

# Iagttagelse af internettet som medie i organisationer

Af Jesper Tække<sup>1</sup>

**Synopsis** – Artiklen beskriver organisationer i forhold til internettet med særligt fokus på distinktionen mellem sted og rum. Overordnet søger den at udpege, *hvordan forholdet mellem organisationer og medier kan iagttages*. Konkret er medieaspektet eksemplificeret ved *internettet* og organisationsaspektet begrebet *teoretisk*. Artiklen knytter an til *mediesociografi*, der beskriver en syntese af Luhmanns sociologi og den medieteorier der fremstår ud fra Medium Theory. Denne selektion af teoretisk grundlag er kontingent, men tilbyder dels et velegnet begrebsapparat og fordrer dels en iagttagelse af de begreber artiklen selv iagttager ud fra. Herved lukker artiklen ikke problematikken, men åbner den derimod for videre teoretiske og empiriske iagttagelser. Resultatet bliver en række begreber og parametre, hvorudfra man kan iagttage forholdet mellem organisationer og medier eksemplificeret ved internettet.

## Indledning

Denne artikel bygger analysestrategisk på et systemteoretisk og anden ordens kybernetisk epistemologisk grundlag. Dette betyder, at man, hvis man vil iagttage hvordan organisationer iagttager og opererer i og med medier, så må iagttage hvordan organisationerne selv iagttager. Da artiklen iagttager organisationer som kommunikationssystemer, vil man følgende skulle foretage iagttagelser af *kommunikation i medier* og iagttagelser af *kommunikation om medier* i organisationer. Det er også muligt at lave systemteoretisk funderede interviews, der kan iagttage kommunikationen i og om medier i organisationer og følgende i analysen, iagttage interviewet som iagttager af organisationen som iagttager (la Cour et al. 2005). Man kan forestille sig at man som i grounded theory vil kunne opbygge en teori om det sociale og medier i en iterativ proces mellem de tre lag af iagttagelser. Imidlertid er der allerede i litteraturen etableret en række iagttagelser, der kan lede eller forprogrammere de forskelle, man kan iagttage forholdet mellem organisationer og medier ud fra. Dette ikke for at

---

<sup>1</sup> Konferencepaper til: *Violence and Conflict*. The 24th Conference of the Nordic Sociological Association, University of Aarhus, Denmark 14-17 August 2008.

erstatte de tre lag af iagttagelse, men for at knytte dem an til tidligere iagttagelser, der kan skærpe deres dybdeskarphe d og orientering i bredden.

I Luhmanns sociologi (2000, 1999) må teorien selv iagttages som iagttager, hvorfor også de forskelle den iagttager ud fra må iagttages. Jeg vil i artiklen søge at følge dette iagttagelsesprogram og derfor begynde med at udlægge dette iagttagelsesbegreb og anvende det artiklen ud.

Efter udlægningen af iagttagelsesbegrebet vil jeg vende mig mod det sociale og ud fra Luhmann iagttage det som bestående i kommunikation. Organisationer iagttages følgende som systemer der iagttager gennem deres beslutningskommunikation. At se organisationssystemer som en særlig type kommunikationssystemer ligger dels godt som oplæg for empiriske kommunikationsstudier, som artiklen lægger op til, og dels godt for i resten af artiklen, at iagttage tekniske kommunikationsmedier og hvordan sociale systemer som organisationer opererer i dem.

De tekniske kommunikationsmedier vil navnlig blive iagttaget mediesociografisk (Tække 2006). *Mediesociografi* er defineret som beskrivelsen og analysen af det social i relation til de medier det er baseret på. I mediesociografi er der udviklet et begreb om at tekniske kommunikationsmedier har et *kommunikativt rum*, der giver kommunikative muligheder og begrænsninger. Det kommunikative rum består analytisk set af ni *parametre*, der hver tilbyder iagttagelsesmuligheder. Har man beskrevet alle ni parametre har man beskrevet et medies kommunikative rum. Hertil kommer et begreb om at en organisation har en *mediematrice*, der defineres som det kommunikative rum der udgøres af alle de medier organisationen opererer i.

Artiklen kan ikke trænge igennem den kompleksitet der udgøres af organisationers samlede mediematricer og vil begrænse sig til primært at iagttage *internettet*. Mange af de begreber artiklen iagttager igennem er dog principielle og vil kunne anlægges ift. ethvert medie i enhver organisation. Hertil kommer at internettet som digitalt medie bærer selve det digitale medies potentialitet, og at alle medier, bortset fra en række kvaliteter ved face to face interaktion, kan remedieres og bliver remedieret i digitale medier.

Internettet giver et miljø hvori artiklen iagttager organisationer som dobbelt lokaliserede ud fra distinktionen mellem sted og rum. På den ene side opererer organisationer altid et sted, men på den anden side er sted et begreb der kun giver mening

ved en sondring i forhold til begrebet rum (der hvor alle steder er). Med digitale medier fordobles rummets ontologi imidlertid og tvinger organisationer til øget refleksivitet over deres selvfremstilling og koblinger til omverden. Man kan indvende at dette allerede skete med samspillet mellem skrift, vej og hjul, der banede vejen for tidligere civilisationer (Tække 2006). Det er også rigtigt, men med digitale medier bliver geografiske distancer til semantiske distancer, der mere kræver viden og refleksion at overkomme end fysisk og tidskrævende besvær med at transportere (ibid.). Som følge af dette principielle skift vil artiklen prioritere det analyseparameter ift. internettets kommunikative rum, der netop angår *rum*.

Håbet er at artiklen kan bidrage til og berige organisationsstudiers iagttagelse af organisationers orientering i et miljø, der med digitale medier har fået en ny konfiguration.

### **Iagttagelse**

Jeg begynder med begrebet *iagttagelse*, med refleksion over betingelserne for overhovedet at udsige noget om verden. Objektivitet antages ikke at forefindes i den forstand, at en iagttagere står uden for verden og iagttagere den som den er. Iagttageren er en del af verden, hans begreber er en del af verden, hans kausalitetsbegreb og teknologi osv. er en del af den verden han iagttagere, derfor må han kunne gøre rede for hvordan hans iagttagelser iagttagere: "the cybernetics, by entering his own domain, has to account for his own activity; cybernetics becomes cybernetics of cybernetics, or second-order cybernetics" (von Foerster 1995). Ved den tyske sociolog og systemteoretiker Niklas Luhmann foregår iagttagelser uden ontologiske fikspunkter der kvalificerer dem, som nogle, der kan udsige noget normativt om realiteten. Systemteorien er blot et system blandt andre, der beskriver sin omverden. Dette er ikke relativisme, for Luhmann ser med kold logik på hvad en iagttagelse er, og hvad vi med iagttagelse kan konstruere af information. Luhmann har opbygget et system af iagttagelser, der iagttagere iagttagere, men som samtidig kan anvendes til at iagttagere egne iagttagelser.

Hvis man vil iagttagere noget, så må man vælge det ud ved at skelne det fra alt andet. Den forskel man benytter til at isolere iagttagelsesobjektet, er det ikke samtidigt i iagttagelsesøjeblikket muligt at iagttagere, man betegner bare det man ser, og ser ikke samtidig, den forskel der muliggør betegnelsen. Man kan ud fra Luhmann (1998: 170)

definere en iagttagelse som en *skelnende betegnelse*. Luhmann formaliserer sit iagttagelsesbegreb ud fra logikeren George Spencer-Browns formkalkule, som distinktionen mellem indikation og distinktion (Luhmann 1999). Hvis man drager en distinktion, skelnes en markeret inderside fra en ikke markeret yderside, de to sider og distinktionen mellem dem udgør tilsammen en form (form = markeret | umarkeret). Spencer-Browns eksempel er, at der, når man tegner en cirkel på et stykke papir, på en og samme tid fremkommer en inderside (det indikerede), en yderside (den resterende ekskluderede del af verden) og selve forskellen mellem det indikerede og det ikke indikerede (distinktionen). ”| ” er et distinktionstegn, der indikerer en inderside (venstresiden, den under den horisontale del af tegnet) og en yderside (den til højre for den vertikale del af tegnet). Det der skrives på indersiden er det indikerede, mens det der skrives på ydersiden er det ikke indikerede. Hvis man imidlertid krydser distinktionstegnet og også angiver en værdi på ydersiden, får man en refleksionsværdi, der tilsammen med indersiden udgør et begreb for den grundlæggende distinktion en iagttagelse iagttager ud fra.

En iagttagelse er således til at formalisere ud fra formkalkulen som en proces, der ved at skelne, betegner den ene side af en form og ikke den anden. Forskellen eller distinktionen er egentligt iagttageren og den er asymmetrisk, eller bære med andre ord sit motiv i sig, ved netop at betegne den ene og ikke den anden side af formen. Det er et erkendelsesmæssigt problem, at vi ikke samtidig med iagttagelsen, der er en proces i tid, kan iagttage den distinktion der muliggør den. I tråd med Spencer-Brown (1969: 69), der har et begreb i formkalkulen der hedder *reentry* (genindtræden), udlægger Luhmann, hvordan man ved at fortage en ny iagttagelse, kan iagttage den første iagttagelse *refleksivt*. En iagttagelse af en iagttagelse er et reentry af formen *iagttagelse* ind i formen *iagttagelse* og benævnes af Luhmann, en anden ordens iagttagelse.

En anden ordens iagttagelse er dog blot selv en ny første ordens iagttagelse, der er blind for den forskel den selv skelner ud fra. Der er imidlertid en række refleksive gevinster ved iagttagelse af iagttagelse. Først og fremmest kan man nu iagttage den forskel den første iagttagelse benyttede sig af, og dernæst kan man tage stilling dens kontingens. En ny iagttagelse vil dog selv altid og i al evighed være blind overfor sin egen forskel, hvorfor vi erkendelsesmæssigt ender med en uendelig regres af iagttagelser af iagttagelser og ikke med universel viden. Hvis vi imidlertid iagttager de distinktioner

vi anlægger når vi analyserer, har vi mulighed for at iagttage os selv som iagttagere og diskutere de distinktioner vi selv eller andre har anlagt.

### **Beslutningskommunikation – operation og iagttagelse.**

Luhmann (2000) foreslår at sociale systemer kan beskrives som *autopoietiske* (selvproducerende). Dette forslag er det værd at følge, da det i analyser netop fokuserer iagttagelserne på det sociale og ikke på individer og deres tanker. Hvis man vil iagttage et autopoietisk system, må man ud fra det fremlagte iagttagelsesbegreb iagttage hvilken grundlæggende distinktion, det selv iagttager sin omverden ud fra. Luhmann (2000) foreslår at sociale systemer iagttager deres omverden gennem *kommunikation*. Luhmann (2006) foreslår videre, at organisationer er en særlig form for sociale systemer, der kommunikativt iagttager gennem *beslutninger*. Luhmann beskriver teoretisk kommunikation som det medie alt socialt producerer og reproducerer sig i (Luhmann 1999: 201). Strukturer i det sociale består af hvad der før er kommet i stand gennem kommunikation og lader sig kun ændre gennem nye kommunikationer. Kommunikation skal forstås i en særlig definition hvor alt der kan selekteres en *forståelse* i forhold til, som en skelnen mellem *information* og *meddelelse* må medregnes (Luhmann 2000, Tække 2006b). Et kommunikativt *element* kan formteoretisk beskrives som forståelse = information | meddelelse.

Luhmann (1990, 2000) beskriver endvidere sociale systemer som *meningssystemer* ud fra den Husserlske iagttagelse, at *mening* kan iagttages som distinktionen mellem aktualitet | potentialitet, således at det aktuelle bliver meningsfyldt når det sondres fra det potentielle. I kommunikationen accepteres eller negeres meningsforslag, således at systemets kommunikationshistorie efterhånden vil give systemet en horisont eller potentialitet at sondre det aktuelle i forhold til.

Alle elementer (operationer) kan tilskrives en basal selviagttagelse, nemlig at de er elementer i systemet, hvilket de er hvis der knyttes an til dem af efterfølgende elementer (Luhmann 2000, Tække & Paulsen 2008). Hertil er der nogle kommunikationselementer, der eksplicit iagttager systemets kommunikation, nemlig de selvrefleksive kommunikationer (Tække 2008). Indenfor denne kategori falder udsagn som: *Kunne du ikke have ringet i stedet for at maile*, eller, *den tone skal du ikke tale til mig i*. Der er endnu et operationsniveau der iagttager, nemlig refleksion, der også

benævnes selvtematisering, hvilket er det plan, hvor systemet indfører beskrivelser af sig selv i sig selv, i sammenligning med omverdenen (ibid., Luhmann 2000, 1982). Det første plan, der kun basalt iagttager, er operationsplanet hvor man fx ringer og spørger en kollega til råds, på det næste plan gøres fx opringningen selv til tema eller iagttagelsesobjekt og på det sidste beskriver man selve systemet, fx som et hvor man altid ringer til hinanden. Det første plan er operationsplanet hvor der produceres kommunikation *af* et eller andet *i* et eller andet medie. På det næste plan produceres der kommunikation *om* et eller andet *i* et eller andet medie. På det sidste plan produceres der kommunikationer *om selve systemet*, dette stadig i et medie.

Organisationssystemer iagttages som beslutningssystemer og i dem skal man være *medlem* for at kunne bidrage til kommunikationen. Hvem der skal være medlemmer er også en beslutning. En beslutning kan i Luhmanns (2006: 132 – 137) optik iagttages ud fra to distinktioner. Den første distinktion skelner alternativer (den markerede side) fra resten af verden (den umarkerede side). Den anden distinktion skelner indenfor den første distinktions markerede side, mellem det selekterede alternativ og de øvrige ekskluderede alternativer: Selekeret alternativ | uselekerede alternativer | resten af verden (Tække & Paulsen 2008).

Beslutninger omdanner åben kontingens mht. sociale forventninger til fikseret kontingens mht. sociale forventninger (Luhmann 2003: 38). De opstiller en horisont af alternativer og fremtvinger et valg mellem dem, fx mellem forskellige fremtidsscenerier. Da beslutninger er en form for kommunikation, bestemmes deres status af at være beslutninger, kun via positive anknytninger af nye kommunikative bidrag og handlinger. Det må således ustandseligt besluttet om en beslutning nu var en beslutning. Derfor er det kun retrospektivt det kan fastlægges om der er taget en beslutning: ”*Vi vil altid tale om beslutning, når og for så vidt den mening, en handling gives, reagerer på en forventning, der er rettet mod denne handling*” (Luhmann 2000: 346). En handling er således kun besluttet handling, når den mening den tilskrives retter sig mod en i kommunikationen skabt forventning.

Luhmann (2006) arbejder også med et begreb for beslutninger om beslutninger, nemlig beslutningspræmisser. Sådanne genovervejes ikke, det vil sige, at der ikke igen vælges mellem de alternativer, der i sin tid blev medkommunikeret, da de blev besluttet, (selvom dette dog er muligt, så er de bare ikke beslutningspræmisser mere, men kun

beslutninger). Beslutningspræmisser fastlægger ikke *hvad* der besluttes, men reducerer kompleksitet, ved at fastlægge *hvordan* der besluttes. Luhmann (ibid.: 145) sondrer mellem besluttede og ikke besluttede beslutningspræmisser. Af de beslutningspræmisser der er besluttede nævnes tre typer: programmer, personale og kommunikationsveje (ibid.: 232) (se Tække & Paulsen for en uddybning).

I forhold til ubesluttede beslutningspræmisser er hovedbegrebet *organisationskultur* (Luhmann 2006). En sådan kan forstås som de tendenser, vaner og ritualer, samt grundlæggende, men ikke ekspliciterede antagelser som sammen med de besluttede beslutningspræmisser leder organisationers beslutninger (ibid.). De ubesluttede beslutningspræmisser kan dels iagttages som en del af baggrundskulturen, som operationer og semantikker organisationen deler med dens sociale omverden, dels som måder, metoder, vaner osv., der nok er blevet besluttet engang, men som for længst har mistet deres beslutningsaktualitet. Begge typer har det til fælles, at organisationen ikke er reflekteret om dem. (Tække 2008).

Organisationens form kan sammenfattes som: beslutninger | beslutningspræmisser (Tække & Paulsen 2008). På denne baggrund kan organisationsanalytikerens i denne artikels perspektiv iagttage organisationers kommunikationer i og om medier, som operationer og beslutninger herom. Operationerne iagttages som den besluttede måde organisationer anvender medier på. Kommunikation om mediebrugen iagttages som refleksivitet og refleksion, der måske, måske ikke fører til nye beslutninger om mediebrugen. Det kan videre iagttages om beslutningerne følger besluttede eller ikke besluttede beslutningspræmisser.

Iagttager man fx, at man i organisationen anvender Messenger når man rådspørger hinanden om udførelsen af bestemte arbejdsopgaver, kan man konkludere at denne praksis er besluttet. Videre iagttages det om denne beslutning virker som beslutningspræmis for andre beslutninger, således at man i organisationen i tvivlsspørgsmål som regel rådfører sig via Messenger, før det besluttes at gøre det ene eller andet. Hertil iagttages det om denne beslutningspræmis er besluttet eller ubesluttet, altså om denne praksis er foreskrevet af ledelsen eller blot er en ubesluttet tendens. Alt efter formålet med organisationsstudiet kan resultatet blot noteres som værende iagttaget, som *state of the art*, eller man kan gå videre og analysere om organisationen er reflekteret over denne praksis, om man har overvejet alternativer og hertil om den overhovedet er

hensigtsmæssigt. Iagttagelse og refleksion over hensigtsmæssigheden kræver en iagttagelse af hvordan kommunikation influeres af de medier dens operationer dannes i og løber igennem, hvilket igen fordrer en teori om iagttagelse af medier. Denne analyse kan foretages af såvel organisationen selv som af forskere udefra, der iagttager organisationen.

Spørgsmålet som denne artikel bearbejder, nemlig hvordan man kan iagttage forholdet mellem organisationer og medier, kan nu respecificeres til, hvordan man kan iagttage organisationers kommunikation *i* og *om* tekniske kommunikationsmedier.

### **Iagttagelser af internettets kommunikative rum**

Internettet iagttages ikke som et autopoietisk system (selvom det har været foreslået af Andersen 1998), det producerer ikke selv en art elementer eller operationer, der reproducerer det som system (Baecker 2000). Internettet er altså ikke selv en iagttager men en del af omverdenen for organisationer. Dette er imidlertid ikke en nedvurdering af medier, da omverdenen i Luhmanns systembegreb (system | omverden) netop er en uundværlig komponent i sondringen, der hører med til systemets form (Luhmann 1997: 67). For at analysere tekniske kommunikationsmedier som en uundværlig del af sociale systemers omverden vil jeg nu knytte an til begrebet det kommunikative rum. I Tække (2006) videreudviklede jeg begrebet, inspireret af Finnemann (1997) og Meyrowitz (1985), så det ud fra ni parametre, så at sige måler et teknisk kommunikationsmedies aktuelle sociale potentialitet. Antallet og udformningen af parametrene er kontingent, men dog resultatet af flere års studier af Medium Theory og kommunikationsstudier af uformelle organisationer på internettet ud fra en Luhmann inspireret analysestrategi (Tække 2006). Jeg vil i det følgende, først præsentere de ni parametre kort og generelt, og derefter mere grundigt og specifikt anvende dem, til iagttagelse og refleksion over organisationers forhold til internettet.

1. *Pris*, er et parameter der iagttager om det økonomisk kan betale sig at investere i et givent medie.
2. *Sværhedsgrad*, iagttager om mediet udelukker mange ved at være svært tilgængeligt.
3. *Direktionalitet*, iagttager hvilke muligheder og restriktioner mediet giver i forhold til hvem der kan sende og modtage meddelelser.
4. *Tid*, iagttager om mediet er synkront, asynkront, eller nær-synkront.
5. *Lagring*, iagttager mulighederne for at gemme meddelelser.
6. *Genfindning*, iagttager mulighederne for at kategorisere,

systematisere og genfinde meddelelser. 7. *Remediering*, iagttager sociale og psykiske konsekvenser ved reproduktion af allerede værende sociale aktiviteter i nye medier. 8. *Form*, iagttager hvilke meddelelsesformer der kan instantieres i mediet (in-formere det) fx billede og lyd. 9. *Rum*, iagttager hvilke spatiale konsekvenser mediet har for organisationens ekstension såvel i virtuel - som i geografisk forstand.

## **Pris**

Dette parameter iagttager primært ud fra distinktionen dyr | billig, altså hvor selektivt er mediet ift. økonomi. Dette har betydning for hvor mange og hvem der kan deltage i samfundets produktion og reproduktion i et givent medie. Dette giver en sociologisk distinktion mellem inklusion | eksklusion. Organisationer kobler sig til funktionssystemet økonomi med mediet penge og koden der går på om noget kan betale sig | ikke betale sig (Tække & Paulsen 2008).<sup>2</sup> Organisationer må dels være reflekterede over hvilke internetmedier de vil spendere kostbar opmærksomhed på hvortil de må overveje indkøb af hardware, software og support. Hertil må organisationen ud fra dette iagttagelsesparameter overveje hvor inklusivt mediet er ift. dem man gerne vil kommunikere med fx forbrugere, borgere, massemedier, interessenter, aktionere, meningsdannere og medlemmer.

Ud fra Castells (2003) kan distinktionen *space of flows* | *space of place* stilles op. Space of flows beskriver hvordan de mest urbaniserede og velhavende steder i verden er tæt forbundet informationsteknologisk, samt hvordan de er mere forbundet til hinanden ift. såvel økonomi som kommunikation, end de er med deres opland og nation. Beslutninger, udvikling, profitmaksimering, trends osv. skabes her i dette digitalt understøttede netværk af metropoler. Det giver en verden med to klasser af mennesker, de der lever i space of flows og de der lever udenfor. Danmark er som et stærkt urbaniseret vældfærdssamfund placeret solidt i space of flows. Vi er som helhedsbetragtning del af en eksklusiv klub udgjort af de 20% af verdens befolkning der december 2007 var koblet til internettet ([www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)). I 2007 havde hele 83% (Dansk statistik) i Danmark adgang til internettet, mens tallet for Afrika som helhed til sammenligning kun var 4,7%. At hele 83% af den danske befolkning havde tilgang til

---

<sup>2</sup> Organisationer kobler sig til alle samfundets funktionssystemer og selvfølgelig ikke kun til det økonomiske, fx skal alle organisationer følge loven.

nettet betyder dog ikke, at alle disse mennesker overhovedet har de uddannelsesmæssige forudsætninger, der skal til for at overkomme de semantiske distancer i cyberspace, eller overhovedet gider anvende internettet til at surfe på organisationer. Alligevel synes det sandsynligt at det kan betale sig at investere i internettet, hvis ens interesser lever i Danmark eller andre steder i space of flows – og det gør de næsten altid for det er jo her købekraften befinder sig.

Man kan dog også som ekskurs krydse distinktionstegnet, og se, at de steder (space of place), der ligger inden for space of flows er befolket med mennesker, der er *spændt ud*, fordi de skal være til rådighed (online) døgnet 24 timer, og leve op til de normer og trends der hersker i space of flows, samtidig med at de skal have mere fysisk betingede relationer til familie og venner i space of place (Rose 2005), hvor der af generationsmæssige, økonomiske og kulturhistoriske årsager kan herske konfliktende normer. Dette kan iagttages arbejdspsykologisk og være en vinkel organisationer kan forholde sig til stress ud fra - måske er der en korrelation mellem stress og det altid og alle steder at skulle være til rådighed? Man kan dog også iagttage fænomenet som den naturlige ombrydning af normer som nye medier medfører (Meyrowitz 1985).

### **Sværhedsgrad**

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen let] svær tilgængelighed, her ved forskellige internetmedier. Igen er det mediets selektivitet der er på spil. Spørgsmålet er om mange ekskluderes fra at deltage i samfundets reproduktion på internettet, fordi det er svært at gennemskue og håndtere. Internettet er svært tilgængeligt, man må kunne læse og også gerne kunne skrive, samt have tjek på computerens håndteringsegenskaber, samt på de konkrete applikationer man vil anvende. Hertil kommer, som Meyrowitz (1985) påpegede mht. læsning, at kendskabet til den basale kode, ikke betyder at man kan læse og forstå mere komplicerede tekster, hvilket betyder at de semantiske distancer i cyberspace ekskluderer mindre uddannede i analogi med fagbøger.

Organisationer må også forholde sig til sociale koder, altså til at der er forskellige genre, normer, semantikker dels i forskellige internetmedier og dels indenfor forskellige grupperinger med forskellige interaktionshistorier bag sig i samme medier. Velkendte eksempler er e-mails, Usenet newsgroup posts og weblogs, der ikke lever op til respektive nettiketter, FAQ'er, fundater og derfor skader mere end de gavner. I weblogs

skal man fx i mange grupperingers øjne linke til kilder, også når det ikke styrker ens egen sag eller mening og dertil opdatere dagligt (Blood 2002). Dette er et mere sociologisk lag af koder der skal afkodes af organisationer, hvis de vil inkludere sig i kommunikationen på internettet – der i kroppens fravær er noget mere selektivt, rigidt og uddifferentieret end kommunikation i situationer med fysisk nærhed, selv om sådanne indimellem kan være mere risikable at være i, da man kan blive udsat for fysisk vold hvis man ikke lige kan finde tonen.

### **Direktionalitet**

Dette parameter iagttager ud fra en distinktion mellem sender | modtager. Man kan dels iagttage om det konkrete internetmedie giver mulighed for en til en, en til mange eller mange til mange kommunikation. Dels kan man iagttage tilgangen til informationer ud fra ejerskab til dem (Jensen 1999). Internettet giver som digitalt medie mulighed for alle tænkelige mønstre, men også alle muligheder for at begrænse folks mulighed for at bidrage til kommunikation, samt for at få adgang til information. Spørgsmålene for organisationer er internt hvem der skal vide, hvem der ikke behøver at vide, hvem der absolut ikke må vide og ligeledes hvem der skal kunne svare tilbage og hvem der ikke skal eller behøver. Dette er således et spørgsmål om hvordan medier konfigureres til at mediere magt i organisationer (Tække 2008c). Fx må regler og retningslinjer mht. direktionalitet for vidensdeling overvejes, hvem må forstyrre hvem. Eksternt må organisationer overveje, fx restriktioner i corporate blogs ift. hvem der internt og eksternt må skrive kommentarer, lægge foto ind, altså om det skal kræve medlemskab at deltage, samt hvilket signal beslutningen herom vil sende.

### **Tid**

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen reversibel | irreversibel. Spørgsmålet er om tiden opfattes lineært fremskridende, men punktuert, eller som en vedvarende mulighed for at opleve og altså med muligheden for modifikation (Luhmann 1999b). Har organisationen anlagt en corporate blog, må den vedvarende opretholde sin identitet ved at producere nye indlæg. Den må vedvarende skabe sig selv. Samtidig glider historien bestående af tidligere bidrag som punkter i tiden bagud, som dokumenter der senere kan

granskes. Hertil må medarbejdere dagligt skabe og opretholde deres identitet og position på mailinglister.

Under dette parameter er også distinktionen mellem om kommunikationen er synkron | asynkron, hvor det nærsynkron hæfter sig på ydersiden af distinktionstegnet. Hvor fx internetkonferencer på Skype er synkron, mailinglister og weblogs er asynkron og chat er nærsynkron. Synkron kommunikation giver dårlig tid til refleksion over hvad man skal sige og mene og gør det også ualmindelig svært at afstemme holdninger fx med ledelsen. Organisationer må overveje tidsaspektet såvel ift. intern som ekstern kommunikation. Internt fx ift. vidensdeling, skal den både fungere synkront og asynkront? Hvor meget og hvornår må man forstyrre hinanden og hvad giver den bedste vidensdeling en wiki der jo er asynkron eller Messenger der er nærsynkron (men som kræver lige så meget opmærksomhed som et synkront medie). Ikke kun Henry Fords berømte transportbånd, men også tekniske kommunikationsmedier er teknologier som man kan søge at styre tiden i organisationer med (Tække 2008c). Og dette med indflydelse på stressniveau, vidensdelingsniveau, kvalitetsniveau og produktionstid. Her er distinktionen tid nok | ikke tid nok til opgaver til de opgaver der forventes løst.

Det er ikke kun den digitale kalender som andre kan tilgå der kan kontrollere og dominere hvordan tiden anvendes i organisationen, men også brugen af medier lige fra mødet, samtalen, telefonopkaldet og altså hertil vældet af internetmedier.

## **Lagring**

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen bevaring | sletning. Man må skelne mellem hvad der skal præserves til senere reproduktion og hvad der ikke skal. Dette er intet simpelt spørgsmål, hvortil der også løbende må ryddes ud i lageret, opdateres og måske omkategoriseres. Den elektroniske tekst har overtaget funktionen som lagermedie fra den trykte (Finnemann 2005). Internettet byder på mange muligheder for lagring, men for organisationer er det dog først og fremmest intranetbaserede arkiver, der er af interesse ift. lagring af viden, dette dog med mulighed for passwordbeskyttet adgang via internettet (direktionalitet).

En gammel og grundlæggende distinktion er mellem rumbias | tidsbias (Innis 1991). Et medie har tidsbias hvis det er svært at transportere (eller ikke kan distribuere sit indhold i rum) og også tenderer mod at være svært eller umuligt at opdatere, så det virker

konserverende på samfundet. Et medie har rumbias hvis det er relativt let at transportere (eller kan distribuere sit indhold i rum) og opdatere, så det virker destabiliserede på samfundet (Innis 1991). Internettet har et stærkt rumbias, informationer opdateres med lysets hast og samtidigt forskelligt forskellige steder. At lagre digitalt betyder at originalen ligger i et dynamisk digitalt lager og kan printes ud på papir og/eller distribueres digitalt efter behov både mht. version, antal og udformning i det hele taget. Organisationsstudier kan iagttage om organisationen er opmærksom på at opdatere sine lagrede informationer, om den har flere lagre fx placeret på forskellige servere forskellige steder og om disse synkroniseres. Dertil kan det iagttages om den har besluttet procedurer for hvad der skal slettes, hvad der skal gemmes og for hvornår og hvad der skal opdateres.

### **Genfinding**

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen relevant | irrelevant (Paulsen 2001). Evolutionen af tekniske kommunikationsmedier er også historien om løskobling af genfinding fra interaktion, geografi, hierarki, begrænset antal kopier etc. Med de digitale medier og den immanente konsultative interaktivitet bliver tekstbaseret søgning propeleret ud som en almindelig del af enhver internetbrugers hverdag. Det digitale medies funktionelle arkitektur kan simpelt hen beskrives som en søgestruktur. Alle processer er baseret på tekststreng på planet for det binære alfabet, såvel det som lagres og kan kaldes frem, som det der kalder. Man kalder noget frem ved at indtaste et *kald* i naturligt sprog i en applikation, hvorved man via det semantiske plan instruerer og udløser kombinationer af algoritmisk styrede processer der søger i lageret, ved at matche ud fra kriterier. Hele lageret, den binære tekst, er synkront manifesteret i lageret og dermed tilgængeligt (Finnemann 1999). Computeren og internettet er similærer fordi princippet med *processor – bus – lager* og *klient – ledninger – vært* er det samme (Andersen 1998). Med søgemaskiner kan man ikke bare søge på enkelte ord, men på hele sætninger, man kan specificere sprog, at visse ord ikke må indgå i svaret osv. Mediet har således en enorm potentialitet for genfinding, men kan samtidig netop derfor give kaotiske genfindingsforhold, hvis ikke dels selektionen for hvad der lagres og opdateres vedvarende er objekt for refleksion. Er det fx vidensdeling der er i fokus, iagttages det om organisationens praktikker for vidensdeling er samstemt med dens praktikker for lagring og søge muligheder.

## Remediering

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen mellem kommunikation i det ene medie | kommunikation i et andet medie. Det udgør i sig selv et alt for stort emne til at kunne tages op her, men man kan tænke på McLuhans aforisme: The medium is the message. Det mest berømte eksempel er at biblen har givet forskellig resonans i samfundet i forskellige medier (se fx Meyrowitz 1985, 16). Digitale medier er de første, der både gør meddelelser mulige at percipere udenfor naturlig fysisk interaktionsradius og samtidigt muliggør lagring af dem i den samme form (Aarseth 1993). Dertil kan alle tidligere tekniske kommunikationsmedier remedieres i digitale medier.

Spørgsmålet er her om remedieringen af fx vidensdeling fra face to face interaktioner til interaktivitet med et medie som fx en weblog eller en wiki fungerer. Er der fx overensstemmelse mellem organisationskulturen for vidensdeling og beslutningen om at indtaste sin viden i en wiki?<sup>3</sup> Bliver beslutningen fulgt (besluttet)? Bryder man med at folk spontant spørger deres sidemand? Og er det godt at man ikke mere forstyrrer hinanden, eller holder man op med at forstyrre hinanden fordi man kan slå op på wiken? Eller anvender man simpelthen bare ikke wikien? Et andet vigtigt spørgsmål ift. vidensdeling er ift. distribution af identitet, på den ene side kan nogle være betænkelige ved at få deres navn på sort og hvidt på et vidensdelingsdokument, for hvad nu hvis det ikke er helt rigtigt, dette kan hæmme vidensdeling. Dertil kan der være et spørgsmål om manglende tillid til informationerne hvis ikke man kender forfatteren til videndelingsdokumentet, hvortil manglende distribution af forfatterdata kan holde endnu andre fra at ville ud med deres viden. Disse iagttagelser må man gøre sig i organisationen og reflektere dem op imod organisationskulturen for at komme til klarhed om hensigtsmæssigheden i mediebrugen. Ligeledes kan man forfølge andre spørgsmål der cirkler omkring det at remediere, fx ift. meddelelser fra ledelsen, uddeling af arbejdsopgaver og evaluering.

## Form

Dette parameter iagttager ud fra distinktionen mellem form | medie. Det lingvistiske alfabet kan kun bruges til at give lingvistiske repræsentationer, mens det *informationelle* (det binære) kan repræsentere multiple semantiske regimer. Både fonetiske, alfabetiske,

---

<sup>3</sup> Man kan mene at viden er noget der er i hjernen på folk og at denne viden kan føres ned i et dokument og forstås af andre, men man kan også mene at viden er noget der opstår i mødet mellem folk og kun eksisterer i relationer. Sammenlign fx Nonaka (1995) og Stacey (2001).

piktografiske og musiske regimer – og endda samtidigt. Altså er computeren en multise­mantisk maskine (Finnemann 1999).

Spørgsmålet er her hvordan organisationens informationssystem lader sig håndtere ift. såvel produktion som reception. Det er ikke sværhedsgraden ved kodningen der er i fokus her, men hvilke muligheder mediet tilbyder for at repræsentere. Hvordan er dets interface, hvilke muligheder giver det og hvilke udelukker det, kan man skulpturere og håndtere det man har brug for? Eftersom det digitale medie kan remediere alle tidligere medier skulle det i princippet ikke være dets potentialitet der står i vejen for realiseringen af nogen former for kommunikation udover face to face interaktion. Altså hvordan udnytter organisationen mediets potentialitet i sin organisation?

## Rum

Som lovet i indledningen vil jeg gå mere i dybden med dette parameter end med de andre. Diskussionen af rum tager udgangspunkt i striden mellem relationisme og absolutisme, der kan følges helt tilbage til forskellen i Platons (1940) og Aristoteles' (1947) iagttagelser af rum. Først med Platons *Timaus* skabes et abstrakt begreb om rum, *chora*, som altings amme, eller den beholder hvori fænomenerne fremtræder, eller hvor ideerne, med andre ord, får stoflighed til deres form. Allerede Aristoteles opponerede dog mod denne opfattelse, hvor rummet udgør en selvstændig dimension og han ville herimod kun tale om sted og relationer mellem steder. Diskussionen gentages herefter i århundrede fx med Newton (1973) som fortaler for absolutismen med hans *absolut space* og Leibniz (1973) som fortaler for det relationistiske perspektiv med sin monadologi. En formanalytisk udlægning af absolutismen vil finde distinktionen sted | rum, mens man i relationismen finder distinktionen sted | andre steder. I diskussionen om hvad det virtuelle er som rum, kan det være nemmere, og ikke mindst tættere på internettets fysiske arkitektur, at omtale det som relationer (forbindelser) mellem hukommelse, processor og tastatur i den enkelte computer, samt mellem computere og servere ift. internettet. Heroverfor er absolutismen, hvorudfra der er websteder i et cyberspace, en iagttagelse, der kan gå ud over en transmissions kommunikationsmodel og også indfange cyberspace som et særligt kommunikativt rum.

Med Kant (2002) flyttes fokus til vores erkendelse, hvori rum sammen med tid er selve de erkendelsesformer som verden fremtræder for os i. Vi giver i denne teori rum til verden for at erkende den, men samtidig opterede Kant dog for, at rummets beskaffenhed

måtte svare til det rum som Newton havde beskrevet så overbevisende, hvorfor han i dette perspektiv må ses som absolutist. Med fænomenologer som Merleau-Ponty og Heidegger bliver det de subjektive og kropslige indtryk, der kommer til at beskrive hvordan vi opfatter rummet. Formteoretisk kan Kant udlægges sådan, at distinktionen han iagttager ud fra er menneskelig opfattelsesevne  $\lceil$  ekstern realitet. Denne distinktion bevares af fænomenologerne dog med den forskel, at opfattelsen af rummet varierer fra den ene person til den anden, så vi ikke matematisk som en robot opfatter det omgivende rum, men er født ind i det, således at kroppen ses som vores gearthed på verden.

Jeg vil foreslå distinktionen cyberspace  $\lceil$  geografisk rum, der spiller på, at cyberspace som parallelt rum, giver en anden form for udstrækning end det geografiske rum (Tække 2002). Idehistorisk set er der en slående analogi i udviklingen på begge sider af distinktionstegnet: Det første rumbegreb, *Chaos*, stammer fra mytologien, hvor verden og dens skabninger var skildret som animeret af guder i et dystert kosmos (Hesoid 1979). *Cyberspace* stammer fra science fiction litteraturen (Gibson 1992) i et ligeledes dystert univers. Distinktionen mellem absolutisme og relationisme ligger også hele tiden og lure i diskussionen om hvad cyberspace er. Dette kan forstås ud fra den vanskelige retoriske øvelse det er at postulere eksistensen af noget, der ikke kan sanses i sig selv. "Det eksisterer altid, det kan ikke tilintetgøres, det giver alt Plads, der fødes, men selv begribes det uden Sansning ved en Slags uægte Ræsonneren og er vanskelig at tro paa" (Platon 1940: 65). Dette citat kunne lige så godt have været brugt om det virtuelle rum som computere og internettet udgør ontologisk grundlag for (Jacobs 2007).

Som med rum således også med cyberspace, fokus flyttes fra distinktionerne, der anlægges i absolutismen og relationismen med den kantianske iagttagelse, fordi det i denne optik er os, der giver rum til det vi perciperer, samtidig med at det er perceptionerne der lader os iagttage verden som den er. Newtons absolut space og Euklids geometri er grundlaget for den rene a priori erkendelse af rum, der igen virker som betingelse for apriorisk syntetisk viden. Selvom Kant således må ses som absolutist, flyttes fokus altså til distinktionen mellem indre erkendelse og ydre realitet. Her kommer fænomenologien ind i billedet, Husserl bestemmer ikke begrebet fænomen som tilsynekomst i Kants betydning, der lader forstå, at der er noget bagved fænomenet (tingen i sig selv, her det absolutte rum). Fænomenet er for Husserl virkeligheden selv,

således som den viser sig for os som bevidsthedens intentionelle indhold, hvorfor lededistinktionen for Husserl må siges at være bevidsthed | verden.

Med de senere fænomener flyttes fokus til distinktionen mellem inkorporeret bevidsthed | situeret kastethed i verden (historien, samfundet, sproget, teknologien, kulturen etc.). Vi er evolueret i, og derfor kropsligt tilpasset, det geografiske rum. Her navigerer vi rundt via vores bevægeapparat og sanser, og forfølger vores intentionelle objekter. Heroverfor fremtræder cyberspace som et anderledes rum, hvor vi nok stadig kan følge det intentionelle objekt, men kun via computerens håndteringsredskaber i et landskab hvor distancer ikke er geografiske, men semantiske. Hvor det geografiske rum er heliocentrisk er cyberspace geocentrisk, da vi ikke i dette rum bevæger os gennem verden, men verden derimod hele tiden genereres omkring os, således at vi med vores semantiske kendskab bevæger steder i cyberspaceverdenen hen imod os. Med Luhmann, der ser sociale systemer, herunder også organisationer, som selvrefererende systemer parallelt med psykiske, kommer organisationernes iagttagelse af cyberspace i fokus. Hvordan kommunikerer organisationer i medier og hvordan kommunikerer de om medier? Dette er en distinktion mellem operation | semantik, der lader iagttageren iagttage hvor langt de er reflekterede over deres besluttede og ubesluttede beslutningspræmisser ift. cyberspace (se Tække 2008 om denne distinktion). Tydeligvis er der mange intentionelle objekter - ting og aktiviteter - der vinder genklang, begær og interesse i organisationer, fx i målprogrammer, der kun eksisterer i cyberspace. Oplevelsesmæssigt forsvinder afstanden mellem krop og skærm, på samme måde som afstanden forsvinder mellem tv og seer, man opfatter kun i det rum mediet formidler. Tiden og landskabet holder individer langt fra hinanden adskilt i det geografiske rum, de kan korrespondere, men ikke interagere. I den mest udvidede form for teknisk understøttet socialitet transcenderer de psykiske systemer det geografiske rum og befinder sig dermed, som kommunikant, percipant og arbejder i cyberspace, efterladende deres krop i det geografiske rum. Ikke bare det geografiske rum, men også det biologiske system bliver sekundært under opholdet i cyberspace. Det psykosociale arbejdsmiljø påvirkes logisk set af cyberspaceinteraktionen, men hvordan? Kroppen med dens hjerne, sanseapparat og bevægeapparat er stadig basis for psykiske og sociale systemer, men er ikke længere tilgængelige for interaktionspartneren. Hvad dette betyder for individer var jeg inde på i pris-parameteret ud fra Castells.

Ud fra en Heideggersk tankegang, kan man sige at vi ikke kan sætte os udenfor cyberspace når vi er der, og videre at det værendes væren i cyberspace befinder sig inden for andre rammer end i det geografiske rum. Heideggers værensfilosofi, hvor potentialitet ikke længere blot betyder muligheden for tilsynekomsten af evige former, retter fokus på processer. Hvis teknologien er ready-to-hand, vil man kunne udfolde sig i cyberspace og indfri de intentioner man kan have i forhold til dette rums muligheder. Hvis teknologien derimod opleves som present-at-hand, vil man flytte sit fokus fra den intenderede proces, til selve cyberspaces tekniske fundament og føle sig begrænset og måske fremmedgjort. På denne baggrund må organisationers brug af medier matche med organisationskulturen, eller organisationskulturen må udvikles til at matche den nye informationssituation så normer kommer til at passe til den tilgængelighed cyberspace som allesteds og tids nærværende rum giver.<sup>4</sup> Dette gælder ikke bare psykosociale aspekter, men også organisatoriske muligheder for ekspansion og måske under ét.

Fuchs (2008) iagttager fx internettet ud fra distinktionen konkurrence] kooperation, der udlægges som to modstridende kræfter, der slås om herredømmet i cyberspace, som en videreførelse af klassekampen i samfundet. Wikipedia fremhæves som eksempel på kooperation hvor informationer stilles gratis til rådighed og forhandles kollektivt, mens andre som Google mere skjult, ved at opnå monopol på forskellige tjenester, kan tjene penge på laverer klassers produktion af indhold. Dette er endnu en iagttagelse af den anderledes modus der må lægges for dagen for at opnå målopfyldelse i cyberspace.

Mennesket er ikke mere frit i oplevelsesrummet cyberspace end i det geografiske oplevelsesrum. Mennesket kan ikke sætte sig udover den individuelle socialisationshistorie, sprogvesnet, kulturen, historien og teknologien i noget rum overhovedet. Hvis vi griber tilbage til Kant med citatet: "Rummet er en nødvendig a priori forestilling, der ligger til grund for alle ydre anskuelser." (Kant 2002, 65 §2 B38), men tager in mente, at vi ikke som Kant kan gå ud fra, at rummet udenfor os tilstrækkeligt kan belyses som Newtons absolutte rum, og opløser denne inkongruens i den fænomenologiske analyse af det oplevede rum, bliver rum stadig menneskets anskuelserform overhovedet sammen med tid. Med radio og tv befandt mennesket sig for

---

<sup>4</sup> Se Meyrowitz (1985) eksemplariske analyse ud fra Goffmans distinktion mellem fornt stage] back stage ift. den nye informationssituation som tv-mediet gav i 60erne.

første gang i et parallelt rum i forhold til det geografiske rum. Det parallelle rum cyberspace emergerer på basis af det geografiske rum og eliminerer dette, når man er i det parallelle. Det geografiske rum forsvinder i betydningen afstand som det tager tid og måske risiko at overvinde. Cyberspace etableres teknisk, men teknikken forsvinder oplevelsesmæssigt, hvorfor det parallelle rum bliver en ny beholder for socialitet, en ny omverden for bevidstheden. De psykiske systemer er stadig placeret med deres biologiske systemer i det geografiske rum, men hvis den menneskelige intentionalt er vendt mod det geografi eliminerede rum, eksisterer det ikke som andet end anskuelsesform. Vores bevidsthed perciperer i formerne tid og rum, selvom vi lukker øjnene og lader os føre gennem naturbeskrivelser af en fortæller i radioen. Når organisationer kan opnå deres mål i cyberspace, bliver også dele af organisationers ekstension parallel til det geografiske rum. Organisationer får en virtuel ekstension hinsides det geografiske rum og må i forskelligt omfang reproducere sig med cyberspace som rum. Det forholder sig således, fordi en række funktioner og mål kun kan realiseres i cyberspace.

I almindelighed, men også i litteraturen (fx Negroponte 1995) kan man finde distinktionen virtual space  $\bar{\quad}$  real space. Med den kan man iagttage cyberspace og den væren der er i dette rum som noget uvirkeligt. Det er dog tydeligvis ikke det Negroponte selv mener, og det virker da også klart, ud fra distinktionen geografisk rum  $\bar{\quad}$  cyberspace, at *virtuelt* ikke ift. cyberspace, betyder noget ikke realt. Men denne distinktion anvendes dog stadig, når der stilles skarpt på, at eksistens i cyberspace i bedste fald er eskapisme og tidsfordriv og i værste fald er virkelighedsforvrængende.

Ud fra Baym (2000) kan man pege på distinktionen online  $\bar{\quad}$  offline, ikke for at understreje forskellen på denne distinktions to sider, men for at understreje, at der er et reentry på begge sider af distinktionstegnet. Cyberspaceværen og væren i det geografiske rum er ikke ud fra denne distinktion så afskærmet fra hinanden som cyberspace  $\bar{\quad}$  geografisk rum lader os iagttage. Mailinglister og andre online aktiviteter virker i samklang med administrationsmøder og andre offline aktiviteter i Kooperationen på arbejdspladser. Reklamer online virker ligeledes i samklang med offline-salg (og omvendt), hvortil sociale fællesskaber offline, der holder organisationsmedlemmer glade understøttes af online aktiviteter. Såvel iagttagelsen af internettet som uvirkeligt, som iagttagelsen af internettet som blot kommunikationskanal mellem offline individer står

ortogonalt på iagttagelsen af et cyberspace, hvor individer deltager i virkelige sociale sammenhænge, men i et rum der er parallelt til det geografiske offline rum.

Med McLuhans (1967) begreb om den globale landsby, kan vi indføre distinktionen global | lokal til at iagttage internettet. Med internettets allestedsnærværenhed skrumper verden også offline og nye interesseorganisationer, tendenser, meninger etc. opstår på tværs af gamle nationalgrænser. Teknologien bliver en forlængelse af vores bevægeapparat og sanser, der lader os deltage i resten af verden, eller rettere sagt i den del af resten af verden som er online og som organisationerne har semantik til at give mening til. Som muhammedkrisen med al tydelighed har vist os, må organisationer have en permanent semantisk årvågenhed og sensitivitet, for hvordan forståelse selekteres på mere globalt plan end før de digitale medier (se Tække 2008b).

### **Afslutning - mediematricens kommunikative rum**

De ni parametre, der tilsammen hævdes at beskrive et givent medies kommunikative rum, kan som et net af distinktioner kastes på internettet for at iagttage dets sociale muligheder og begrænsninger. Ud fra de ni parametre kan man iagttage internettets potentialitet for socialitet og derfor hvordan den konkrete organisation opererer i forhold her til. Man kan som organisationsstudie ud fra de ni parametre iagttage hvordan organisationer kommunikerer *i* deres medier. I forlængelse her af kan man iagttage hvordan organisationer kommunikerer *om* medier, ved at iagttage om de iagttager ud fra de distinktioner som her er præsenteret. Sidst er det også muligt at irritere organisationer til at kommunikere om og reflektere over medier ud fra de distinktioner som her er præsenteret.

I fremstillingen af internettets kommunikative rum, er de enkelte parametre beskrevet, så de kan appliceres på alle andre tekniske kommunikationsmedier, som organisationer reproducerer sig i. Da organisationssystemer imidlertid så godt som aldrig kun opererer i ét medie, men derimod i en hel vifte af medier, kan man også blive nødt til at udvide organisationsmediestudiet til at iagttage organisationers *mediematrice*. Begrebet *mediematrice* er defineret som konstellationen af alle de tekniske kommunikationsmedier et samfund har til sin rådighed på et givent tidspunkt (Meyrowitz 1985, Finnemann 2001). Organisationers *mediematrice* definerer jeg følgende som

*konstellationen af alle de tekniske kommunikationsmedier en organisation har til sin rådighed.*

Ved indlemmelsen af et nyt medie i mediematricen følger en refunktionalisering af de allerede integrerede medier og følgende en restrukturering af hele mediematricen (Finnemann 2001). Nye medier danner rum for nye strukturelle koblinger mellem organisationer, mellem organisationer og samfund og endelig mellem organisationer og individer. Denne proces kan beskrives som gradvist emergerende i en række af *effect loops*, der som bølger efterhånden bliver mindre og mindre indtil, der er oprettet en ny ligevægt mellem organisationen og dens omverdenen (Meyrowitz 1985, Tække 2006). Medier giver fx adgang til en række informationer om organisationer og deres medlemmer og ændres denne adgang, til at inkludere mere eller mindre information, følger også en ændring af normer, resulterende i nyt indhold i medier, der igen bevirker ændrede normer i organisationen, indtil der opstår en situation, hvor sociale bidrag afbalancerer sig i forhold til mediematricens kommunikative rum. Emergerer et nyt medie i samfundets omverden må organisationer også forholde sig til dette og måske inkludere det i sin egen mediematrice.

Mediematricen er et begreb der beskriver den samlede potentialitet alle organisationens tilgængelige tekniske kommunikationsmedier giver tilsammen for social aktualisering. Hvis man følgende vil lave et studie af hvordan organisationer opererer i medier, kan man sammenligne en given operation og de konsekvenser den har for organisationen i et medie, med hvis operationen blev eksekveret i andre potentielle mediers kommunikative rum. Hvis man også vil studere hvordan organisationen kommunikerer om kommunikationen i medier, iagttages beslutninger herom, samt om beslutningerne følger besluttede eller ikke besluttede beslutningspræmisser. Lededistinktion er organisationens kommunikation i mediet | organisationens kommunikation om mediet. Altså hvordan opererer organisationen i mediet og med hvilke semantikker begriber den sine operationer? Man kan pille et medie ud og iagttage organisationen ift, netop dette medie, men dog iagttage det ud fra distinktionen det konkrete medie | den samlede mediematrice, da det ene medies potentialitet kun kan reflekteres ift. andre mediers potentialitet.

Artiklen har fokuseret særligt på rum-parametret og vil derfor her afsluttende samle op på dette. Distinktionen cyberspace | geografisk rum udfolder et billede af et

virtuelt allestedsnærværende rum med semantiske distancer til forskel fra, og reflekteret i, begrebet om det geografiske rum. Denne distinktion lader os iagttage internettets potentialitet i sammenligning med og til forskel fra det geografiske rum. Distinktionen har dog som iagttagelsesoptik sine begrænsninger, hvilket indikeres ud fra distinktionen online | offline, der netop er anlagt for at iagttage hvordan internettet kan ses som blot *støtterum* for organisationen af offline aktiviteter. Ud fra distinktionen lokal | global aner vi konturerne af et mediemiljø, hvor organisationer konstant må oversætte deres lokale værdier og normer og afveje dem ift. en global iagttagelse. Ud fra Luhmanns iagttagelse af samfundet som funktionelt differentieret (se Tække & Paulsen 2008) kan organisationer dele deres opmærksomhed og iagttagelse efter de forskellige semantikker i samfundets funktionssystemer. Følgende kan de reflektere og indrette deres beslutningspræmisser, efter hvordan de selv kan iagttage og operere i forskellige tekniske kommunikationsmedier, samt efter hvordan de selv mener at blive iagttaget. Emergerer der et nyt medie eller ændres et allerede værende medies kommunikative rum, vil organisationer iagttages ud fra en forventning om at de selv både opererer og iagttager i henhold til dette. Sådan er forventningspresset, men samtidig må organisationer og organisationsstudier iagttage om organisationen med sin interne organisation følger med og indretter sine beslutningspræmisser så dens normer er i harmoni med det miljø dens mediematrices kommunikative rum giver.

## Litteratur

- Andersen, Peter Bøgh (1998): WWW as self-organizing system, *Cybernetics & Human Knowing*, vol. 5, no. 2.
- Aristoteles (1947): *Physica*. Works of Aristotle, Oxford at the clarendon press.
- Baecker, Dirk (2000): Networking the Web, Christoph&Keller (eds.): *Understanding the Impact of Global Networks on Local Social*, Baden-Baden (Nomos)
- Baym, Nancy (2000): *Tune in Log on*, Sage Pub., Inc. California.
- Blood, Rebecca. 2002: *The Weblog Handbook*. Perseus Publishing, Cambridge.
- Castells, Manuel (2003): *Netværkssamfundet og dets opståen*, Hans Reitzels Forlag A/S, København [2000].
- la Cour, Anders, Knudsen, Morten og Thygesen, Niels Thyge 2005: Det systemteoretiske interview. in *WP 8/2005 LPF, CBS*.
- Gibson, William (1992): *Neuromantiker*, Per Kofod [1986].
- Finnemann, Niels Ole 1997: *Kommunikative rum. Om mediesystemet og andre systemer med variable parametre*. Center for kulturforskning. Aarhus Uni. Denmark.
- Finnemann, Niels Ole (1999): *Modernity Modernised, Mayer 1999. Computer Media and Communication*, Oxford uni. Press.

- Finnemann, Niels Ole 2001: *The Internet - A New Communicational Infrastructure*. I papers from CFI: [http://cfi.imv.au.dk/pub/skriftserie/002\\_finnemann.pdf](http://cfi.imv.au.dk/pub/skriftserie/002_finnemann.pdf)
- Finnemann, Niels Ole 2005: *Internettet I Mediehistorisk Perspektiv*. Forlaget Samfundslitteratur.
- von Foerster, Heinz (1995): ethics and second-order cybernetics. *SEHR, vol. 4, issue 2: Constructions of the mind. 4. June 1995*.
- Fuchs, Christian (2008): *Internet and Society*, Routledge, New York.
- Jacobs, Stephen. (2007): Virtually Sacred, *Journal of CMC* 12 (2007) 1103-1121.
- Jensen, Jens F 1999: 'Interactivity' - Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. I Mayer. Paul A. 1999. *Computer Media and Communication*. Oxford uni. Press GB. P. 160-188.
- Hesiod (1979): *Theogonien*. Gyldendal, Rødovre.
- Innis, Harold (1991): *Bias of communication*. University of Toronto Press. [1951].
- Kant (2002): *Kritik af den rene fornuft*. Det lille forlag. Frederiksberg [1781].
- Leibniz (1973): Treje og femte brev fra: The Leibniz-Clarke Correspondence. Smart 1973 *Problems of space and time*, The Macmillan Company, New York..
- Luhmann, Niklas (1982): *Differentiation of Societies*. New York: Columbia University Press.
- Luhmann, Niklas (1990): *Essays on Self-Reference*. N.Y.: Columbia University Press.
- Luhmann, Niklas (1997): Begrebet samfund. i Niklas Luhmann: *Iagttagelse og paradoks*. København: Gyldendal.
- Luhmann, Niklas (1998): Erkendelse som konstruktion. I *Mads Hermansen (ed) Fra en læringshorisont. KLIM. Århus* [1988].
- Luhmann (1999): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp taschenbuch wissenschaft [1997].
- Luhmann, Niklas (1999b): *Tillid – en mekanisme til reduktion af social kompleksitet*. Hans Reitzels Forlag. København.
- Luhmann, Niklas (2000): *Sociale systemer*. Hans Reitzels Forlag, København. [1984].
- Luhmann, Niklas. 2003: Beslutningens paradoks. [1993] I Højlund & Knudsen (ED) *Organiseret kommunikation*. Samfundslitteratur. Frederiksberg.
- Luhmann, Niklas. (2006): *Organisation und Entscheidung*. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- McLuhan, Marshall (1967): *Mennesket og Medierne*, Gyldendal København [1964].
- Meyrowitz, Joshua (1985): *No Sence of Plac*, Oxford Uni. Press, USA.
- Negroponte (1995): *Being digital*, Vintage Books, New York.
- Newton (1973): *Mathematical Principles of Natural Philosophy*, Smart 1973: *Problems of space and time*, The Macmillan Company, New York.
- Nonaka & Takeuchi (1995): *The Knowledge-Creating Company*. Oxford Uni. Press.
- Paulsen, Michael (2001): *Social Searching: And other Media of the Modern Society*. Speciale fra Philosophy and Theory of Science Center Aalborg University.
- Platon (1940): *Timaios*, Platons skrifter bind 8. Reitzels Forlag.
- Rose, Nina (2005): *Mennesket i Strømmenes rum*, Speciale ITU, DiAC.
- Spencer-Brown, G. (1969): *Laws of form*, George Allen and Unwin Ltd., UK.
- Stacey, Ralph D (2001): *Complex Responsive Processes in Organizations*. Routledge.
- Tække, Jesper & Paulsen, Michael (2008): Luhmann og organisation. i Tække & Paulsen (Ed) 2008: *Luhmann og organisation*. Forlaget Unge Pædagoger.
- Tække, Jesper (2002): *Cyberspace as a Space parallel to geographical space*. Qvortrup. *Virtual Space*, Springer, London.
- Tække, Jesper (2006): *Mediesociografi*, Innovative Communication (InC), København: [http://home16.inet.tele.dk/jesper\\_t/Mediesociografi.pdf](http://home16.inet.tele.dk/jesper_t/Mediesociografi.pdf)

- Tække, Jesper (2006b): Luhmann og medieteorier. i *Tække, Jesper (Ed) 2006: Luhmann og erkendelse. Forlaget Unge Pædagoger, København.*
- Tække, Jesper (2007): Selvets dannelse. i Paulsen & Qvortrup: *Luhmann og dannelse. Unge Pædagoger, København.*
- Tække, Jesper (2008): Organisationskultur. i Tække & Paulsen (Ed) 2008: *Luhmann og organisation. Forlaget Unge Pædagoger.*
- Tække, Jesper (2008b): Krisekommunikation og konfliktsystemer. i Tække & Paulsen (Ed) 2008: *Luhmann og organisation. Forlaget Unge Pædagoger*
- Tække, Jesper (2008c): Medieret magt i organisationer. Konferencepaper til *Luhmann og makt: Samfunn, Organisasjon og Interaksjon. 4. Skandinavisk Luhmann Forum* konference. 1. Desember Bergen, Norge. under udarbejdelse.
- Aarseth, Espen (1993): Postindustriell kulturindustri. *Rasmussen og Søby: Kulturens Digitale Felt. Aventura.*