which defined its position against the uniform collectiveness of the Soviet Union during the Cold War. This strain of individualism has become a part of what defines Internet culture today, beyond the US borders. To say everything one wants, no matter how benign or malignant that thing might be, has always been the ultimate differentiator between those who think of themselves as free and those who might not be.

Some decades ago, the Internet’s potential meant speaking truth to power. Telling politicians and corporations to go to Hell. Now, to some it means to say that women who are victims of rape deserve to be so because of how they

behave and choose to look. In the wake of all antiestablishment discourse having exhausted itself and become redundant, we are left with speaking up anything and nothing, against anyone and nobody in particular.

Yet the feeling that deplatforming is an unfair practice persists. Even though we have ample and easily accessible evidence about how rigged the marketplace of ideas really is by algorithms, it is as if none of it matters. Perhaps the same could be said of deplatforming. For what else is there at the core of this hope but the fact the issue might be solved through silencing. It is of course not any kind of silencing and we attempt to formulate it as an extreme solution that forces the tech platforms to do their jobs. But it’s unclear how sustainable the practice is on the long term. Andrew Tate, Donald Trump, Milo Yiannopoulos are only the most popular examples – but the issue remains that out-group animosity and social divisiveness drives engagement and profit on social platforms. But would making the platforms less divisive solve the issue or is this a utopia in itself? Perhaps in half a century from now, the generations to come will look at us from a slightly better democracy or from under a more oppressive system of power and wonder what we were thinking when we imagined that content policing would lead to good things.

