

å betale

Penger som kommunikasjon

Bent Sigmund Olsen
Hovedoppgave i medievitenskap
Universitetet i Bergen
Våren 2001



1.0 Innledning

From coin to paper currency, and from currency to credit card there is a steady progression toward commercial exchange as the movement of information itself.

Marshall McLuhan

Denne oppgaven skal handle om hvordan bruken av elektronisk betalingsmidler har forandret betalingen. Eller for å si det på en annen måte: Hvorfor det å betale med kort er en annen handling enn det å betale med kontanter. Å betale er en av de handlingene vi foretar oftest. Men i motsetning til forbruket, vies selve betalingen lite oppmerksomhet. Det er den trivielle transaksjonen helt på slutten av shoppingrunden, hvor penger byttes mot varer eller tjenester: Varene er møysommelig plukket, brakt til kassen, passert gjennom kassadomens hender, en 200-lapp skifter eier og du drar av gårde med innkjøpet i posen. Vel hjemme pakkes varene ut: Har man kjøpt klær prøves de kanskje en gang til, er det mat settes den i kjøleskapet, er det en bok legges den på stuebordet osv. Men betalingen er glemt. Kun lommebokens letthet er en påminnelse om at disse tingene ble betalt for. Noen ganger er det annerledes: Du står i butikken, varene har passert gjennom kassamannens hender, et betalingskort trekkes gjennom betalingsautomaten og du drar av gårde med middagen i posen. Du reiser hjem setter fra deg posen, å tenker ikke noe mer over det. To tilsynelatende identiske begivenheter. Men å betale med kort er noe annet enn å betale med kontanter. En dag dukker dette opp i postkassen:

[...]

11.12 uttak i automat kl. 02.05 2 600,00

DnB i byparken

11.12 varekjøp kl. 14.06 2 303,00

Rema 1000 Vestre Torv

12.12 Visa Nabokjelleren * 160,00

13.12 uttak automat kl. 15.37 2 600,00

DnB torgallmenningen

[...]

Ikke bare blir man minnet på middagskjøpet på Rema 1000, men også livstilsforbrukets mindre heldige sider. Og enda verre:

De elektroniske sporene fremkommer selvsagt ikke i sand, synlig for det blotte øye. De er usynlige, og vi trenger verktøy for å kunne lese dem. Det betyr samtidig at vi ikke behøver å være oss det bevisst når vi selv etterlater oss spor. De er like usynlige. Vi tenker sjelden over at banken er informert når vi har kjørt drosje, når vi har vært på legebesøk, på kino, leid en video osv. (Apenes 2000:7).

Betalingskortet har en informasjonsbærende funksjon. De sier noe om hva vi gjør, hva vi kjøper, av hvem, hvor og når. Når denne informasjonen settes sammen og de elektroniske sporene samles i informasjonsprofiler, sier det også noe om hvem vi er.

Når vi betaler, definerer de betalingsmidler vi bruker oss som personer. Betalingsmidliene fungerer ikke bare som formidlere av økonomiske verdier, men også av personer. Kontoutskriften vi mottar hver måned er et eksempel i så henseende. Et annet eksempel som også blir berørt i denne oppgaven er kontantene, som gjennom sine nasjonalsymbolske motiver, kan sies å definere oss som borgere av nasjonen.

Både betalingskortet og kontantene brukes til det samme: Å betale. Selv om det å betale med kort eller kontanter har samme funksjon, å betale, er det likevel to forskjellige situasjoner med forskjellige typer aktører. Går man fra

kontanter til kort, går man samtidig fra å være en karakterløs abstrakt aktør uten utstrekning i tid til å være en individuell person med navn, egenskaper og historie. Siden vi stadig i flere kjøpsituasjoner bruker betalingskort, blir bankkontoen en digital personlighet som lever i en elektronisk skyggetilværelse i forhold til oss. Den er våken på bestemte tidspunkter, den beveger seg i bestemte områder, den handler med bestemte andre. Den kan ha et kjønn, familie, være mer eller mindre fornuftig og moden osv. Utviklingen av de elektroniske betalingsystemene har synliggjort at penger ikke bare er et betalingsmiddel, men også er et informasjonsbærende medium som kommuniserer mer enn bare økonomiske verdier. Når vi bruker betalingskort eller lignende genereres informasjon om når, hvor og hva vi kjøper. Disse elektroniske spor kan når de settes sammen danne mer eller mindre klare bilder av hvem vi er. Det forbruket som pengene betjener foregår med andre ord på to forskjellige arenaer som har forskjellige og potensielt motstridende regler: På den ene siden den fysiske sosiale virkelighet som forbruket normalt foregår i og hvor vi kan bruke det bevisst til å kommunisere med. På den andre siden de elektroniske nettverkene og databasene hvor de elektroniske sporene befinner seg og hvor vi og i mye mindre grad har kontroll over de inntrykkene vi skaper av oss selv. Samtidig synliggjør dette en egenskap ved kontantene: Det er et nøytralt og sporløst betalingsmiddel: *Penger lukter ikke.*

Dette reiser en hel del nye problemstillinger. Personvernproblematikken er blant de mest iøyenfallende. Gjennom vår bruk av betalingskort lekker vi informasjon fra vår privatsfære. Denne informasjonen kan avsløre sider av oss som vi kanskje ikke vil skal komme ut. Og den avsløres til andre som vi vil skal vite så lite som mulig om oss. Informasjonen som genereres når vi bruker kortet brukes ikke primært til overvåkning i tradisjonell forstand, men som ledd i en kommunikasjon mellom kortbrukerne og som et kommunikasjonsmiddel mellom forbrukere og banken. Den økende utbredelsen av bonuskort kan sees i sammenheng med at også handelslivet i økende grad kobler seg på informasjonsstrømmen i kjølvannet av den elektroniske betalingsteknologien. Dette peker mot en annen problemstilling i tilknytning til betalingskort. Forholdet mellom kjøper og selger omformes og får nye egenskaper, og måten kjøp og salg utføres på forandres. Når vi bytter ut kontantene med betalingskort blir pengene, også et mellomledd mellom oss selv som sosiale aktører i et fysisk rom og oss selv som sosiale aktører i et digitalt elektronisk rom. Disse to problemstillingene peker begge i retning av at den økende bruken av elektroniske betalingsmidler betyr at større deler av samfunnslivet utspiller ”around a bipolar opposition between the Net and the Self” (Castells 1996:3). Innenfor denne todelte virkeligheten blir betalingskortet et overgangspunkt, en node, mellom en den samhandlingen som skjer i en fysisk sosial sammenheng og i de elektroniske nettverkene. Det som plasserer dette innenfor en medievitenskapelig kontekst, er at betalingsmidlene kan betraktes som medier. Først og fremst er de medier som formidler penger. Men de representerer også en mediert samhandling i den forstand at de formidler kontakt mellom økonomiske aktører. Bruken av nye typer kommunikasjonsmedier involverer etableringen av nye former for samhandling, nye former for sosiale relasjoner, nye måter å forholde seg til andre og seg selv på: ”When individuals use communication media, they enter into forms of interaction which differ in certain respects from the type of face to face interaction which characterizes most encounters of daily life” (Thompson 1995:4).

Vi befinner oss sannsynligvis i slutten av en overgangsperiode mellom to forskjellige pengemedier, mellom kontantbaserte til elektroniske penger. I dette ligger det ikke nødvendigvis at det siste vil ta fullstendig over for det første, men at det er den elektroniske betalingen som vil komme til å bli den vanligste måten å betale på. Det betyr ikke nødvendigvis at kontanter vil forsvinne. For det første vil det fremdeles være behov for sporløse penger. For det andre bærer de elektroniske pengene fremdeles preg av å være et system under utvikling. Det mangler blant annet en enhetlig elektronisk betalingsstandard. Jeg vil konsentrere meg om forholdet mellom kontanter og betalingskort.

Kjernen i den tilnærming til penger som kommer til å ligge til grunn for denne oppgaven er en oppfattelse av betalingsmidlene som medier som kommuniserer bestemte typer sosiale relasjoner og roller. Dette vil bli satt inn både i et historisk og i kommunikasjonsperspektiv. Da særlig med fokus på hvordan endringen i måten å formidle penger på, fra kontanter til elektroniske betalingsmåter også er endring i de sosiale relasjonene som penger skaper når de brukes. Mens en økonomisk tilnærming i overveiende grad vil se på penger som et bindeledd mellom varer og tjenester. Blir penger her sett på som uttrykk for et forhold mellom aktører. I fravær av en etablert fagdebatt å bygge videre på, vil dette nødvendigvis bære preg av en utprøving av i hovedsak medievitenskapelige teorier og ideer på et tema som normalt har falt inn under andre akademiske tradisjoner. I en mer utvidet forstand er denne oppgaven også et ment å være et bidrag til å gi et utvidet perspektiv for tenkingen rundt den slags personvernsspørsmål som i dag diskuteres i forbindelse med de nye betalingsformene.

For å fjerne enhver tvil, gjelder Simmels kommentar til sitt prosjekt også for dette: ”Not a single line of these investigations is meant to be a statement of economics” (Simmel 1990:54)



2. Penger som Kommunikasjon

Penger er et symbol for bytteverdi. Det har opp gjennom historien vært brukt en lang rekke forskjellige medier for å formidle slike symboler. I vår tid har dette først og fremst vært gjort gjennom mynter eller sedler og etter hvert har formidlingen av pengesymbolet i økende grad blitt gjort elektronisk. I en slik forstand kan en også snakke om penger som et medium. Pengene, for eksempel mynter eller sedler formidler et symbol, symbolet for bytteverdi. Det er i denne forstand at penger vil bli analysert i denne oppgaven. Spesielt vil jeg konsentrere meg om den medieutvikling som har skjedd, kort fortalt fra mynter og sedler til en elektronisk formidling av pengene.

Foreløpig er det tilstrekkelig å enkelt beskrive noen sentrale økonomiske aspekter ved penger. I den form vi omgås dem er pengene først og fremst artefakter, dvs. mynter, sedler eller kort. Når man snakker om penger, er det imidlertid viktig å skille mellom penger som symbol for bytte og den form dette symbolet formidles gjennom. Charles Kindleberger peker på enda en viktig distinksjon som angår penger som symbol: Penger som byttmiddel og som regnskapsenhet (unit of account) (Kindleberger 1984:19). At penger er et byttmiddel er selvfølgelig. At penger er en regnskapsenhet betyr at det er et *numeraire*, et standard verdimål som forenkler sammenligning av verdier. Penger er et numerisk fenomen fordi betydningen og konsekvensen av enhver betaling er direkte knyttet opp mot mengden (som betales). Dette skiller penger fra andre systemer hvor verdier sirkulerer, for eksempel kulturen i Polynesia, hvor objektene har separate identiteter og må vurderes kvalitativt (Crump 1990:94).

I sin videste forstand kan penger defineres "the means for comparing- in quantitative terms- two unlike things on a scale which is common for both of them" (Crump 1990:92). Dette krever at det også finnes en felles standard eller verdimål. Glyn Davis operer med en liste på hele ti funksjoner, hvorav de fleste går på en eller annen rent økonomisk funksjon. Mange av disse funksjonene overlapper hverandre eller de betegner forskjellige typer økonomiske verktøy som penger virker som:

1. Unit of account,
2. Common measure of value,
3. Medium of exchange
4. Means of payment
5. Standard for deferred payment,
6. Store of value
7. Liquid asset
8. Framework of the market allocative system (Priser),
9. A causative factor in the economy,
10. Controller of the economy (Davis 1994:27).

For enkelthets skyld kan man i denne sammenhengen si at penger som økonomisk instrument har tre hovedfunksjoner: Byttmiddel, verdistandard eller verdimål og lagringsmedium for (økonomiske) verdier. Før penger ble brukt som betalingsmiddel, foregikk handelen gjennom direkte byttehandel. Varer ble byttet med andre varer, ved såkalt tuskhandel. Før pengene ble et standard verdimål og betalingsmiddel, hadde kuer ofte denne funksjonen i de førhistoriske samfunnene. Ordet *penger* ble i gammelnorsk avledet fra *fe*. En teori forklarer pengenes opprinnelse med at i en slik handel vil det før eller siden fremstå en eller enkelte varer som av handelspartnerne ansees for å være verdifulle selv om det i øyeblikket ikke er noe umiddelbart behov for dem (Skaare 1995:23). I norsk steinalder ble flint og senere bronse brukt som betalingsmiddel. Men allerede i bronsealderen har de edlere metallene hovedrollen. Her er det riktignok ikke snakk om mynter i moderne forstand, men opphakkede smykkebiter, jernbarrer osv. I motsetningen til den senere myntproduksjonen hvor sølv er det dominerende verdimetallet, viser arkeologiske funn at gull kom i bruk tidligere. Men det finnes også språklige vitnesbyrd om at gull tidlig ble brukt som verdistandard. Vektenheten *øre* henger sammen med den romerske myntbetegnelsen *aureus* som betyr "av gull" (Skaare 1995: 23). Opprinnelig var ikke gullet utmyntet. I stedet ble det brukt gullringer. Verdien ble bestemt av vekten.

Disse gullringene har sannsynligvis ikke vært hverdagspenger og har trolig hatt en begrenset sirkulasjon. Dette støtter teorien om at penger ikke springer ut av byttehandel, men opprinnelig ble brukt ved høytidelige eller rituelle anledninger. Spesielt som brudepenger eller blodpenger (Davis 1994 :23).

I Gulatingsloven er gullringene bøtesatser for drap og lignende forbrytelser:

No um løysing sárar nokon, dá skal han bóta ein 12-øyra baug. Men son hans (løysingsson) to baugar. Men bonde 3 baugar. Odelsbroren mann 6 baugar. Lendmann og stallar 12 baugar. Men jarl 24. Men konge to baugar mindre enn femti (=48) (Skaare 1995: 24).

Baug betyr opprinnelig *ring*, men fikk etter hvert betydningen *bot*. Flere av de ordene som i dag blir brukt i forbindelse med penger er hentet fra eldgamle lovtekster. Det tyske ordet *Wergeld* betydde opprinnelig den kompensasjonen som ble krevd for drapet på en mann. Engelske *pay* stammer fra latinske *pacare* som betyr *gjøre fred med* (Davis 1994:25).

I den grad det er riktig at penger først ble brukt i rituelle sammenhenger av den type som er nevnt ovenfor, kan en trekke noen raske konklusjoner. Først og fremst at penger opprinnelig ikke er et byttemiddel, men et verdimål. Et verdimål som ikke bare anga tings pris, men også individers verd. *Wergeld* er ikke bare en bot, men også et uttrykk for den objektive verdien til en person. Simmel forteller at det i det anglosaksiske England var det ved lov bestemt en *wergeld* på 2.700 shilling for kongedrap. I sin tid var denne boten hinsides hva det var mulig å betale, slik at den i praksis innebar en dødsstraff eller i beste fall et liv i slaveri. Det var med andre ord snakk om en bot som aldri var ment å betales men som skulle gradere alvorligheten av forbrytelsen. Når penger egnet seg som verdimål ved rituelle anledninger, henger det sammen med at det opprinnelig ikke var et generelt verdimål i handel. Når penger gradvis blir dårligere egnet i forbindelse med straffeutmåling av drapssaker, kan det delvis knyttes opp mot at penger etter hvert blir et generelt symbol for bytte:

That such payment was later considered to be totally insufficient and inappropriate penance testifies not against but in favour of the growing importance of money. It is precisely because money represents the value of incommensurable things and has become more colourless and indifferent that it cannot be used as an equivalent in very special and uncommon conditions where the innermost and most basic aspects of the persons are concerned (Simmel 1990:365).

Hva som kommer først, penger som byttemiddel eller penger som verdimål, er i og for seg ikke særlig viktig; derimot er det nødvendig å være klar over at dette er to forskjellige funksjoner som i det minste i en analytisk sammenheng må holdes adskilt.

2.1 To kommunikasjonsmodeller

Medievitenskapen har tradisjonelt hatt hva Armand Mattelart kaller et mediasentrisk perspektiv på studiet av kommunikasjon som i hovedsak har kretset rundt massemediene. Mattelart starter sin kommunikasjonshistorie ved begynnelsen av moderniteten slik den gradvis tok form i løpet av opplysningstiden. Utgangspunktet er begynnelsen på Diderots artikkel om kommunikasjon i den franske *Encyclopedie* fra 1753: "Communication: a term with many meanings" (Mattelart 1996 :xiii). Kommunikasjon ble den gang forbundet med et vidt felt av vitenskaper, håndverker og kunstformer: "...its polysemi refers to ideas of sharing, community, contiguity, continuity, incarnation and exhibition "(xiii). Begrepet *kommunikasjon* er ikke begrenset til kun å dekke formidling av meningsinnhold. Det betegner et vidt spekter av aktiviteter, uttrykk og kunnskapsformer som har det til felles at de skaper forbindelser, sammenhenger og samfunn hvor individene møtes. Dette kommer enda klarere til syne i definisjonen av det motsatte av kommunikasjon, ekskommunikasjon:

separation from communication or trade with a person whom one previously enjoyed it (...) any man excluded from a society or a body, and with whom the members of that body no longer have communication, may be said to be excommunicated (:xiii).

James W. Carey sonderer mellom to forskjellige måter å forstå kommunikasjon: kommunikasjon som overføring og som rituale. Sistnevnte sammenfaller med encyclopediens syn på kommunikasjon. Innenfor en slik forståelse blir kommunikasjon forbundet med begreper som *deltagelse*, *felleskap*, *samvær* osv. Dette er en arkaisk forståelse som i det engelske språk fremdeles er synlig ved at *communication* deler sitt språklige opphav med ord som *commonness*, *communion*, *community* (Carey 1992: 18). Også på norsk finner en lignende eksempler i *kommune*, *kommunion* og *kommunisme* (Johansen 1995:117). Dette synet på kommunikasjon står i gjeld til religion. Det vil si et syn på religion som underkommuniserer prekenens, instruksjonens og formaningsens rolle til fordel for seremonien, bønnen, sangen. Denne kommunikasjonsforståelsen

sees the original or highest manifestation of communication not in the transmission of intelligent information but in the construction and maintenance of an ordered, meaningful cultural world that can serve as a control and container for human action (Carey 1992:18).

En nyere oppfattelse av kommunikasjon er basert på den mer velkjente forestillingen om forflytning over geografiske avstander. Kommunikasjon er overføring, ikke bare av informasjon, men også av mennesker og varer fra et sted til et annet. I det nittende århundre var det ikke noe klart begrepsmessig skille mellom forflytningen av mennesker og varer på den ene siden og forflytning av informasjon på den andre.

If the archetypal case of communication under a transmission view is the extension of messages across geography for the purpose of control, the archetypal case under a ritual view is the sacred ceremony that draws persons together in fellowship and commonality (Carey 1992: 18).

Dette nyere synet på kommunikasjon er basert på en geografisk metafor som henviser til transport. På 1800-tallet ble forflytningen av mennesker og varer sett på som samme type prosess som formidling av informasjon. Det sentrale i denne forestillingen om kommunikasjon er overføringen av signaler eller budskaper over en distanse med det formål å få kontroll over mennesker og avstander. Fra det første dynastiet samlet Egypt i et rike og frem til oppfinnelsen av telegrafien, har en fortløpende prøvd å øke farten og effektiviteten til budskaper etter hvert som de beveger seg på tvers av geografien (Carey 1989:15). Carey påpeker at de to modellene for kommunikasjon, ritual- og overføringsmodellen, ikke nødvendigvis er gjensidig utelukkende.

2.2 Medieteknologi

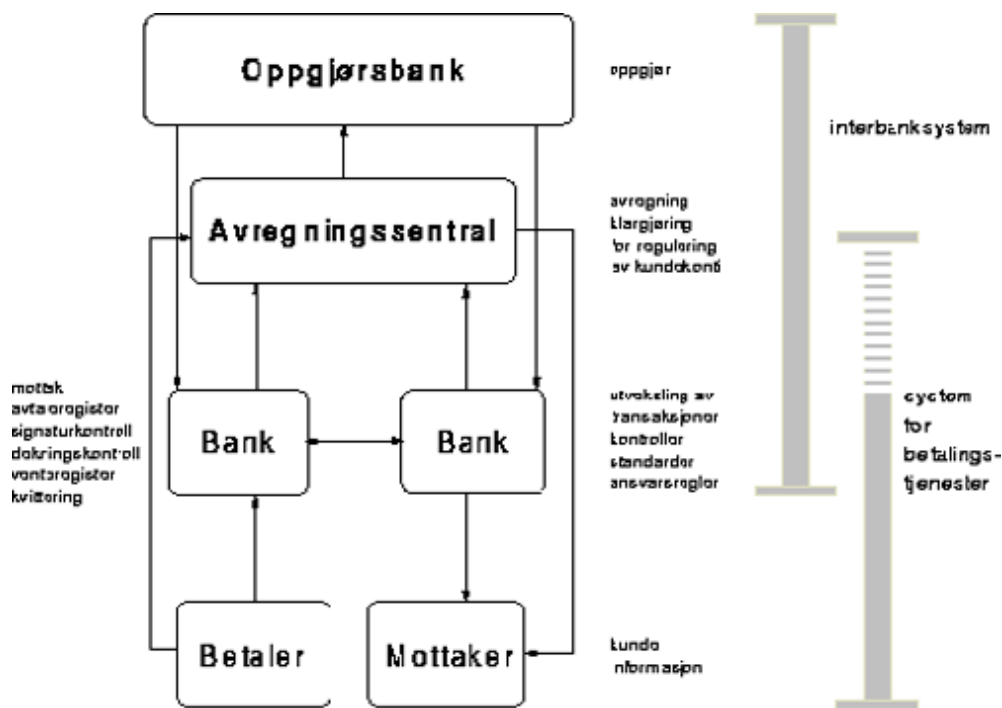
Et betalingskort er del av et betalingssystem. Begrepet *betalingssystem* har ikke noe entydig meningsinnhold, og det legges ofte ulike betydninger i begrepet. Men generelt kan det beskrives som :

Et betalingssystem har som formål å sørge for overføring av betalingsmidler. Betegnelsen benyttes også om systemer for uttak av betalingsmidler, som f.eks. minibanker. Selv om bruken av begrepet varierer, er det vanlig å forstå et betalingssystem som en formalisert ordning bestående av tekniske innretninger, prosedyrer og avtaler, som kan beskrives og avgrenses som en enhet. Hvilken avgrensning som velges og hvilke elementer i overføringsprosessen det fokuseres på varierer (NoU 1996:24,2.2).

European Monetary Institute (EMI) definerer *payment system* som bestående ”... av en definert gruppe institusjoner, samt et sett av instrumenter og prosedyrer brukt til å sikre pengestrømmene i et geografisk område, normalt et land” (Nou 1996:24, 2.2). I Lov om betalingstjenester som trådte i kraft våren 2000, skilles det mellom to typer betalingssystemer: Internbanksystem og systemer for betalingstjenester. Internbanksystem, er som ordet antyder, et felles system for avregning, oppgjør eller overføring av penger mellom kredittinstitusjoner. System for betalingstjenester er systemer basert på standardvilkår for overføring av penger fra eller mellom kundekonti i banker og finansieringsforetak når overføringene bygger på bruk av betalingskort, tallkoder eller annen form for selvstendig brukerlegitimasjon (Norges Bank 2000:7).

Når et bankkort dras gjennom betalingsterminalen avleses en sifferrekke i magnetstripen. Sifferet angir blant annet kortets gyldighet, kontonummer og tilhørende bank. Når kortholderen taster det personlige identitetsnummeret (PIN-koden) i terminalen, kodes dette og sendes til kortutstedende banks datasentral for kontroll. I tillegg vil det utføres dekningskontroll og kontroll av at kortet ikke er sperret. Dersom alle kontrollpunktene er funnet i orden, går det en melding til terminalen om at transaksjonen kan godkjennes. Terminalen skriver så ut en kvittering til kortholderen. Selve betalingstransaksjonen sendes bankene via en datasentral.

Når vi betaler med et bankkort i butikken er det i realiteten minst tre overføringer som skjer. For det første trekkes beløpet fra vår konto. For det andre godskrives forretningens bank dennes konto. Til slutt overføres det samme beløpet fra kundens til forretningens bank (Lund & Watne 2000:134). Figuren nedenfor illustrerer på en forenklet måte transaksjons- og informasjonsgangen ved et betalingsoppdrag der det skjer betaling fra kundekonto i en bank til kundekonto i en annen bank.



Figur 2.1: Transaksjons- og informasjonsgangen ved betalingsoppdrag (NoU 1996:24,3.1)

De forskjellige korttypene kan deles inn i tre hovedgrupper: Debetkort, forhåndsbetalte kort og kredittkort. Debetkort er knyttet til en innskuddskonto. Dette er den vanligste korttypen i Norge. Når det i denne oppgaven snakkes om betalingskort, er det denne type kort det henvises til. Ved forhåndsbetalte kort kan forhåndsbetalingen eller innskuddet trekkes på etterhvert som kortet brukes og varer og tjenester leveres. Denne løsningen er i dag først og fremst tatt i bruk av teleselskapene (kontantkort til mobiltelefon, telekort osv.). Kredittkortene er basert på at kortholder får innvilget kreditt hos et kortselskap. Man skiller mellom to typer kredittkort; kort med rullerende kreditt og faktureringskort. Rullerende kreditt innebærer at kortholder har en kredittgrense og at faktisk utnyttet kreditt nedbetales etter en avtalt plan. Kunder som benytter faktureringskort får enten en viss tid etter bruken eller med jevne mellomrom samlefactura over kjøpene som betales ved bruk av giro eller annen type betalingsinstrument. American Express og Diners Card er eksempler på denne type kort. De to modellene for kommunikasjon som Carey gjør rede for gir seg ofte også utslag i to forskjellige måter å forstå medieteknologi og utviklingen av den. Nye medier kan bety to forskjellige ting:

1. nye teknologiske prinsipper som blir utnyttet til medie formål eller
2. kommunikasjonsformer som innebærer nye kulturelle mønstre (Aarseth 1993: 27).

I lys av den første forståelsen vil en i hovedsak oppfatte teknologisk utvikling som en utvikling i retning av bedre, raskere og mer effektiv informasjonsoverføring. For å spissformulere vil en slik tilnærming være basert på en "gamle dager+ holdning". Det er de samme tingene som skjer men de skjer fortere, mer effektivt, med større kapasitet osv. I den andre betydningen gir ny teknologi seg utslag i større kvalitative endringer. Implisitt i disse forståelsesmåtene ligger to måter å oppfatte kommunikasjon på. Blir kommunikasjon forstått som forflytning av informasjon, varer osv., vil nye teknologiske løsninger lettere oppfattes som kun en forbedring av denne transporten. En ritualistisk tilnærming til kommunikasjon vil derimot oppfatte en teknologisk endring ikke bare som forbedring, men også en endring av den sosiale konteksten kommunikasjonen skjer innenfor. Når nye måter å formidle penger på skal studeres her, er det med utgangspunkt i sistnevnte tilnærming at den teknologiske utviklingen vil bli diskutert. I utgangspunktet vil det med andre ord ligge en antagelse i bunn om at introduksjonen av for eksempel betalingskort innebærer noe langt mer enn en forenkling av betaling og kontantuttak, slik at man ikke lenger er avhengig av bankenes åpningstider men har penger tilgjengelig over alt og hele tiden osv. Fra de tidligste formene for gestikulasjon og tale til de siste oppfinnelsene innen informasjons- og kommunikasjonsteknologien har produksjon, lagring og sirkulasjon av informasjon og symboler vært et sentralt aspekt ved det sosiale livet. Med utviklingen av et vidt spekter av medieinstitusjoner fra det sene 1500-tallet og frem til i dag, har hele prosessen med å lagre, produsere og utveksle informasjon og symboler blitt endret:

By virtue of these developments, symbolic forms have been produced and reproduced on an ever- expanding scale; they have been turned into commodities which can be bought and sold on a market; they have become accessible to individuals who are widely dispersed in space and time. In a profound and irreversible way, the development of the media has transformed the nature of symbolic production and exchange in the modern world (Thompson 1995: 10).

Dette sitatet, hentet fra innledningen til John B. Thompsons bok *The Media and Modernity* er utgangspunkt for en studie som forsøker å beskrive hvilken rolle utviklingen til kommunikasjonsmediene har spilt i formingen av det moderne samfunnet. For å gjøre dette benyttet Thompson seg av en kulturell tilnærming som først og fremst omfatter en rituell forståelse av kommunikasjon:

I shall develop an approach to the media which is fundamentally 'cultural' by which I mean an approach which is concerned *both* with the meaningful character of symbolic forms *and* with their social contextualization (: 10).

I følge Thompson representerer utviklingen av nye kommunikasjonsformer en bearbeiding av det sosial livets symbolske karakter, en reorganisering av måtene informasjon og symbolske former produseres og formidles på, samt en restrukturering av måtene individer forholder seg til andre og seg selv på. I en viss forstand er Thompson ute i samme ærend som Georg Simmel var snaut hundre år tidligere. En forskjell er riktignok at Simmel tar utgangspunkt i pengene for å beskrive sentrale aspekter ved det moderne livet, mens Thompson tar utgangspunkt i det noe vagere definerte *the media*. Med Armand Mattelarts innledende kommentar friskt i minne skal jeg ikke snevre mediebegrepet inn til å bety massemedier, men i stedet drøfte aspekter ved Thompsons generelle beskrivelse av kommunikasjonsmedier nærmere. Thompsons tilnærming til medier i en generell forstand vil kaste lys over den tilnærmingen til penger som kommer til å prege denne oppgaven. Først vil jeg repetere Thompsons generelle beskrivelse av tekniske medier. På bakgrunn av Thompson vil det videre bli skissert opp noen generelle egenskaper ved penger som et medium. Dette vil også være grunnlag for en forståelse av penger ikke som et økonomisk instrument, men som et kommunikasjonsmedium. På tross av at penger ligger langt utenfor det man tradisjonelt har oppfattet som det medievitenskapelige felt håper jeg også at disse kommentarene gradvis vil avdekke konturene av et studieobjekt hvis egenskaper, funksjoner og effekter er mye mer velkjent enn man ved første øyekast skulle tro. Thompson karakteriserer kommunikasjon som en bestemt type sosial aktivitet som involverer produksjon, overføring og resepsjon av symboler. I produksjonen og overføringen av symboler benyttes et teknisk medium.

The technical medium is the material substratum of symbolic forms- that is, the material elements with which, and by means of which, information or symbolic content is fixed and transmitted from producer to receiver (Thompson 1995:18).

Kommunikasjon involverer ofte et teknisk medium. Det er viktig å understreke at i denne sammenhengen må medier forstås i en vid betydning. Begrepet omfatter ikke bare massemedier som fjernsyn, radio og avis, men flesteparten av de midler vi bruker til å kommunisere med: Telefon, internett, e-post, skrift osv. Også når man står ansikt til ansikt med noen og prater med dem, blir meningsfulle lyder produsert og mottatt ved hjelp av materielle medier: Stemmebåndene, luftbølger, øret osv. Kvalitetene til et teknisk medium vil variere stort fra en type symbolsk produksjon og utveksling til en annen, samtidig som et mediums egenskaper vil sette begrensinger på hvilke typer kommunikasjon som foregår og hva som kommuniseres. Thompson utdypet dette ved å skille ut tre aspekter ved tekniske medier: Fiksering, reproduksjon og rom-tid distansering.

2.3 Fiksering

Et medium tillater en bestemt grad av *fiksering* av de symbolske formene, de blir med varierende grad av varighet lagret eller konserveret i mediet (Thompson 1995:19). Tale, ansikt til ansikt eller ved hjelp av telefon, vil ha en lav eller ikke-eksisterende grad av fiksering. I den grad noe av samtalen blir lagret, vil det være avhengig av hukommelsen og ikke av det mediet det kommuniseres gjennom. Men i andre tilfeller, f. eks skrift, film, trykk, opptak osv. vil det være en høy grad av fiksering. Graden av fiksering avhenger av mediet som brukes. I en viss forstand kan medier betraktes som lagringsmekanismer som i varierende grad er i stand til å lagre informasjon og gjøre den tilgjengelig ved en senere anledning. De tidligste formene for skrift, utviklet i Sumeria og Egypt ca. 3000 f.kr., ble med all sannsynlighet i hovedsak brukt for å nedtegne relevante opplysninger om eierskap og handel. I hvilken grad et medium bevarer informasjon over tid gir seg ikke bare utslag i fortløpende informasjonsutvekslingen fra dag til dag eller år til år. På tross av stor forskjell i tid, sitter ettertiden igjen med

mindre opplysninger om bankvesenet i det antikke Rom enn det man har fra Babylon. Årsaken er at romerne nedtegnet finansopplysninger på relativt forgjengelig pergament, mens babylonerne brukte adskillig mer holdbare leirtavler (Davis 1994 :91). Utviklingen av handel og finansliv fra antikken og frem til i dag har vært avhengig av tilgjengeligheten til forskjellige måter å lagre og beskytte relevante opplysninger om handel og produksjon av varer. Dette aspektet ved medier er heller ikke uten betydning når det gjelder penger.

Kontanter inneholder informasjon om verdier, det er slik den kan fungere som et betalingsmiddel. Når det gjelder mynter og sedler er disse opplysningene lagret i et objekt. Eksempelvis inneholder en 50-lapp informasjon som sier at den er verdt 50 kroner. Seddelen har en valør, den er påført en bestemt pengesum. Seddelen inneholder også informasjon om hvilket område den er gyldig innenfor, dvs. hvilken valuta den tilhører. Dernest opplyser seddelen om hvem som garanterer for verdien og gyldigheten til seddelen, nasjonalbanken med signaturer. Seddelen inneholder også informasjon som er ment å garantere for seddelens ekthet: Graveringer, vannmerker, sølvtråder, sentralbanksjefens signatur osv. Dette er informasjon beregnet på å forhindre falskmynteri samt å garantere for seddelens autensitet, at den kan brukes om igjen på et senere tidspunkt. Når det gjelder graveringene, er det verdt å legge merke til at de som regel utgjør motiver som ikke umiddelbart har en direkte økonomisk funksjon, men som på en eller annen måte fungerer som *national advertisement* (Castellani 2000). Det er bilder i form av portretter, historiske scener og andre forskjellige former for nasjonal symbolikk (se fig. 2.1). Selv om dette ikke har noen umiddelbar betydning for pengenes økonomiske funksjon kan det likevel sies å ha betydning for de sosiale rollene pengene kommuniserer. Dette punktet vil bli nærmere drøftet sammen med etableringen av et eget norsk pengesystem i kapittel 5.

Går man over til betalingskort, vil man fort se at det er en annen type informasjon som lagres og formidles.

Kontanter er tinglige betalingsmidler, de er objekter som representerer de verdier man betaler med. Selve betalingssituasjonen er lukket, den skjer der og da når kontantene rent fysisk bytter eier. Kortet derimot er ikke et betalingsmiddel på samme måte som kontanter. I dagligtalen sier man gjerne at man *betaler med kort*. Men kortet er ikke det man betaler med, i hvert fall ikke i den forstand som man betaler med kontanter. Kortet identifiserer den betalende. Skal man sammenligne de to forskjellige transaksjonsformene, vil kortet tilsvare den betalende og ikke pengene. Når man betaler med kort derimot skjer selve transaksjonen et annet sted, på et eller annet punkt i de elektroniske banknettverkene. Kortet er av den grunn todelt siden brukeren må kunne identifiseres både i den fysiske kontekstene hvor kjøpet skjer og i den elektroniske konteksten hvor betalingen finner sted. Det har en side som vender ut mot brukerne og en side som vender inn mot nettverkene.

Kortet som objekt har en begrenset mengde kjennetegn. For det første har det en del informasjon om innehaveren: Et navn, som regel med en egenhendig signatur. De fleste betalingskort har et fotografi. Fødsel- og personnummer står også oppført. Dette er informasjon som plasserer innehaveren i en generell sosial sammenheng. Kortet gir også informasjon om innehaveren knyttet til vedkommendes kundeforhold til tjenesteleverandøren, som regel en bank el. lignende, dvs. kontonummeret samt eventuelle andre kontrollnummer, for eksempel kortets holdbarhetsdato. For det andre har kortet informasjon om den utvidete kontekst som den betalende befinner seg i og som hans penger sirkulerer i. Vedkommendes bank står oppført, det samme gjør også kortleverandøren (f. eks. Visa).

Funksjonen til betalingskortet er ikke bare som betalingsmiddel, ei heller å være et medium for pengesymbolet slik som seddelen, men også å være et substitutt for den betalende. I betalingssekvensen er den første forskjellen mellom å betale med sedler og mynter i forhold til å betale med kort at den betalende må identifisere seg som økonomisk aktør. Først må han introdusere seg ved hjelp av en kode. Det er denne koden som er den betalende. Kortet har ingen funksjon utover å være bærer av informasjon om den betalende, dvs. inneholde deler av en identifikasjonskode som kortbrukeren selv fullfører når han taster inn sin kode på kortautomaten. I motsetning til mynter og sedler er altså kortet et individuelt betalingsmiddel. Men den individualitet som kortet innfører kommer ikke til syne i den kontekst hvor betalingen skjer, men i de digitale nettverkene gjennom konstruksjonen av en digital skygge.

Normalt regner man med at folks valg av betalingsmiddel styres i retning av de rimeligste og enkleste alternativene. Utviklingen de siste ti årene har gjort det lettere og rimeligere å bruke kontanter ved mindre betalinger samtidig som det er blitt vanskligere og dyrere ved mellomstore og store transaksjoner. I stedet har bruken av spesielt betalingskort økt betydelig. Dette burde tilsi at den samlede kontantbeholdning ute blant folk har hatt en nedgang. Men i stedet har både beholdningen og sirkulasjonen av kontanter vært stabil (Kaloudis & Storberg 2000:264). Dette tilsynelatende misforholdet kan delvis forklares med den anonymitet kontantene gir brukerne. Spesielt innenfor den svarte økonomien gir dette kontanter et klart konkuransesfortrinn sammenlignet med andre betalingsmidler, da spesielt betalingskort. Hvor stor andel av kontantbeholdningen som betjener den svarte økonomien er det vanskelig å få noen klar statistikk på men det er rimelig å anta at den kapitalen som sirkulerer i gambling, narkotikahandel, skatteunndragelser osv. er i hovedsak i form av kontanter. Samlet sett utgjør dette mer enn 13% av BNP (:267). David Warwick har i forbindelse med denne sammenhengen gjort en studie, *Reducing Crime by Eliminating Cash*, hvor han skriver:

The lack of any type of recording and the unrestricted negotiability of cash makes it the most detection free medium of exchange criminals can use. It makes cash their most desired commodity, their prime target, and the epicenter of most crime (Warwick 1993:8 sit. i Ritzer 1995:83-84).

Dette er også en av årsakene til at løsninger for elektroniske, sporløse penger er blitt møtt med en del motstand. Elektronisk penger kan defineres som lokalt, elektronisk lagret kjøpekraft med vid anvendelse (Norges Bank 2000:14). Det er foreløpig ikke noen e-pengesystemer i full drift i Norge. Det er riktignok gjennomført noen mindre pilotprosjekter i regi av Posten i 1999. Elektroniske penger har en blanding av kontantenes og betalingskortenes egenskaper. Det er blitt lansert forskjellige løsninger, men et felles trekk er at de baserer seg på digitale signaturer som ikke kan spores tilbake til de enkelte brukerne (se f.eks Chaum 1992). Siden det fremdeles ikke er designet noen e-penge løsninger som har fått noen omfattende betydning, kan man for alle praktiske formål, i denne sammenhengen konsentrere seg om de mest utbredte betalingsmidlene: Kontanter og betalingskort. Mens kontanter representerer verdier, representerer betalingskortene økonomiske aktører. Dette innebærer også at det å betale med kort og det å betale med kontanter er to forskjellige typer handlinger. I transaksjoner hvor kontanter brukes er aktørene anonyme, mens i transaksjoner hvor de bruker kort er de aktører med et navn, nummer - og dermed også en historie.

En måte å skille mellom forskjellige typer betalingsmidler er å se på hva slags informasjon de konserverer og formidler. Det er m.a.o. to forskjellige måter å formidle pengesymbolet på. Pengemediene kan representere verdier som i en transaksjon bytter eier. Dette gjelder for eksempel for kontanter hvor man bytter penger mot en vare. Den eneste informasjonen som er nødvendig i slike transaksjoner, er informasjon om verdier: pengemengden representerer like store verdier som verdien av varene. For enkelthets skyld vil jeg betegne denne type pengemedier for kontanter. Den andre måten formidler informasjon om verdier indirekte via informasjon om den betalende. I stedet for informasjon om verdier formidles og konserveres informasjon om bruk av verdier. Slike typer transaksjoner er mye mer informasjonskrevende. I denne type pengemedier er informasjon om verdier, informasjon om betaler og informasjon om betalers pengebruk konvertert. Denne informasjonen trenger ikke nødvendigvis være særlig omfattende. Noen ganger som i tilfellet med gjeldsbrev, dreier det seg kun om en signatur. Betalingskort er en type betalingsmedier som faller inn under denne forståelsesmåten. Det samme gjelder alle andre betalingsmåter som på en eller annen måte identifiserer den betalende.

En fordel med denne distinksjonen er at den baserer seg på hva de forskjellige pengemediene kommuniserer, og ikke på hvordan kommunikasjonen finner sted rent teknisk. Den er dermed fleksibel i forhold til teknologiske endringer og standarder. Siden det finnes en lang rekke forskjellige metoder og standarder for elektronisk betaling, er det en stor fordel å kunne legge til grunn en slik definisjon. Selv om betalingskortet i hovedsak vil danne grunnlaget for diskusjonen, vil de konklusjoner som trekkes også gjelde for de fleste andre former for elektronisk betaling. Om man betaler ved hjelp av en betalingsautomat, slik en ofte gjør i butikken, ved hjelp av kontofon, over internett osv. er mer eller mindre irrelevant. Sjekker og seddelens forløper vekselen faller også innunder sistnevnte type pengemedium. Forskjellen mellom disse og elektroniske penger er først og fremst en gradforskjell som blant annet berører et andre aspekt ved medier som John B Thompson nevner, reproduksjon.

2.4 Reproduksjon

Begrepet om reproduksjon viser til den kapasiteten et medium har til at det kan lages flere kopier av en symbolsk form (Thompson 1995:20). Steintavlene som ble brukt i virkelig gamle dager kunne i liten grad reproduseres, i motsetning til tekster på papir og pergament. Først med utviklingen av trykkpressen var det mulig å reprodusere samme tekst i stor skala. I vår tid har digitaliseringen bidratt til at budskaper kan reproduseres i en nærmest ubegrenset mengde i løpet av veldig kort tid. Derfor skulle en tro at utviklingen fra mynter til sedler til elektroniske penger, er en utvikling i retning av større grad av reproduserbarhet. Slik er det ikke nødvendigvis. Mynter og sedler formidler ikke et meningsinnhold som kan kopieres i det uendelige uten at verdien forringes. Kontanter representerer først og fremst verdier. Hvor fristende det enn måtte være, setter dette store begrensinger på i hvilken grad det er mulig bare er å la seddelpressa gå. Før eller siden vil pengene devaluere. Tar man utgangspunkt i de to forskjellige måtene å formidle penger på som ble diskutert ovenfor, blir det klart det er forskjellige ting som reproduseres. For kontanter vil det dreie seg om reproduksjon av verdier. For elektronisk penger derimot vil reproduksjonen dreie seg om de personopplysninger som genereres gjennom bruk av elektroniske betalingstjenester.

Det er i forbindelse med denne egenskapen at det i kjølvannet av de elektroniske pengene har dukket opp en voksende personverndiskusjon. De elektroniske betalingsmidlene avtegner i form av elektroniske spor brukerens

livsmønster. Det er videre først i forbindelse med disse sporene at forskjellen mellom elektroniske betalingstjenester og de eldre analoge betalingsformene sjekk og veksel blir synlig. Sjekker og vekselen gir relativt lite informasjon om pengebruk, ikke minst fordi bruken av dem i hovedsak er begrenset til bestemte typer kjøpsituasjoner og settinger. Vekselen, som er en forløper for seddelen og i praksis et slags gjeldsbrev, var for eksempel kun brukt i forbindelse med transaksjoner mellom handelsmenn og da spesielt internasjonalt. Betalingskortet, derimot, har et mye større og mer variert bruksområde og kan således gi et mye mer detaljert og fortløpende innblikk i kjøpevanene til brukeren. I prinsippet er det ingen store forskjeller. Men når det gjelder muligheter for å reprodusere opplysninger om pengebruk, er forskjellen enorm. Sjekkene forteller om enkeltbegivenheter mens de elektroniske betalingstjenestene skaper hele biografier gjennom å generere profiler eller elektroniske skygger, som kontinuerlig utvikler seg parallelt med bevegelsene på brukernes konti.

2.5 Rom/tid

Det tredje og siste aspektet ved tekniske medier som Thompson diskuterer er at de tillater en bestemt grad av tid-rom distansering. Tid-rom distansering innebærer at den symbolske formen som utveksles løsrives fra produksjonskonteksten. Både romlig og temporalt distanseres det kommuniserte fra den konteksten det produseres i og relokaliseres i den konteksten det mottas i. Alle former for kommunikasjon innebærer en distansering eller bevegelse på tvers av rom og tid, selv om det er store variasjoner. En samtale ansikt til ansikt innebærer en liten grad av tid-rom distansering. Alle som deltar i konversasjonen er til stede på samme sted til samme tid. En samtale som er tatt opp på bånd, derimot, kan høres av andre parter til helt andre tider og på helt andre steder enn der den fant sted. Eksemplet som ble nevnt ovenfor, om finansopplysninger i Roma og Babylon, kan også brukes til å illustrere dette punktet. Selv om det gjorde mer enn den nødvendige nytte, hadde pergamentet som ble brukt i Roma, mindre utstrekning i tid enn de babylonske leirtavlene. Til gjengjeld var pergament trolig mer flyttbart geografisk. Harold Innis' begrepspar time-bias og space-bias kan belyse forskjellen. Pergament har et space-bias, det egner seg særlig til å flytte informasjon gjennom rommet. Leirtavler har et time-bias, de lagrer informasjon over svært lang tid.

Ved å endre kommunikasjonens romlige og temporale forhold, endrer bruken av tekniske medier også de romlige og temporale forholdene som individer kan utøve makt under. De blir i stand til å handle og påvirke på tvers av rom og tid. På grunn av at medier skaper en tid-rom distansering kan de også påvirke folks erfaring av rom og tid i den sosiale tilværelsen (Thompson 1995:22). Gjennom å gjøre det mulig for aktører å kommunisere på tvers av avstander i tid og rom gjør bruken av tekniske medier det også mulig og overskride de romlige og temporale grensene som preger den samhandlingen som skjer ansikt til ansikt. Samtidig blir det også mulig å forandre de romlige og temporale karakteristikkene som preger den sosiale organiseringen (Thompson 1995:31).

Tid og rom distansering er i ikke bare en 'transport-problematikk', men har også rituelle implikasjoner. Den symbolske klassifiseringen av rom og tid utgjør et rammeverk for den erfaringen som vi baserer vår kunnskap om hvem vi er. En endring av det ene innebærer også en endring av det andre.

The reason why submission to the collective rhythms is so rigorously demanded is that the temporal forms or the spatial structure not only the group's representation of the world but the group itself [sic.], which orders itself in accordance with this representation (Bourdieu 1977:163).

Den gradvise økningen i pengenes betydning som betalingsmiddel i løpet av middelalderen tvang kjøpmenn til å utvikle mer nøyaktige og velegnede måter å måle tid på. Men i stedet for at tiden ble målt på nye måter endret selve tiden seg. I stedet for en naturlig tid som fulgte landbrukets og de religiøse ritualenes rytme begynte man å følge en lineær og kronologisk klokkeid. Klokker og bjeller kalte arbeiderne til arbeid og handelsmennene til markedene (se f. eks Johansen 2001). Man oppdaget at tid er en nyttig og knapp ressurs: *tid er penger*.

Helt uproblematisk var det ikke å innføre denne nye tidsforståelsen. "The new definition of time did not pass undisputed by the religious authorities any more than by the urban labourers called to accept the new temporal discipline" (Harvey 1989:229). Kirken ga etter hvert opp sin motstand, mens arbeiderklassen helt opp til våre dager har hatt tid som en av de sentrale kampsakene.

The battles over minutes and seconds, over the pace and intensity of work schedules, over the working life (and rights of retirement), over the working week and day (with rights to free time), over the working year (with rights to paid vacations) has been, and continues to be, royally fought (Harvey 1985:8).

Det oppstår en tidsforståelse som er tilpasset pengene og som gjør det mulig å sette en pris på tiden. Men innførselen

av klokketid får også implikasjoner for forståelsen av rommet. Først og fremst av hensyn til jernbanen ble alle de forskjellige lokale tidsmålingene på slutten av 1800-tallet byttet ut med en samordnet nasjonal tid. Først ut var England i 1843 (Johansen 2001). USA byttet i 1883 ut lokale tider med en sammenhengende og nasjonal tid. Før det skapte de over 200 forskjellige lokale tidene som de transkontinentale togrutene fra New York til San Francisco passerte problemer både når det gjaldt togenes presisjon og pålitelighet og ikke minst i forhold til de reisende som hadde en usedvanlig forvirrende rutetabell å forholde seg til. Året etter i 1884 blir de første stegene tatt for å komme frem til en internasjonal avtale over meridianer og tidssoner. Den teknologiske utviklingen spesielt på 1800-tallet setter fart i etableringen av enhetlig lineære og abstrakte tid som en universell standard. Igjen legge man merke til Careys påminnelse om at den rituelle og den forflyttende kommunikasjonen ikke er gjensidig utelukkende. På den ene siden har bidrar telegrafene og toget til å skape en ny type fellesskap, nasjonen. Samtidig som de årsaker som ligger til grunn for bl.a innførselen av nasjonal tid på den annen side, handler om å rasjonalisere og ikke minst økonomisere forflytningen eller transporten av mennesker og varer ved hjelp av toget og informasjon ved hjelp av telegrafene.

Alle former for tekniske medier har betydning for de romlige og tidslige aspektene ved den sosiale tilværelsen og den gradvise utviklingen av telekommunikasjon har i så henseende hatt en særdeles stor effekt. Før tele- og informasjonsteknologien var den romlige utbredelsen av informasjon avhengig av fysisk transport. Men allerede med utviklingen av telegrafene og senere telefon kunne informasjonen flyttes geografisk uten at fysisk transport med tilhørende tidstap var nødvendig. "The advent of telecommunication thus resulted in the uncoupling of space and time, in the sense that spatial distanciation no longer required temporal distanciation" (Thompson 1995:32). Medienes tid-rom-distansering kan sies ha skape en feedback-effekt, Det er i denne sammenhengen at det som Lash og Urry kaller for *space-adjusting technologies* spiller en sentral rolle, det vil si teknologiske former som endrer erfaringen av rom og tid: "Time-space convergence brought about by 'space adjusting' technologies refers to the diminution of time it takes for mobility from one place to another" (Lash & Urry 1994:26). Måten teknologien endrer erfaringen av tid og rom på medfører ofte endring i spredningen av økonomiske, sosiale og politiske ressurser. I likhet med mange andre teknologiske medier gjelder dette også penger, både betraktet som et symbol for bytte og som en artefakt.

Siden både tid og rom har sin pris, fremskaffer en minskingen av den tid det tar og reise fra et sted til et annet også en tid-kost konvergens. Dette kan ha stor betydning for hvordan det geografiske rommet oppfattes. Et illustrerende eksempel på dette forholdet er forskjellen i hvilke utslag introduksjonen av henholdsvis tog og fly fikk. Transport ved hjelp av tog minker tiden like mye mellom småsteder som mellom store byer. Fly, derimot, forandrer dette forholdet. Flyet gjør reisetiden mellom de store hovedflyplassene kortere, mens tiden det tar å reise innenfor samme nasjon fra storbyene og til de mindre stedene i distriktene blir relativt sett lenger. Det tar kortere tid å reise fra Bergen til London, enn det tar fra Bergen til Odda. Følgen av dette er at den relative beliggenheten, hvordan man er knyttet opp mot det globale kommunikasjonsnettverket, blir viktigere enn den absolutte geografiske beliggenheten. Finansstrøket the City i London kan illustrere dette samspillet mellom tid-rom distansering og *time-space* adjusting. Opprinnelig var det bestemt ved lov at alle banker måtte ligge innenfor en radius på 700 yards avstand fra børsen. Dette på grunn av at den foretrukne informasjonsteknologien i Citys tidlige fase, løpeguttene, skulle rekke å gjennomføre oppgjørsløpene hver time (Thrift 1994:343). I dag er City et av de ledende eksemplene på de mektige globale sentra som fungerer som noder eller kontrollpunkter til en globale strømmen av kapital og dermed også som ledende lokaliteter for store finansselskaper (Sassen 1991 :3).

En generell tendens ved utviklingen fra direkte varebytte, mynter, sedler og til slutt til elektronisk betalingsmidler er at det skjer en effektivisering i måten informasjonen om økonomiske verdier flyttes på. Det kan tegnes opp en grov skisse med fire faser:

1. Tuskhandel. Denne transaksjonsformen har store begrensninger. For det første må verdiene fraktes i vareform fra marked til marked. Den geografiske mobiliteten er derfor relativt begrenset. For det andre har varer en begrenset likviditet. Selve handelen kompliseres ved at handelsmenn ofte må gjennom flere ledd og transaksjoner for å få byttet til seg det de er ute etter.
2. Mynter. I stedet for varene frakter man symbolet for vareverdiene i form av mynter. Innenfor byttehandelen og gavebyttet er informasjon et av de viktigste kriteriene som aktørene vil være ute etter, i hovedsak informasjon om troverdigheten og lokaliseringen til eventuelle motparter i byttehandelen. En standardisert pengeenhet gjør dette behovet overflødig. Mynter gjør det også unødvendig å finne en byttepartner som egner seg, dvs. som har de riktige varene til rett tid og sted og som er tilstrekkelig tillitsfull, siden mynter uten nevneverdige problemer kan brukes om igjen på et senere tidspunkt. Med en gang pengene er betalt kan forholdet mellom handlespartene avsluttes fremfor å bli utvidet inn i fremtiden i form av løfter eller andre forpliktelser. Mynter er verken bærer av eller formidler av den informasjonen som kreves i byttehandel eller barter. I stedet erstatter pengene denne informasjonen med sin egen. At de kan brukes om igjen i fremtiden, og at andre medlemmer av samfunnet eller den sosiale gruppen vil akseptere det som betalingsmiddel og at pengene representerer de verdiene som angis og vil

fortsette å gjøre det over tid.

3. Sedler. Både seddelen og vekselen skiller seg fra både varen og mynten ved at de ikke har noen egenverdi. Nasjonalvaluta er typisk i den forstand at seddelens verdi er garantert av en passiv tredje part, staten representert ved nasjonalbanken. Dette er ikke uten betydning for de involvert i en økonomisk transaksjon siden det begrenser behovet for tillit mellom dem. Seddelen innebærer også hva man i dag ville kalt for en klar forbedring av brukervennlighet. Ikke minst når det gjelder større summer var det praktisk talt en lettelse for handelsmennene å bytte ut pengekladd med en mer hendig papirlapp.
4. Den elektroniske betalingsformidlingen. Denne måten å formidle penger på er av adskillig eldre dato enn man gjerne tror. Det er naturlig å også inkludere den telegrafiske og senere telefoniske betalingsformidlingen sammen med den digitale. Dette skaper muligheter for øyeblikkelig kommunikasjonen, først med telegrafene og senere den telefoniske overførselen av penger. Den umiddelbare forskjellen er først og fremst at pengene ikke lenger må fraktes fysisk.
5. Tilslutt den digitale formidlingen av penger. Både den telegrafiske og telefoniske overførselen av penger kan sies å være en primitiv utgave av dette. Men en viktig videreutvikling ligger i at pengemediet selv blir et digitalt kommunikasjonsnettverk. Global kommunikasjon bygges inn i pengene. Pengene er aldri fysisk tilstede, i stedet foregår overførselen i et elektronisk nettverk. En annen forskjell som allerede har vært behørig drøftet er at informasjon om pengebruk konvergerer med pengene. Grensen mellom informasjon om verdier og informasjon om forflytning, dvs. bruk, av verdier viskes ut. I tillegg skaper de digitale betalingssystemene potensielt globale samtidighets relasjoner. Direkte forbindelse mellom personer på vidt adskilte steder:

[...] with the uncoupling of space and time brought about by the telecommunication, the experience of simultaneity was detached from the spatial condition of common locality. It became possible to experience events as simultaneously despite the fact they occurred in locales that were spatially remote. In contrast to the concreteness of the here and now, there emerged a sense of 'now' which was now longer bound to a particular locale (Thompson 1995:32).



3. Pecunia non olet : penger lukter ikke

I dette kapitlet skal jeg drøfte noen aspekter ved Georg Simmels *The Philosophy of Money*. Når Simmel både som modernitetsteoretiker og pengefilosof er relevant i denne omgang, er det spesielt med henblikk på hvordan han mener pengene former individenes erfaring av virkeligheten. Modernitet er for Simmel den levde erfaringen av det moderne samfunnet. Det er individenes erfaring av det moderne samfunnslivet i større grad enn samfunnslivet selv som Simmel analyserer, en erfaring som ikke bare berører den indre responsen på omgivelsene, men også omgivelsenes inkorporering i individenes indre liv. I *The Philosophy of Money* som ble skrevet på slutten av 1800-tallet, er Simmel først og fremst opptatt av å studere penger som en kulturell kategori. Han var ute etter å etablere en pengefilosofi. En slik filosofi, måtte i følge Simmel, ligge på hver sin ytterside av den økonomisk teorien. På den ene siden måtte den presentere de forutsetninger som med utgangspunkt i mentale tilstander, sosiale forbindelser og i virkelighetens og verdienes logiske strukturer gir pengene mening. På den annen side skulle en pengefilosofi også studere pengenes effekt på det indre liv, på individenes vitalitet og på sammenkoblingen av deres skjebner:

The one part seeks to make the essence of money intelligible from the conditions and connections of life in general; conversely, the other part seeks to make the essence and organization of the latter intelligible from the effectiveness of money (Simmel 1990:54).

Det at to mennesker utfører en handel seg i mellom er med andre ord ikke bare et økonomisk faktum. Og pengene som brukes for å gjennomføre denne handelen er heller ikke kun økonomiske størrelser. Penger er for Simmel ikke bare en praktisk-økonomisk innretning eller et tegn kun for bytteverdi. ”I hver av livets detaljer er det mulig å finne dets mening i sin helhet”, skriver Simmel (sit. i Johansen 1996:72). Selv de minste detaljer er forbundet direkte eller indirekte med helheten, og penger er et av de fremste uttrykkene for dette:

Siden motsetningen når et høydepunkt her, mellom det som tilsynelatende er aller mest overfladisk og uvesentlig, og livets indre substans, må den mest virkningsfulle forsoning finne sted om dette særlige faktum ikke bare gjennomtrenger...den åndelige verden over hele dens utstrekning, men også viser seg som selve symbolet for denne verdens essensielle bevegelsesformer (Johansen 1996:72, Simmel 1990:55).

For Simmel er studiet av penger en anledning til å analysere hele den moderne tilværelsen. Han er ikke spesielt opptatt av hvordan penger fungerer som et økonomisk instrument i flyten av transaksjoner. I stedet ser han på hvordan pengene skaper sosiale relasjoner ikke bare mellom mennesker men også mellom mennesker og ting og mellom mennesker og samfunnslegeme. Hans tilnæringsmåte til penger er analog med det Carey kalte for en rituell tilnærming til kommunikasjon. Simmel studerer ikke hvordan penger er bærer av informasjon om verdier som flyttes fra et sted til et annet, men hvordan pengene konstruerer og vedlikeholder en meningsfull og velordnet kulturell verden (Carey 1992:18). Simmels studie omhandler kort sagt ikke penger per se, men setter fokus på hvordan penger uttrykker sentrale aspekter ved det moderne samfunnslivet.

Noen utfyllende kommentar til dette omfattende verket er det ikke rom for her, i stedet kommer jeg til å fokusere på de tingene som er mest relevant i denne sammenheng. Ordtaket i tittelen på dette kapitlet, *penger lukter ikke*, beskriver et av særtrekkene ved penger som Simmel gjentatte ganger kommenterer : Nøytralitet.

Dette eldgamle ordtaket, som ble formulert en eller annen gang i middelalderen, har sitt opphav i en enda eldre anekdote fra antikken. Den romerske keiser Vespasian innførte på 70-tallet (e.kr.) en urinskatt i Roma. De romerske klesmakerne som brukte avfall fra de offentlige toalettene i behandlingen av ull, måtte dermed betale for denne tidligere gratis ressursen. På tross av statens mangelfulle inntekter syntes Vespasians sønn Tito at dette var en litt drøyt måte å tjene penger på. Indignert tar han derfor dette opp med sin far. En overbærende Vespasian tar da frem en mynt samlet inn på den første innkrevingsrunden, holder den under nesen på Tito og spør om han plages av lukten. Tito svarer benektende på dette. ”Atquin e lotio est,” konkluderer Vespasian- ”og likevel kommer den altså fra urin” (Riis Gundersen 1998:2).

Som symbol for bytteverdi fjerner pengene alle verdiskalaer som varene kan tenkes å underlegges. Kun pengenes egen verdiskala, prisen beholdes.

To the extent that money with its colourlessness and its indifferent quality can become a denominator of all values

[...] it becomes the frightful leveller – it hollows out the core of things, their specific values and their uniqueness and incomparability in a way which is beyond repair. They all float with the same specific gravity in the constantly moving stream of money (Simmel 1997: 178).

Pengenes funksjon som betalingsmiddel og verdistandard er ut over de rent økonomiske verdiene helt uberørt av hva de angir verdien til og ikke minst hvem som bruker dem. De kan konvertere møkk til gull, og en femtilapp er fremdels bare en femtilapp selv om det er kongen som har den i lomma. Dette gjelder ikke bare de objektene som det betales for, men også de aktører som er involvert i handelen. Penger tilfører transaksjoner og de involverte en slags objektivitet: "Money's lack of quality thus brings with it the lack of quality in the persons who are givers and receivers of money" (Simmel 1997:240). I tillegg til de økonomiske funksjonene har penger en sosial ekstrafunksjon gjennom å definerer den kontekst de brukes i samt brukerne. De virker som hva Goffman ville kalt *frames*. Det å gi noe en pris, er ofte forbundet med en moralsk degradering. Den motviljen man ofte har mot å sette en pris på de nære og intime ting skyldes at det i disse tingenes verdi oversettes fra en verdiskala til en annen, fra en personlig og kvalitativ verdiskala til en objektiv og kvantitativ fjernes de egenskapene som i utgangspunktet gjorde at de hadde en personlig verdi. Av samme grunn er det ikke i alle sammenhenger at en vil ta betalt for de tjenester eller varer en leverer. Overfor familie og venner foretrekkes ofte en annen transaksjonsform gavebyttet. Simmels analyse av penger kan sees i forhold til Marcel Mauss' analyse av gavebyttet. Gavebyttet representerer en transaksjonsform som er helt motsatt av pengene. Gavebyttet kan dermed bidra til å tydeliggjøre hvilke situasjoner og relasjoner pengene skaper. Mens gavebyttet vil markere og vedlikeholde en forpliktende og varig sosial forbindelsen, blir den slags, fjernet eller underkommunisert av betalingen. Tjenester og gaver gir man bare til noen utvalgte få, betaler man er det irrelevant til hvem:

Whenever I buy for money's sake it is irrelevant from whom I buy what I want as long as it is worth its price. But wherever one pays for something with a service or personal commitment of an internal or external kind, then one carefully checks the person one is dealing with because we do not wish to give away to anybody anything that belongs to us except money. The statement on bank notes to the effect that their value is paid to the bearer 'without proof of identity' typifies the absolute objectivity with which money transactions operate (Simmel 1990:436).

3.1 Gavebyttet

I den antropologiske klassikeren *Gaven* beskriver Marcel Mauss hvordan gavebyttet er et 'totalt' sosialt fenomen: Å bytte gaver ikke bare er en rent økonomisk institusjon men at gaven er en sosiale kontrakt som er et uttrykk for religiøse, juridiske, moralske institusjoner (Mauss 1990:3). Han analyserer gavebyttet i områder som Polynesia og den amerikanske nordvestkysten og viser hvordan gaven er en sentral institusjon i samfunnslivet generelt. I forhold til pengenes nøytralitet og betalingens manglende utstrekning kan Mauss' gaveteori komme med nyttige innsikter.

Klær og våpen
Er vennegaver,
Slikt gjør vennskapet synlig;
Det vare lengst om lykken er god,
Når venner utveksler gaver.

I dette verset fra *Håvamål* (vers 41) kommer et viktig trekk ved gavebyttet frem. Hensikten med gaveutvekslingen er ikke byttet av objekter, men etableringen eller vedlikeholdet av et sosialt forhold som skal vare over tid. Det handler om å skape en lojalitetsforbindelse mellom aktører. Lojalitetsforbindelser som kommer til uttrykk gjennom forpliktelser om å gi tilbake. Er man i et kynisk sinnelag kan man si at skillet mellom gavebyttet og tuskenhandel er tid. En gave skal aldri gjengjeldes med en gang. Tiden er en forutsetning for at et sosialt bånd kan etableres. Forsinkelsen til tilbakebetalingen skaper både en forventning og en tillit mellom partene om at de er sammen om noe. Gavens verdi er ikke umiddelbart knyttet opp mot en økonomisk verdi, men opp mot et ideal om å gi noe av omtanke. Gavens verdi er forbundet med den sosiale forbindelsen som gaven oppretter og/ eller vedlikeholder. Den er en markering av en sosial forbindelse over tid. Careys rituelle forståelse av kommunikasjon kan med fordel overføres på gavebyttet. Utvekslingen av gaver dreier seg ikke så mye om overføringen av varer og tjenester som "the construction and maintenance of an ordered, meaningful cultural world that can serve as a control and container for human action" (Carey 1992:18).

Gaveteorien til Mauss vekker fremdels gjenklang hos den moderne leser. De mekanismer og prinsipper Mauss avdekker er fremdeles tilstede i en moderne gaveøkonomi. Men gaveøkonomien er ikke lenger en grunnleggende institusjon som berører et vidt spekter av samfunnslivet. I stedet er den i prinsippet lukket inne i intime sosiale settinger. Utvekslingen av gaver er i dag en viktig del av de ritualer hvor intime Gemeinschaft-relasjoner iscenesettes. Gavens sosiale betydning er i det moderne samfunn forsterket ved at den står i et motsetningsforhold til pengene. Dette kommer klart til syne i det offentlige roms gaver, for eksempel mellom arbeidskolleger. Gaven markerer at forholdet mellom giver og mottaker rommer noe mer enn bare kontraktsbundne og anonymiserende relasjoner. Motsatt vei kan det være et gedigent sosialt overtramp å gi penger i stedet for en presang til de som står en nær fordi man risikerer å signalisere en distansering fra mottakeren. Gavebyttet involverer hele personer. I utvekslingen er det ikke bare økonomiske aktører som tar del, men også venner, slektninger, kollegaer, osv. Siden det handler om å gjøre vennskap synlig, utføres det seremonier og ritualer i tilknytning til gaveutvekslingen. Denne økonomiske formen er fremdeles tilstede i moderne samfunn i form av gaveseremonier ved for eksempel julaften og fødselsdager. Hensikten med gaven ligger i den symbolske markering av sosiale relasjonene mellom venner, familiemedlemmer, kolleger, osv.

Blant de mer subtile innslagene i disse seremoniene er at gavens pengeverdi blir forsøkt underkommunisert. Henvisningen til pengeøkonomien er viktig å fjerne fordi det er en transaksjonsform som ikke er forenlig med gavebyttet. Ikke bare fordi pengene i kraft av et kort tidsperspektiv representerer sosiale forbindelser som er flyktige og uforpliktende, men også fordi de er nøytrale. I motsetning til penger er ikke gaven karakterløs. Marcel Mauss bruker det polynesiske ordet *mana* på dette forholdet. Dette er en term som er vanskelig å oversette men det betyr omtrentlig at gaven inneholder avsenderens åndelige essens. Hos maoriene oppfatter man høyst bokstavelig at man gir noe av seg selv når man gir noe. Nå har dette punktet i Mauss sin analyse vært gjenstand for en del kontrovers slik at en som en generell betraktning ikke bør ta det for bokstavelig (se. f.eks. Parry:456). Det man derimot kan si på en mer generell og sekularisert måte, er at i forbindelse med gavebyttet eksisterer det en uklar grense mellom personer og ting: Gaven er ladet.

Gaven fungerer som en metonymi ikke bare for forholdet mellom giver og mottaker, men først og fremst for giveren: Når man gir en gave gir man noe av seg selv og legger det i hendene på den man gir det til. Dette er også en av grunnen til at en ofte er skeptisk til å motta gaver fra personer en ikke liker, eller gaver som enten undervurderer eller overvurderer forholdet mellom giver og mottaker. Spørsmålet "hva skal jeg gi?" er også et spørsmål om hvem er jeg og hva mitt forhold til mottakeren er. Vi liker å tro at gaver er noe som blir gitt uten noen andre baktanker enn å glede mottakeren. Gavene inngår likevel i et subtilt regnskap: "A gift is received 'with a burden attached'" (Mauss 1990: 41).

Gaveøkonomi er egnet til å beskrive hvordan det å utveksle noe også innebærer å være del av noe, en gruppe eller et samfunn. Verdien av gavebyttet er ikke representert gjennom de økonomiske verdiene som er i sving. Verdien er uttrykk for det felleskap og de allianser som gavebyttet generer. Mauss demonstrerer hvordan mottagelsen av en gave "automatically implies the acceptance of any number of well recognized social obligations which go with it" (Crump 1990:96). Et eksempel på dette er de gaver som i det minste tradisjonelt er blitt gitt ved overgangsriter som konfirmasjon og giftemål. Gavene reflekterer ofte den tilstand som mottakerne er på vei inn i. Når man er konfirmasjonsselskaper bugner gavebordet over av ting som konfirmanten trenger i nær fremtid: Barbermaskiner, bunadsmykker, penger til førerkort osv. I bryllupene gis det kjøkkenutstyr, hvitevare, brunevarer, nips til stuen og hvis det hele ikke var planlagt: babyklær, barnevogner, navnebok osv.

I dette ligger det som allerede nevnt også at en gave gis av omtanke. Men når penger er involvert, forholder man seg til likegyldig til hverandre, som om man kun er økonomiske aktører: "The desirable party for financial transactions – in which it has been said quite correctly, business is business – is the person completely indifferent to us, engaged neither for us nor against us" (Simmel 1990: 227). Av og til havner vi i den situasjonen at venner eller andre personer som står oss nær forsøker å selge oss noe vi overhodet ikke er interessert i. Et tilbud om kjøp er relativt lett å avslå selv i disse tilfellene. Får vi derimot tilbud om å få tingene som gave, blir det straks mer komplisert. I det øyeblikket prisen fjernes byttes rollene, man går fra å si nei til en selger til å si nei til en venn. Siden det å gi og det å motta gaver er en handling ladet med mye sosial mening blir også det å avslå å gi eller motta en gave betydningsfullt. Hele hensikten med å utveksle gaver er å skape fellesskap. Disse fellesskapene fungerer gjennom de økonomiske sfærene hvor varer og tjenester flyter. Skal man være en del av dette må man også delta i denne flyten. Det å si nei til noe blir da også et nei til noen. Man risikerer å bli ekskommunisert. "To refuse to give, to fail to invite, just as to refuse to accept, is tantamount to declaring war, it is to reject the bond of alliance and commonality" (Mauss 1990:13).

En pengetransaksjon har ingen varighet i den forstand at det sosiale forholdet som er mellom kjøper og selger heller ikke har noen utstrekning i tid. I stedet er det et lukket og klart begrenset forhold hvor det i liten grad eksisterer forpliktelser og lojalitetsbånd som går over tid. Som betalingsmiddel er penger tilpasset et samfunn preget av stor individuell mobilitet både på kryss og tvers av sosiale lag. Folk foretar også i form av kontinuerlig skifter mellom

forskjellige roller samtidig som de hele tiden inngår i mer eller mindre uforpliktende sosial relasjoner med andre aktører. De sosiale relasjonene som pengene kommuniserer er av en helt annen type enn de relasjonene som følger av gavebyttet: Man forplikter seg ikke til noen ved å kjøpe, og man distanserer seg ikke fra noen ved å la være. Denne forskjellen er det naturlig å knytte sammen med forskjellen i den informasjonen som formidles gjennom henholdsvis gaver og penger. Penger, som Simmel er inne på, formidler ikke noen annen informasjon enn sin egen. Gaven på sin side er ikke så mye en ren økonomisk størrelse som et uttrykk for en konkret mellommenneskelig relasjon. Gavebyttets grunnleggende funksjon er på mange måter å skape eller vedlikeholde en varig sosial relasjon og forpliktelse mellom aktører. Både eksklusjons- eller inklusjonsmekanismene blir dermed mye sterkere i gavebyttet.

3.2 Storbyen og pengene

Simmels *The Philosophy of Money* er, selv hundre år etter at den ble utgitt, fremdeles et av de få hovedverkene i studiet av penger utenfor den økonomiske teorien. I like stor grad som en studie av penger er dette også en modernitetsanalyse. Det overliggende tema er samspillet mellom på den ene siden penger som instrument for bytte og den moderne samfunnslivet slik det i siste halvdel av 1800-tallet gradvis hadde tatt form, spesielt i storbyene. Den gradvise fremveksten av de europeiske og amerikanske metropolene utgjorde midtpunktet i mange av det nittende århundres analyser av moderniteten. Det å studere moderniteten var for mange, deriblant Simmel, ensbetydende med å studere storbylivet. Dette var en livsform som ble sett i kontrast ikke bare til tidligere tider, men også til de mer underutviklede områdene på landsbygda. Simmels samtidige Ferdinand Tönnies beskrev dette forholdet med begrepene *Gesellschaft* og *Gemeinschaft*. *Gemeinschaft* representerte for Tönnies de ansikt til ansikt relasjonene som eksisterte i små og sosialt lukkede miljøer. Idealutgaven er de forhold som er mellom personer knyttet sammen av slektskap.

Faktisk er det bare ved blodsband og blodsblending at enheten, og følgelig muligheten av, menneskeviljers *Gemeinschaft* fremstår mest umiddelbart; dernest ved stedets nærhet, og endelig – for menneskenes vedkommende – den åndelige nærhet. I denne lagdelingen er grunnlaget for all forståelse å finne (Tönnies (sjekk år):75).

Romlig sett får dette begrepet sitt uttrykk gjennom landsbylivet. Landsbyens beboere forholder seg til hverandre som hele personer, de er naboer, venner, fiender og kunder i ett. Det å gå i lokalbutikken for å kjøpe noe, er også å ta del i et møte mellom gamle bekjente som utveksler sladder og nyheter:

Images of people touching and talking, their communion as their bond, are scenes of subjective life at least established and opened up: *Gemeinschaft* could literally be translated as 'sharing what is within me' (Sennet 1990:24).

Gesellschaft, derimot, betegner det distanserte og uforpliktende forholdet mellom storbyens innbyggere. I stedet for å stå i et enkelt og helhetlig forhold til hverandre er den sosiale personen splittet opp i en rekke forskjellige roller. Man er fremdeles slektninger, venner naboer, kunder osv., men man er det ikke lenger samtidig. Den amerikanske sosiologen Richard Sennet beskriver i sin bok *Intimitetstyrantiet* en tilsvarende distinksjon mellom intimisert og sivilisert samhandling. Begrepet sivilisert stammer fra det latinske *civitas* som opprinnelig betydde de ritualer, følelser og overbevisninger som tar form i byen, *the city* (Sennet 1992:11). Det å være sivilisert betyr å behandle andre som fremmede og å smi sosiale bånd i kraft av distansen samtidig som en beskytter andre fra å oppleve en selv som en byrde (Sennet 1992:14). Livet i det moderne samfunnet hadde ikke vært levelig hvis det ikke hadde vært for denne egenskapen. Hele tiden inntar vi mange forskjellige roller og posisjoner som alle har forskjellige og ofte motstridende egenskaper og krav. Vi har alle de rollene som tilhører den privat sfæren: Barn, foreldre, ektefeller, kjærester, venner osv. Deretter kommer alle de rollene som tilhører den offentlige sfære: arbeidstager, kunde, nabo, forbipasserende på gaten osv. Kontinuerlig skifter vi mellom disse rollene. Hver gang vi gjør dette forandres vi en smule for å imøtekomme de kravene de forskjellige rollene stiller. I tillegg møter vi hele tiden en stor mengde mennesker som vi verken har behov for eller kapasitet til å ha noe mer med å gjøre enn det absolutte minimum. Av den grunn eksisterer det en lang rekke forskjellige innretninger og ideer som har som funksjon å iscenesette sosiale arenaer hvor personer kan samhandle som fremmede. Penger kan sies å inngå som en av disse innretningene.

Mens de ting som sirkulerer gjennom gavebyttet og barterhandelen ikke er klart adskilt fra aktørene, blir dette skillet klart markert når pengene kommer inn i bildet. På samme måte som aktørene reduseres til betalere og mottaker, reduserer pengene også varenes kvaliteter. Innenfor selve transaksjonen har varene bare pris. I likhet med gavebyttet

og spesielt byttehandelen inneholder pengetransaksjonen et element av tillit, men dette er en tillit ikke mellom deltakerne i men til byttemiddelet- pengene. Pengenes nøytralitet fjerner eventuelle kvaler Vespasian måtte ha for å kreve inn kloakkskatt De lukter ikke, de fjerner eventuelle andre verdiskalaer som kan tenkes å være tilstede i transaksjonen. Dette gjelder ikke bare de objektene som det betales for men også de aktører som er involvert i handelen. Det betyr at diverse sosiale rangeringsprinsipper, for eksempel klassetilhørighet, alder, kjønn, rase etc. i prinsippet ekskluderes i kjøpsituasjonen. Pengene skaper dermed nøytrale arenaer hvor de involverte aktørene er likestilt. Som en aktør i storbyens markeder er man ikke en person men en 'tom' økonomisk aktør. Den umiddelbare konsekvensen av dette er at penger er like mye verdt for alle. Dette må ikke forveksles med en av demokratiets grunnleggende forestillinger: At alle er like mye verdt. Det er snarere motsatt:

Just as money per se is the mechanical reflex of the relative value of things and is equally value to everyone, so within money transactions all persons are of equal value, not because all but because none is valuable except money (Simmel 1990: 432).

Simmel presenterer en annen, om ikke nødvendigvis fullstendig avvikende versjon, av fremmedgjøringstesen som man finner hos hans mer eller mindre samtidige kolleger Durkheim, Weber og Marx. Disse konsentrerer seg enten om industrisamfunnets funksjonelle arbeidsinndeling og differensiering (Durkheim), den kapitalistiske produksjonsmåten logikk og sosiale konsekvenser (Marx) eller formålsrasjonalitetens dominans (Weber). Hos Simmel er det mengden og sirkulasjonen av objektivert kunnskap som er problemet (Rasmussen 1995:17-18). I likhet med en sentral ide om individet i informasjonssamfunnet skaper mangedoblingen av kulturelle tendenser og informasjonsstrømmer identitetsproblemer. Men i denne sammenhengen er det ikke mengden av inntrykk, men måten de erfares på som står sentralt, først og fremst representert i sammenhengen mellom pengeøkonomien og den økende objektiveringen av det moderne samfunnslivets komponenter. Objektiveringen gir seg som det ble gjengitt tidligere i kapitlet også utslag i aktørenes tilnærming til sine omgivelser. Dette henger mer sammen med penger som verdimål enn som byttemiddel. I den forstand som ble gjengitt tidligere i kapitlet at de ting og aktører som kommer i kontakt med pengene får sin subjektive og individuelle verdier erstattet med den nøytrale og universelle skalaen av pengeverdier. Simmel sammenligner den kalkulerbare og matematiske karakteren til pengene med klokketiden:

Like the determinations of abstract value by money, the determination of abstract time by clocks provides a system for the most detailed and definite arrangements and measurements that imparts an otherwise unattainable transparency and calculability to the contents of life, at least as regards their practical management (Simmel 1990: 446).

Penger er for Simmel et av de klareste uttrykkene for den moderne objektiverte samfunnet. Som betalingsmiddel distanserer pengene individene fra hverandre.

Money transactions erect a barrier between persons, in that not only one of the the two parties to the transaction receives what he actually wants, what corresponds to his specific needs, whereas the other party to the transaction, who only receives money, has to search for a third party to satisfy his needs. The fact that both enter the transaction with a completely different *kind* of interest adds a new element of estrangement to the antagonism that is already brought about by opposing interests. In the same manner, it has already been suggested that money results in a universal objectification of transactions, in an elimination of all personal nuances and tendencies, and, further, that the number of relationships based on money is constantly increasing, that the significance of one person for another can increasingly be traced back, even though often in a concealed form, to monetary interests (Simmel 1990:477).

I en tilværelse preget av kontinuerlig mobilitet og skifte av inntrykk og roller blir denne egenskapen ved pengene også en forutsetning for å kunne hankes med det rastløse bylivet:

In this way, an inner barrier develops between people, a barrier however, that is indispensable for the modern form of life. For the jostling of the crowdedness and the motley disorder of metropolitan communication would simply be unbearable without such psychological distance.(...) The pecuniary character of relationships, either openly or concealed in a thousand forms, places an invisible functional distance between people that is an inner protection and neutralization against the overcrowded proximity and friction of our cultural life (:477).

De forhold og normer som oppstår rundt pengene er den moderne storbyens variant av den siviliserte væremåte og omgangstone som i følge Sennet var en viktig del av livet i den klassiske byen. Den siviliserte distanseringen strekkes ut gjennom etableringen av en indre barriere (Rasmussen 1995:32). Det oppstår hva Sennet kaller for frykt for eksponering (*exposure*) (Sennet 1990: xii). Denne frykten inneholder en militarisert oppfattelse av den hverdagslige erfaringen, det er en modell som beskriver tilværelsen som en veksling mellom angrep og forsvar. Dette blir merkbart i utførelsen av dagliglivets aktiviteter hvor det utvikles standarder som segmenterer omgivelsene i indre beskyttende og ytre truende lag. Simmel beskriver pengene som en dørvakt som frigjør oss fra direkte kontakt med våre omgivelser:

In so far as money is the symbol as well as the cause of making everything indifferent and of the externalization of everything that lends itself to such a process, it also becomes the gatekeeper of the most intimate sphere, which can then develop within its own limits (Simmel 1990:470).

Det er viktig å skille mellom inndelingen av en privat og en offentlig sfære på den ene siden og mellom en objektiv ytre verden og en indre subjektiv verden på den andre. Når Simmel her snakker om intimsfæren, henviser han først og fremst til den subjektive erfaringsverden utenfor pengeøkonomiens grep. Et uttrykk for forskjellen mellom gavebyttet og pengeøkonomien er at innenfor sistnevnte er det en tendense til å oversette selv de subjektive og kvalitative sidene ved livet til objektive og kalkulerbare enheter:

Since money measures all objects with merciless objectivity, and since its standard of value so measured determines their relationship, a web of objective and personal aspects of life emerges which is similar to the natural cosmos with its continuous cohesion and strict causality (Simmel 1990: 431).

Livet knyttes sammen av et nettverk av objektive og personlige aspekter. Dette nettverket er igjen bundet sammen av den allestedsnærværende pengeverdien. Simmel drar en analogi til naturvitenskapens syn på naturen og sammenligner penger med energi. Begge opptrer i utallige former samtidig som deres ensartede form og muligheten for å forandre spesifikke former til hvilke som helst andre skaper et forhold mellom alt:

Just as every emotional accentuation has disappeared from the interpenetration of natural processes and has been replaced by an objective intelligence, so the objects and relationships of our practical world, inasmuch as they form increasingly interconnected series, exclude the interference of emotions (Simmel 1990: 431).

Den formen de økonomiske transaksjonene får gjennom penger, gir seg utslag i at individene får et forhold til sine omgivelser som ikke er bestemt av subjektiv vilkårlighet. Det er på mange måter dette som er den indre barriere som pengene, i følge Simmel, reiser mellom individene. Med tanke på diskusjonen som kommer i neste kapittel, kan forskjellen mellom gavebyttet og pengeøkonomien også uttrykkes gjennom en forskjell i sosial kompetanse eller en ulikhet i blikket den betalende eller gave-giveren har på sine omgivelser.

3.3 Metis & Techne

Fra den greske antikken har vi begrepsparet *metis* og *techne*. Odyssevs var hyllet for å ha *metis* i overflod og for å bruke det til å overvinne sine fiender og finne veien hjem. Skal man oversette til norsk, vil man kanskje velge ord som sluhet eller listighet. Men i vid forstand representerer *metis* et spekter av praktiske egenskaper og kunnskap tillært som respons på konstante endringer i menneskelige og naturlige miljø (Scott 1998:313). De fleste menneskelige aktiviteter krever en viss grad av *metis*, men noen gjør det i større grad enn andre. Spesielt hvis de krever tilpasning til lunefulle omgivelser slik som for eksempel å seile, kjøre bil, sykle osv.. Ordtaket *øvelse gjør mester* referer til disse tingene som mestres best av en kompetanse tillært gjennom prøving og feiling. *Metis* er mest nødvendig i situasjoner som ligner hverandre uten å være fullstendig identiske. *Metis* motstår forenkling i form av regler og prinsipper fordi de miljøer som kompetansen utøves innenfor er så komplekse at de formelle prosedyrene i den rasjonelle beslutningsprosessen er mer eller mindre ubrukelige.

Da de første europeiske settlerne slo seg ned på den nord-amerikanske østkysten, henvendte de seg til de lokale urinnbyggerne for råd om når de burde sette i gang våronna. Rådet de fikk var å plante kornet når eikebladene var på størrelse med øret til et ekorn. I dette rådet ligger en kunnskap basert på finslepne observasjoner om rekkefølgen av naturens begivenheter utover våren (:311). Blant de mer trivielle tingene den belgiske astronomen og

matematikeren Adolphe Quetelet rettet sitt vitenskapelige blikk mot, var problemet om når liljene ville blomstre i Brussel. Etter møysommelige observasjoner kunne han konkludere at blomstene blomstret "when the sum of the squares of the mean daily temperature since the last frost added up to (4264C) squared" (Scott 1998:312). Quetelet hadde en annen tilnærming til botaniske spørsmål enn de amerikanske indianerne. Indianerens løse tommelfingerregler er byttet ut med en formell og presis teknisk kunnskap, *techne*, som uttrykkes gjennom harde og presise regler og prinsipper. *Techne* er karakterisert av en upersonlig ofte kvantitativ presisjon. Mens *metis* er kontekstuell og partikulær, er *techne* abstrakt og universell. Universaliteten kommer av at *techne* er organisert analytisk ned til små eksplisitte logiske steg. Matematikk er da også det fremste eksemplet på *techne*. Anders Johansen beskriver hvordan Bembakvinnene fører regnskap over hirsebeholdningen ved måle mengden etter merker i kornkammerets vegger (Johansen 2001, se også Richards 1969). Denne tillærte kunnskapen er typisk for *metis*. Den lar seg ikke abstraheres til generelle allmenngyldige regler og kan heller ikke overføres fra kornkammer til kornkammer. Den representerer en kunnskap som er basert kvinnes årelang erfaring med sine egne kornkammer:

[...] gjennom en langvarig læringsposess, år for år, tilegner de eldre kvinnene seg litt etter litt evnen til å bedømme hvor lenge en haug korn vil vare, og hvor ofte det er forsvarlig å brygge øl...Slike anslag uttrykker de for eksempel ved å si "Denne maten kommer til å vare til gresskarene er modne"(Richards 1969:89 sit. i Johansen 2001, ingen sidetall)

Overgangen fra naturalhusholdningen til pengeøkonomien krever en omstilling fra den praktiske kunnskapens individuelle og subjektive erfaring og til objektive og kalkulerbare enheter; Fra *metis* til *techne*. I møte med pengeøkonomien faller Bembakvinnenes evne til å planlegge fremtiden fra hverandre. Forrådene blir solgt videre, ofte til laveste pris og uten tanke for sulten som venter i neste omgang (Johansen 2001, Richards 1969: 217). Legg merke til den tidsoppfattelsen som er implisert i disse eksemplene fra 'primitive' samfunn. Tiden henger sammen med den hverdagslige erfaringen. Våren er ikke noe som inntreffer på bestemte punkter i kalenderen, men noe som inntreffer i takt med begivenhetenes gang. Dette i motsetning til klokketiden. Klokketiden er en ren kvantitativ størrelse- abstrakt, tom og løsrevet fra den hverdagslige erfaringen. Handlingens tid, derimot, består av lang rekkefølge av begivenheter. Innenfor en slik tidsforståelse er fremtiden uvirkelig siden de handlinger som fyller den ennå ikke har funnet sted.

Om de ikke forbrukes, blir pengeverdiene *akkumulert*. Eieren forholder seg indirekte til dem, dvs. han oppfatter dem som investeringer, og han plasserer dem, henvendt mot en åpen og fraværende fremtid, for at de skal realisere en helt ny økonomisk tilstand. I en bruksorientert økonomi blir godene *hamstret*. Får den 'tradisjonelle bonden' en god høst, da sår han ikke ut et større areal – da sanker han i lader. Han foregriper ikke det nye, han er forsiktig forutseende. Derfor ofrer han en mulig uvirkelig produksjonsøkning til fordel for de virkelige, nærværende goder som gir ham trygghet innenfor nå'ets horisont. (Johansen 2001).

Dette er også et eksempel på *space-time adjusting* og hvordan ulike økonomiske former er nedlagt bestemte former for tidsorientering. Pengene skaper en definisjon av virkeligheten som bare kan "forekomme under forutsetning av abstrakt, lineær tid ettersom de innebærer kalkulasjon på en hypotetisk, i og for seg tom, framtid (Johansen 2001). Oversetter man *metis* og *techne* til sosial kompetanse, ser man at de egenskaper og kunnskaper som kreves i de intime og totale sosiale relasjonene som er typiske for Gemeinschaft ikke kan tillæres teoretisk men er *metis*, noe som må læres gjennom erfaring. I Gescellschaft derimot er det vel så viktig å kjenne de abstrakte regler og sosiale koder for sivilisert oppførsel som å besitte en intim og erfart kjennskap til sine omgivelser. Men, kommenterer Simmel:

I want to mention a final trait in the style of contemporary life whose rationalistic character clearly betrays the influence of money. By and large, one may characterize the intellectual functions that are used at present in coping with the world and in regulating both individual and social relations as calculative functions [...] (Simmel 1990:444)

Som vi har slått fast tidligere: Pengene nøytraliserer ikke bare objekter men også individer. Dette har en åpenbar positiv virkning i den forstand at pengenes likegyldighet skaper 'nøytrale territorier' hvor individer på kryss og tver av sosiale lag og klasser kan møtes. I stedet for å være individuelle personer behandles befolkningen som en masse av kvantitative størrelser. Simmel ser et klart slektskap mellom denne egenskapen ved pengene og demokratiet: "The principle that the minority has to conform to the majority indicates that the absolute or qualitative value of the individual voice is reduced to an entity of purely quantitative significance" (:444).

Blant foregangsmennene for denne forestillingen om at befolkningen kan behandles som en kalkulerbar enhet, befinner også Quetelet seg. Den presisjonen han utviste i sine undersøkelser om liljenes blomstring gjorde seg også gjeldende i hans studier av menneskene. Det som etter hvert ender som markedsundersøkelser, kundeprofiler etc. har sine historiske røtter i det 19. århundres moralstatistikk. Siden 1830-tallet forsøkte forkjempere for moralstatistikken å vise at matematiske regler bestemte over tilstedeværelsen og fordelingen av sosiale patologier. Quetelet var en av de første som argumenterte for dette i boken *Sur l'homme et le développement de ses facultés, ou Essai de physique social*: "the average man is to a nation what the center of gravity is to a body; it is to him that an appreciation of all the phenomena of equilibrium and its movement refers" (Quetelet 1835 sitert i Mattelart 1996:228). I et samfunn som med en newtonsk presisjon blir styrt av *krefter*, blir gjennomsnittsmannen opphøyd til basisenhet for sosialfysikken, en ny vitenskap med matematiske målinger av det sosiale livet. Quetelet forlangte av sosialfysikken at den skulle svare på tre spørsmål:

(1) By which laws does man reproduce himself, grow in weight, physical size, and intellectual force, develop his greater or lesser penchant for good or evil, his passions and tastes, in accordance with which he produces and consumes and dies? (2) What effect does nature exert on man, and how does one measure its influence? What are the disruptive forces and which social element are affected by them? (3) Finally, can human force compromise the stability of the social system? (Mattelart 1996:228)

Ved å identifisere konstante og variable årsaker prøvde Quetelet å gi lovgiverne de nødvendige verktøy for å styre de nedbrytende kreftene i samfunnet. Gjennom å innføre universelle sannsynlighetsutregninger ble ting som før hadde vært adskilt satt i kontakt med hverandre og gitt en ny mening. Utfra data om spedbarnsdødelighet lagde Quetelet et kriminalitetsskjema hvor han observerte henfallenhet til kriminalitet basert på påvirkninger fra årstidene, kjønn, alder, sosial bakgrunn og geografisk tilhørighet (:228). Denne og andre lignende kriminalitetsforebyggende tiltak som dukket opp i løpet av 1800-tallet fikk mot slutten av århundret og begynnelsen av det neste en etterfølger i de kommersielle markedsundersøkelsene. Disse hadde ikke som hensikt å forebygge. Snarere tvert i mot var målet her å få massene til å gjøre noe, dvs. konsumere. Denne type undersøkelser mer eller mindre tuftet på naturvitenskapelige idealer har det til felles med de sosiale relasjonene pengene så å si kommuniserer at de representerer et grunnleggende trekk ved de sosiale omgangformene i det moderne samfunnet:

The fact that life, regardless of all other consequences that sharpens conflicts and the money economy that intensifies these conflicts, is thus no longer determined by the distinctness of character may be designated as the objectivity of the life-style (Simmel 1990:434).



4. Betalingsmidler og personvern

Samfunnets informasjonsgrunnlag øker også i volum pga. de registrertes egne bidrag til registreringen av personopplysninger. For det første innebærer bruk av ulike korttjenester ofte at det genereres personopplysninger, for eksempel ved kjøp ved en betalingsterminal eller ved uttak i minibank. Det sterkt økende omfanget av korttjenester, slik som ved de mer enn 20.000 betalingsterminalene i Norge, gjør at persondata registreres kontinuerlig og i store mengder. Selv om hver enkelt slik registrering kan være banal og lite sensitiv, vil summen av slike data knyttet til en enkelt person kunne gi et intimt bilde av personens forbruks- og bevegelsesmønster m v. (NoU 1997:19:4.2).

I dagens samfunn er det nesten umulig å føre en normal tilværelse uten at man kontinuerlig legger igjen en lang rekke elektroniske spor. Et elektronisk spor inneholder minst en opplysning som kan kobles til personen: Kode, kundenummer, telefonnummer, bilnummer, personnummer, navn osv. Det er viktig å få med seg at elektroniske spor er en annen form for registrering enn den som gjøres når man på eget initiativ eller i full forståelse gir fra seg opplysninger om seg selv, for eksempel opplysninger som gis til arbeidsgiver, skattemyndigheter osv. Disse elektroniske sporene danner utgangspunkt for potensielt detaljerte og innfløkte registre eller personprofiler over hvem vi er. Informasjon i tilknytning til kortbruk utgjør en betydelig andel av den informasjonen vi kontinuerlig etterlater oss i kjølvannet av våre handlinger.

Med kontanter er selve betalingssituasjonen lukket, den skjer der og da når kontantene rent fysisk bytter eier. Når man betaler med kort, derimot, skjer selve transaksjonen et annet sted: I de digitale banknettverkene. En annen forskjell mellom kontantene og elektronisk betaling er at med sistnevnte er informasjon om pengebruk konvergere med betalingsmidlet. Denne sammenblandingen av funksjoner berører flere av betalingens egenskaper. Når varer kjøpes og selges, inngår kjøper og selger i samhandling med hverandre. Denne samhandlingen finner sted på en markedsarena. Eksempler på markedsarenaer er ikke bare butikklokalet, bensinstasjonen og kjøpesenteret, men også nettsiden, postordrekatalogen osv. Når de handlinger vi som forbrukere foretar oss på disse markedsarenaene registreres elektronisk, fordobles denne arenaen. Den enkleste måten å illustrere dette på er å vise tilkontoutskriften.

Ut fra personvern hensyn er det de elektroniske sporene som er kjernen i eventuelle betenkeligheter med elektroniske betalingsmidler. Selve ordet *elektronisk spor* peker i retning av et elektronisk fingeravtrykk. Før de store sentrale databasenes tid var det først og fremst slik disse sporene fungerte: Som fingeravtrykk, som et rent identifikasjonsmiddel. Men utviklingen har utvidet sporenes funksjon til også å si noe om brukernes vaner, livsførsel, politiske overbevisning, seksualitet etc

Tar man utgangspunkt i Carey, kan denne fordoblingen av markedsarenaen tilnærmes på to måter. Den ene tilnærmingen oppfatter dette som en utvidet informasjonsflyt. For eksempel i form av en lekkasje mellom det private og det offentlige: Banken er plutselig ”informert når vi har kjørt drosje, når vi har vært på legebesøk, på kino, leid en video osv ”(Apenes 2000:7).

Den andre tilnærmingen tar utgangspunkt i hvilke endringer dette medfører for de sosiale relasjoner som kjøp og salg er en del av: ”the development of new kinds of communication media creates *new* forms of action and interaction and *new* kinds of social relationships” (Thompson 1995:82). Dette er to overlappende innfallsvinkler og jeg kommer i dette kapitlet til å diskutere begge. I dette kapitlet vil jeg først komme med noen kommentarer i tilknytning til bonuskort. Deretter kommer en grov historisk oversikt over de prinsippene som ligger til grunn for personvernet både som ideal og som rettighet. Underveis i denne presentasjonen vil jeg også gjøre rede for de rettigheter den nye personopplysningsloven gir forbrukerne. Deretter fortsetter jeg diskusjonen rundt nye former for samhandling i kjølvannet av elektronisk betalingsformidling. Dette vil bli kommentert i forhold til både bonuskort og til den økende bruken av computerbasert kundebehandling i banker.

4.1 Bonuskort.

Bonuskortet i seg selv kan knapt regnes som penger. Men av flere grunner kan det være relevant å kort diskutere noen aspekter ved dem. For det første inngår bruken av bonuskortene i en transaksjon noe som foregår parallelt med betalingen. For det andre kan innføringen av dem sees på som et forsøk på å etablere økonomiske forbindelser over

tid på tross av pengene. Et tredje argument som foreløpig er av mer spekulativ art er at det er en viss sjanse for at bonuskortene over tid kan tenkes å utvikle seg til fullblods betalingskort.

Denne antagelsen er basert på den utvikling man har vært vitne til de siste tyve årene hvor bankene har mistet sitt monopol på å tilby finansielle tjenester, deriblant utstedelse av betalingskort og kredittkort, ved at også institusjoner utenfor den tradisjonelle bankdriften, herunder også regnet de rene kredittforetagender, har begynt å utstede egne kort. Eksempler på dette er AT&T, General Motors og Shell i USA, på mer hjemlige trakter har flere av oljeselskapene gjort det samme. I 1999 var ca. 16% av alle kreditt- og debetkort utstedt av oljeselskapene (Norges Bank 2000:47). Det som verdt å legge merke til her, er at mens kontanter ble utstedt av en i utgangspunktet nøytral tredje part, nasjonalbanken, representerer dette en utvikling hvor de penger forbrukeren betaler med utstedes av dem han kjøper av.

En av fordelene med bonuskort sett fra kortoperatørens side, er at i tillegg til det uttalte målet å skape lojalitetsforbindelser, kan de også generere informasjon om kundens kjøpemønster. Disse kortene er et forsøk på å etablere et slags lojalitetssystem mellom kunde og forretning. I en slik sammenheng ønsker man gjerne et så detaljert bilde av kundens forbruksmønster som mulig.

Penger har tradisjonelt hatt en stor svakhet sett fra næringslivets side, og det er at de fremavler illojale kunder. Som det ble poengtert i forrige kapittel, representerer pengenes effektivitet som betalingsmiddel ikke bare flyten av verdier men også flyten av sosiale relasjoner. Gjennom bonuskortene forsøker en å skape mer varige og forpliktende relasjoner gjennom betalingen. Om det ikke akkurat er artikulert direkte kan idealet sies å være hentet fra gaveøkonomien. Administrerende direktør i kortselskapet Trumf, Truls Fjeldstad, kommenterte bonuskortene på denne måten i et intervju med Aftenposten i 1997:

Vi er fortsatt bare i "barndommen" når det gjelder utviklingen av denne form for kontakt med markedet. Noen år frem i tid vil vi se at kommunikasjonen mellom forretning og den lojale kunde vil være adskillig mer avansert enn hva den er i dag. Da vil trolig tilbud vi ser i forretningene i dag, ikke eksistere. De vil utelukkende gjelde for de lojale (Aftenposten1997).

Selv om distinksjonen i praksis kan være syltynn er det ikke en "store bror ser deg" visjon Fjeldstad her uttrykker, men en ambisjon om å omdefinere forholdet mellom kunde og kjøpmann i retning av komplekse *Gemeinschaft*-relasjoner. Effekten av denne overgangen kan være vanskelig å få syne på i dag. Dette systemet befinner seg fremdeles på et relativt primitivt nivå. Trumf, som omfatter Norgesgruppens butikker deriblant KIWI og SPAR, har planer om å utvikle et system hvor kundene vil kunne få individuelle tilbud og avslag tilpasset sine kjøpevaner. Forutsetningen er at man er villig til å gi Norgesgruppen detaljerte opplysninger om sine kjøpevaner. Dette er et system hvor pengene ikke er like mye verdt for alle. De som ikke er med på bonuskortordningene, må betale mer. Det er ikke bare snakk om å premiere lojalitet. Selv de mest trofaste kunder vil ikke kunne benytte seg av disse tilbudene hvis de ikke lar butikkjedene samle inn opplysninger. Det er egentlig ikke snakk om å premiere lojalitet, men om å bytte informasjon med gode tilbud. Med andre ord kreves det at en er villig til å bytte ut en sporfri og luktfri betalingsform, med en betalingsform hvor informasjon om pengebruk er konvertert med pengemediet. Vår oppgave blir å fore kortautomaten med kjøpsopplysninger.

Når denne lille, trivielle informasjonen vokser, blir den en digital skygge som lever sitt eget liv i de elektroniske nettverkene, parallelt med våre bevegelser ute i den fysiske verden. I tillegg forsøker butikken eller kjeden å fremstå som noe annet enn en hvilken som helst annen aktør på markedet. Ikke nødvendigvis i kraft av kvalitet og pris, men i kraft av forholdet til kunden. Innføringen av en elektronisk informasjonsbehandling har ikke bare forenklet forflytningen av informasjon fra et register til et annet, men også muliggjort en mer omfattende og utvidet sammenkobling av personregistre enn det som er mulig med papirbasert registre. Men parallelt med denne utviklingen har også de forskjellige institusjoner som sanker inn informasjon gradvis konvertert. Felles for de bonuskort som er nevnt ovenfor er at de favner over et vidt spekter av butikker og forretninger både med hensyn til bransjer og beliggenhet. De konserner som står bak disse kortene dekker for det første praktisk talt selv de minste små avkroker i landet og sannsynligvis vil de etter hvert også bre seg utover landets grenser, ved en sammenslåing med et internasjonalt konsern kobles sammen med eksisterende registre på et globalt plan. For det andre omfatter disse bonuskortene etter hvert nær sagt hele spekteret av bransjer og institusjoner som forbrukeren i privatøkonomisk sammenheng kan tenkes å befatte seg med. Landets største bonuskort Domino, er et samarbeid mellom tolv forskjellige kjeder som dekker et spekter som blant annet omfatter mat, klær, bensin, elektriske artikler, mobiltelefoni, strøm, fyringsolje/parafin og forsikring.

Bruken av betalingskort skaper en situasjon hvor forbruket foregår på to forskjellige arenaer: På den ene siden den fysiske sosiale virkelighet som forbruket normalt foregår i, på den andre siden de elektroniske nettverkene og databasene som de elektroniske sporene befinner seg i. Forbruket spilles ut i to forskjellige arenaer som har forskjellige og potensielt motsigelsesfulle regler. Registerne av personopplysninger som betalingskortene og

beslektede bonuskortene legger igjen kan forstås som en sosial arena parallelt med de sosiale arenaene hvor forbruket normalt finner sted. I dette ligger det også at forbruket spiller en tilnærmet identisk rolle i begge sammenhenger. På mange måter vil tilnærmingen til denne formen for overvåkning bli snudd på hodet i forhold til det man normalt er vant til. Dette kan kort oppsummeres: Forbruket er som nevnt ovenfor ikke en del av intimsfæren, dvs. det er normalt ikke gjenstand for hemmelighold. For det andre er dette ikke en usynlig overvåkning. Kortbrukerne er eller bør være klar over at den finner sted. Og for det tredje er heller ikke kortbrukerne passive objekter for overvåkning. Det er snarere slik at betalingskortene er et medium for en kommunikasjon mellom brukerne og de elektroniske registrene.

I det øyeblikket en vare eller tjeneste er betalt for kan forholdet mellom kjøper og selger avsluttes. Bonuskortene er en innretning som i likhet med gaven forsøker å få kunden til å legge igjen noe av seg selv når han betaler. Ikke for å overvåke men for å strekke betalingen ut i tid. Skape en forestilling eller enda bedre en forpliktelsen om at snarere før enn siden skal dette gjentas. Den enkeltstående betaling settes inn i en serie betalinger som til sammen er del av et sosialt forhold med en viss grad av eksklusivitet. Vender man tilbake til bonuskortene ser man at betydningen av å betale utvides. Betalingen tillegges en sosial betydning som har mer til felles med gavebyttet enn den tradisjonelle pengetransaksjonen Simmel beskriver. I den forstand at man forsøker å tillegge transaksjonen en del forpliktelser. Plutselig betyr det å betale ikke bare at man betaler men at man også er del av noe, man tilhører de lojale som direktør Truls Fjeldstad i Trumf vil gi ekstra gode tilbud.

4.2 Personvernets opprinnelse

Den moderne personverndebatten er over 100 år gammel. Utviklingen av rotasjonspressen førte til større avisopplag og sammen med jernbanen og telegrafien gjorde dette at avisenes leserkrets økte. Disse endringene gjorde at avisenes opplysninger ble potensielt mer krenkende for de omtalte. De to amerikanske juristene Samuel D. Warren og Louis D. Brandeis argumenterte i en artikkel for at det i amerikansk grunnlov eksisterte en "right to privacy". Foranledningen var det man i ettertid ville kalt kjendisoppslag i pressen. Vernet mot en for nærgående kjendisjournalistikk er altså en forløper både for taushetsplikten og for personvernet. Noen år senere introduserte Bernhard Getz i 1890 begrepet privatlivets fred. Dette begrepet er fremdeles til stede i lovgivningen. Straffelovens paragraf 390 som setter straff for den "som krenker privatlivets fred ved å gi offentlig meddelelse om personlige eller huslige forhold." Opprinnelig ble denne bestemmelsen brukt for mange av de forholdene som i dag faller inn under personregisterloven.

I utgangspunktet er personvernet basert på et klart skille mellom den offentlige og private sfære. Det er en lovmessig garanti for at privatsfærens anliggender ikke skal flyte ut i det offentlige rom først og fremst i forbindelse med pressens oppslag om kjente og mektige personer i samfunnet, etterhvert også i tilknytning til forskjellige former for registre. Personvern setter her fokus på den personlige integriteten.(NoU 97:19 :3.3.2_) De opprinnelige personvernlovene trekker en sirkel av privatsfære rundt enkeltpersoner, slik at når grensen mellom den private og offentlige sfære overskrides må man ha tillatelse eller legitime grunner til å gjøre dette. De mange bestemmelsene om taushetsplikt som verner fortrolige forhold mellom lege-pasient, offentlig tjenestemann-borger, advokat- klient osv. kan også sees på som uttrykk for et behov for å verne om den private sfæren. Dette behovet blir også understreket i Europarådets menneskerettighetskonvensjon artikkel 8:

1. Enhver har rett til respekt for sitt privat- og familieliv, sitt hjem og sin korrespondanse.
2. Offentlige myndigheter skal ikke gjøre noe inngrep i utøvelsen av denne rett med mindre dette inngrep er i samsvar med loven og i et demokratisk samfunn er en nødvendig forholdsregel for den nasjonale eller offentlige sikkerhet, for landets økonomiske velstand, for å forebygge uorden eller forbrytelser, beskytte helse eller beskytte andres rett og frihet (sit. i NoU97:19:9.3).

Personvernet kan behandles fra tre synsvinkler:

1. Det integritetsbaserte personvernet.
2. Det maktfokuserte personvernet
3. Det beslutningsfokuserte personvernet (NoU 19:97:3.3.2).

Det er viktig å understreke at denne inndelingen er et rent formidlingsteknisk grep og ikke en inndeling av personvernet i tre adskilte deler. Det integritetsbaserte personvernet er allerede berørt i avsnittet ovenfor. Det bunner

i et ønske om å beskytte den personlige integriteten, for eksempel gjennom å trekke en imaginær sirkel rundt privatsfæren. Dette er det historiske utgangspunktet for personvernet. Spørsmålet om hvor intim pressen kan være i sin dekning av offentlige personers liv, faller også inn under dette.

Det maktfokuserte personvernet berører spørsmålet om makt og innflytelse mellom forskjellige grupper og personer i samfunnet. Det lar seg ikke uten videre gjøre å komme frem til en fastlagt norm for hva som er en passende maktbalanse i samfunnet. Det maktfokuserte personvernet er en politisk betont synsvinkel hvor oppfattelsen av hva som er/burde være lov vil kunne variere fra situasjon til situasjon og person til person. Kunnskap er som kjent makt, og da vil også kunnskap om personer eller grupper kunne innebære at man har makt over dem. I de senere årene har det vært rettet en del oppmerksomhet mot arbeidsgiveres muligheter til å overvåke sine ansatte, for eksempel gjennom adgangskontrollsystemer, telefon og elektroniske postsystemer og gjennom systemer som måler arbeidsprestasjoner. Arbeidsgiveres muligheter til slik å oppnå betydelig mer informasjon kan tenkes å endre forholdet mellom partene i arbeidslivet. Et annet aktuelt eksempel er hvordan forskjellige deler av næringslivet innhenter informasjon om sine kunder.

Det beslutningsfokuserte personvernet kan sies å være det yngste av de tre perspektivene. Personopplysninger danner ofte grunnlag for beslutninger av forskjellig art. Mange av dem vil være avgjørende for folks livssituasjon og velferd. Bankene samler inn personopplysninger for å vurdere lånesøknader, forsikringsselskapene gjør det samme for å vurdere forsikringer, noen arbeidsgivere gjør det for å vurdere ansettelsesforhold osv. Personregisterloven stiller således både krav til beslutningsgrunnlaget og til behandlingen av de opplysningene som ligger til grunn for de avgjørelser som blir tatt. Utgangspunktet for det beslutningsorienterte personvernet er i en massesaksbehandling av personopplysninger gjennom sterkt automatiserte behandlingsmåter. Ofte vil resultatene av slike beslutningsprosesser bære sterkt preg av å være resultater av en effektiv produksjonsprosess mer enn individuell vurdering tilpasset enkeltpersoners behov og ønsker.

Den potensielle trusselen som kan ligge i et uønsket innblikk inn i privatsfæren, er byttet ut med faren for å være objekt for konstruksjon av alternative identiteter. De problemer dette medfører er av en annen art enn de som dukker opp i de tradisjonelle personvernargumentene. Når personopplysningene tar form som personprofiler eller elektroniske alter ego, som er fjernet fra den opprinnelige sosiale kontekst, risikerer man at avgjørende beslutninger blir tatt på feilaktig grunnlag. Kontoutskriftens *verfremdungseffekt* blir virkelig i de elektroniske nettverkene. Det som er historisk nytt med de nye kommunikasjonssystemenes elektroniske integrasjonen av alle kommunikative former, er konstruksjonen av denne virkelige virtualitet.

Mellom det integritetsfokuserte og det beslutningsfokuserte personvernet ligger det en interessant endring i forståelsen av personvern. Førstnevnte er opptatt av forholdet mellom den offentlige ytre sfære og den private indre sfære. Sistnevnte er opptatt av forholdet mellom det fysiske sosiale rom og det elektroniske sosiale rom, og da spesielt den meningsforskyvning som ligger mellom dem. I begge tilfeller ser man uansett et skifte i personinformasjonens funksjon. Tradisjonelt har denne type informasjon vært en viktig del av forskjellige kontrollvirksomheter. Informasjonen har først og fremst hatt en kulturell, ideologisk og politisk verdi. Noe den fremdeles har men parallellt med fremveksten av elektronisk registrering og databaser har det oppstått en informasjonsøkonomi hvor personinformasjonen også har en økonomisk verdi. Disse to innfallsvinklingene markerer to forskjellige menneskesyn. Den førstnevnte oppfatter mennesket som et kroppslig vesen i et fysisk sosialt rom og er opptatt av skillelinjene mellom dette rommets private og offentlige sfærer. Sistnevnte, derimot, forstår de sosiale aktørene like mye som elektroniske som kroppslige vesener og fokuserer derfor på skillelinjene mellom det fysiske og det elektroniske.

4.3 Lov om behandling av personopplysninger.

1.1.2001 trådte den nye personvernloven i kraft. 'Personvernlov' er riktignok bare betegnelsen denne loven har fått i dagligtalen. Formelt heter den *Lov om behandling av personopplysninger*. For enkelthets skyld vil jeg i den videre diskusjonen bruke kortversjonen *personopplysningsloven*. Et poeng i denne sammenheng er at den gamle personvernloven fra 1978 het *Lov om personregistre*. Loven dekker

- a) Behandling av personopplysninger som helt eller delvis skjer med elektroniske hjelpemidler, og
- b) Annen behandling av personopplysninger når disse inngår eller skal inngå i et personregister (: §3)

I loven blir det i §1 definert noen grunnleggende begreper: "Personopplysninger: opplysninger og vurderinger som kan knyttes til en enkelt person." Det er altså ikke opplysningstypen i seg selv som er avgjørende men hvorvidt opplysningen kan knyttes direkte eller indirekte til en person eller til en registrert:" den som en personopplysning kan knyttes til"(§1). Navn, personnummer, etc. er eksempler på opplysninger som gir direkte tilknytning til person.

Bilnummer, telefonnummer, kontonummer osv. gir en indirekte tilknytning. Det samme gjør mer generelle informasjoner om yrkeskategori, utseende og lignende. Statistikkopplysninger utgjør bare unntaksvis personopplysninger, f.eks. dersom statistikken inneholder opplysninger om veldig få mennesker. Etter ordlyden skiller ikke personopplysningsloven mellom opplysninger om levende og døde personer, men i praksis faller opplysninger om døde inn under loven om de også forteller noe om levende personer (NoU 1997:19:10.1.1.1). For øvrig kan det legges til at begrepet *elektroniske spor* er personopplysninger som på en eller annen måte innhentes og lagres elektronisk.

Med behandling av personopplysninger menes ”enhver bruk av personopplysninger, som f.eks. innsamling, registrering, sammenstilling, lagring og utlevering eller en kombinasjon av slike bruksmåter”(§1).

Personregistre er ”registre, fortegnelser m.v. der personopplysninger er lagret systematisk slik at opplysningene kan finnes igjen” (§1). Behandlingsansvarlig og databehandler er henholdsvis ”den som bestemmer formålet med behandlingen av personopplysningene og hvilke hjelpemidler som skal brukes” og ”den som behandler personopplysninger på vegne av den behandlingsansvarlige” (§1). Et annet viktig begrep i den nye loven er samtykke: ”En frivillig, uttrykkelig og informert erklæring fra den registrerte om at han eller hun godtar behandling av opplysninger om seg selv”(§1). Av mindre betydning i denne sammenheng, blir også sensitive personopplysninger definert:

Opplysninger om a) rasemessige eller etnisk bakgrunn, eller politisk, filosofisk eller religiøs oppfatning, b) at en person har vært mistenkt, siktet, tiltalt eller dømt for en straffbar handling, c) helseforhold, d) seksuelle forhold, e) medlemskap i fagforeninger (§1).

To hovedprinsipper i den nye loven er for det først at de registrerte i større grad enn tidligere skal være informert om og ha kontroll over personopplysninger vedrørende seg selv. Dette er nedfelt i lovens § 8 og 9, hvor den registrerte skal gi samtykke til at personopplysninger kan behandles. I forhold til den gamle lovgivningen er dette en av de store endringene. Det innebærer en større grad av selvbestemmelse. Til en viss grad skjer dette på bekostning av at konsesjonsplikten begrenses. Mens i de følge den gamle personregisterloven var nødvendige å innhente konsesjon fra datatilsynet for å kunne opprette et personregister, er dette i henhold til den nye loven bare nødvendig for å behandle sensitive personopplysninger (§33).

Det andre hovedprinsippet er at det kreves at den registrerte har full innsynsrett i personopplysninger vedrørende seg selv, samt behandlingen av disse. Denne retten til innsyn står i §18:

Enhver som ber om det, skal få vite hva slags behandling av personopplysninger en behandlingsansvarlig foretar, og kan kreve å få følgende informasjon om en bestemt type behandling:

1. navn og adresse på den behandlingsansvarlige og dennes eventuelle representant,
2. hvem som har det daglige ansvar for å oppfylle den behandlingsansvarliges plikter,
3. formålet med behandlingen,
4. beskrivelser av hvilke typer personopplysninger som behandles,
5. hvor opplysningene kommer fra, og
6. om personopplysningene vil bli utlevert, og eventuelt hvem som er mottaker

Loven slår også fast at når det samles inn personopplysninger fra den registrerte selv (§19), eller fra andre kilder enn den registrerte (§20), har behandlingsansvarlige informasjonsplikt overfor den registrerte. Informasjon, deriblant også personinformasjon, har etter hvert en økende økonomisk betydning. Dette utgjør en viktig ramme for personvernlovgivningen som skal tjene både personvernet og et fritt informasjonsmarked. De etter hvert sterke økonomiske interessene som er involvert blir vurdert som en potensiell trussel mot personvernet:

Selv om deler av informasjonene i framtidens informasjonsmarked vil være informasjon som er knyttet til aggregerte data, virksomhetsopplysninger m v, er det samtidig klart at meget av informasjonen vil være personinformasjon og således være gjenstand for personvernmessige vurderinger. Dette kan bidra til at økonomisk-/ næringsmessige interesser vil bli knyttet til personopplysninger i større grad enn tidligere, og således skape grobunn for et høyere konfliktnivå (NoU 1997:19:4.1).

Spesielt vil dette være merkbart i forbindelse med overføring eller slag av personinformasjon fra ett register til et annet. Legg derfor spesielt merke til at behandlingsansvarlige har plikt til å informere den registrerte om at personopplysningene formidles videre til en tredje part (§19f.) eller innhentes fra en tredjepart (§20). Er man, for eksempel i forbindelse med bonuskortordninger, registrert i et personregister vil dette være en høyst aktuell paragraf. I den forbindelse kan følgende anekdote nevnes: New York Times forteller i en artikkel om dataingeniøren

Dick Mills, som mottok brev fra sine bankforbindelser. Etter at de først lover å ta vare på personvernrettighetene hans, ramser bankene opp tredjeparter de kan komme til å dele Mills' data med:

One bank listed two kinds of companies: "1. Financial service providers; 2. Nonfinancial service providers." Another bank listed the categories of companies with which it would share information, including a final category that gave Mr. Mills pause: "Other." (NY Times 7.mai 2001)

Personprofiler, dvs. beskrivelser av adferd, preferanser, evner eller behov, brukes i økende grad i markedsføringsøyemed. Den behandlingsansvarlige har da plikt til å informere den registrerte om "a) hvem som er behandlingsansvarlig, b) hvilke opplysninger som er anvendt, og c) hvor opplysningene er hentet fra" (§21). I forbindelse med avgjørelser av rettslig eller vesentlig betydning for den registrerte, som fullt ut er basert på automatisk behandling av personopplysninger, kan den registrerte kreve at det gjøres rede for regelinnholdet i dataprogrammet som ligger til grunn for avgjørelsen (§22). Når det gjelder de to siste punktene er det også verdt å bite merke i retten til å reservere seg mot direkte markedsføring (§ 26) og retten til å kreve manuell behandling (§25). Både bruken av personprofiler og automatisk behandling av personopplysninger vil være gjenstand for en grundigere diskusjon i siste halvdel av kapitlet.

Ut over de to hovedprinsippene, økt selvbestemmelse og innsynsrett, representerer den nye personopplysningsloven en dreining fra det som i forrige avsnitt ble kalt det integritetsbaserte personvernet og over til det beslutningsfokuserede personvernet. Lovgivningen har tatt opp i seg det som kan sies å være en generell utglidning i forholdet mellom den private og offentlige sfære. Det kan sikkert reises innvendinger mot dette, men vernet om privatsfæren er en både historisk og sosialt betinget rettighet som er underlagt kontinuerlige reforhandlinger. En undersøkelse gjennomført av Statistisk sentralbyrå i 1997 viste at tre av fire personer har ett eller flere bonuskort. 64% av de spurte mente at det ikke er noe problem at deres varekjøp registreres når de benytter disse kortene. Med økende utdanning og inntekt øker andelen som ser registrering av personopplysninger ved bruk av bonuskort som uproblematisk. Av de som har ett eller flere bonuskort viser undersøkelsen også at over 90% aldri har unnlatt å bruke kortet på grunn av registreringen. En av årsakene til dette tilsynelatende uproblematiske forholdet til registreringen kan være at den er skjult i de elektroniske nettverkene. Men dette ser heller ikke ut til å være tilfellet. Til sammen 93% følte lite eller svært lite ubehag i kameraovervåket område (Statistisk sentralbyrå ukens statistikk 39/1997).

Et annet poeng som er verdt å nevne her er at den historiske og sosiale konteksten har endret seg. De sosiale normene og idealene er ikke lenger like fremtredende, samtidig som overtramp i mindre og mindre grad blir møtt med sanksjoner. I hvert fall når det gjelder forbruket, er behovet for privatsfæren som et lukket og dermed fritt rom ikke lenger like sterkt. Innenfor rimelighetens grenser blir ikke avvikende forbruk møtt med sanksjoner lenger. Ønsket om å skjerme privatsfæren er i stor grad motivert ut fra denne funksjonen og dette argumentet mister dermed mye av den kraften det en gang har hatt. Undersøkelsen til Statistisk Sentralbyrå viser også at registrering i liten grad oppfattes som noen trussel. Uten at jeg har noe kildemateriale til å underbygge påstanden er det videre rimelig å anta at dreiningen av forbruksvanene fra et nøkternt utilitaristisk forbruk over mot hva Veblen kaller *conspicuous consumption* (Veblen 1912) har vært med på å fjerne mye av skepsisen til elektronisk registrering av forbruk.

4.4 Forbrukets to arenaer

Bonuskortene, eller i det minste den utviklingstendensen som de er en del av, er et eksempel på hvordan samhandlingen mellom butikk og kunde flyttes fra den fysiske markedsarenaen og over i de digitale informasjonsnettverkene. Den utvikling som bonuskortene er en del av innenfor dagligvarehandelen, har kanskje i enda større grad vært synlig i bankdriften og i forholdet mellom bank og kunde. Det at kommunikasjonen i større og større grad medieres gjennom nettverkene, samtidig som den kommunikasjon som foregår i det fysiske banklokalet får mindre og mindre betydning, kan i ekstreme tilfeller gi bisarre resultater. Hør bare hva som skjedde en av byens uføretrygdede alkoholikerer da han for en tid tilbake tok en tur til banken for å ta ut de siste hundrelappene:

FIKK SJOKK

- Jeg var drita full og kunne bare så vidt stå på beina da jeg kom inn i sparebankens lokaler på Korskirkealmenningen for å ta ut noen få hundrelapper jeg hadde på kontoen.
- Da jeg spurte damen i kassen hvor mye jeg hadde på kontoen fikk jeg sjokk.
- 550 000 kroner, sa damen. Hæ? 550 000 kroner gjentok hun. Hæ? 550 000, sa damen for tredje gang.
- Endelig har banken dritte seg ut. Nå skal det festes, tenkte jeg og ba henne gi meg 100 000 til lommepenger (BA

1.9.2000).

Foranledningen til denne episoden var at en av Bergens butikkinnehavere satte en stor sum penger inn på feil konto. Nå kunne dette skjedd selv i en analog tidsalder, men historien illustrerer likevel et av problemene ved at de digitale informasjonsregistre av forskjellige årsaker av og til gir feilaktige opplysninger. På tross av at den sterkt berusede bankkunden uttrykte vantro ovenfor bankfunksjonæren, for ikke å snakke om hans persumptivt lite flatterende ytre, lot hun seg altså ikke rokke i sin tillit til de opplysninger som kom opp på skjermen. Eksemplet viser hvordan kroppen er blitt devaluert som den sosiale aktørens fremst kommunikasjonskanal til fordel for de elektroniske kommunikasjonsnettverkene. I tillegg synligjør eksemplet et annet problem med den medierte og den direkte samhandlingen. Kunden opererer innenfor eller oppfatter situasjonen som en umediert samhandling, mens banken i større grad handler innenfor en mediert arena. Det faktum at mannen er ravende full og mildest talt forundret over saldoen han får oppleet, er noe både han og vi som lesere av artikkelen er oppmerksom på. Men for personen på den andre siden av skranken er dette tilsynelatende irrelevant. I den parallelle interaksjon som skjer har aktørene forskjellige biaser. Kunden oppfatter det som noe som skjer her og nå, mens motparten befinner seg i cyberspace. Thompson skiller mellom tre forskjellige typer sosiale samhandling: Ansikt til ansikt, mediert interaksjon og mediert kvasi-interaksjon (Thompson 1995:84-85). For det første samhandling ansikt til ansikt. Dette er en dialogisk interaksjon som involverer en to-veis strøm av informasjon. I tillegg er den preget av *multiplicity of symbolic cues*. Det vil si at de ord som for eksempel utveksles i en samtale, suppleres med mimikk, de samtalendes utseende, påkledning, positurer osv. Den andre typen samhandling er mediert interaksjon. Her involveres et teknisk medium (papir, elektroniske nettverk osv.) som formidler informasjon mellom individer eller grupper som er romlig eller temporalt adskilt. Både på grunn av de tekniske mediernes begrensninger og på grunn av at partene handler innenfor forskjellige kontekster, er både mengden og kvaliteten av *symbolic cues* begrenset. Den tredje typen samhandling er mediert kvasi-interaksjon. Thompson bruker denne termen for å referere til ulike former for sosiale relasjoner etablert gjennom massemediene (tv, radio, bøker, aviser osv.). Mens de to første typene som regel er rettet mot mer eller mindre bestemte motparter, er den medierte kvasi-interaksjonen rettet mot en potensielt ubegrenset mengde mottakere. Betegnelsen kvasi-interaksjon henger sammen med at den har en monologisk karakter i den forstand at kommunikasjonsstrømmen i hovedsak er enveis. Leseren av en bok, for eksempel, er i hovedsak en mottaker av symbolske former uten at produsenten av disse forventer noen direkte respons, i motsetning til om vedkommende hadde lest et brev (:84).

Disse typene samhandling kan knyttes opp mot fordoblingen av markedsarenaen, dvs. den samhandlingsarenaen hvor kjøp og salg finner sted. Mens kontanter er et betalingsmedium som er del av en samhandling ansikt til ansikt, er de elektroniske pengene i tillegg til å være et betalingsmedium også et medium som formidler en samhandling. Her skiller det ikke mellom de elektroniske pengene og den informasjonsinfrastruktur de sirkulerer innenfor. Betalingen går fra å skje ansikt til ansikt til å bli en mediert handling.

Blant den medierte samhandlingens genrelle egenskaper er at den er orientert mot aktører som befinner seg i en kontekst som er romlig og temporalt adskilt, hva Thompson kaller *action at a distance* (:100). I tidligere samfunn var handlingene og deres konsekvenser begrenset til ansikt til ansikt samhandling og det umiddelbare nærmiljø. I dag er det vanlig for aktører å orientere sine handlinger mot andre aktører som ikke deler den samme romlig-temporal lokalisering. Handlingene kan dermed få konsekvenser som har betydning utover de umiddelbare omgivelser. *Action at a distance* generer også nye former for *reception at a distance* som skiller seg ut ved at de ikke foregår i den samme romlig- temporale kontekst som meningsproduksjonen foregår i. Men selv om resepsjonskontekstene ikke overlapper, deler de som regel en rekke karakteristikk i forbindelse med det tekniske medium som er involvert. Det fins mange måter å beskrive forskjellen mellom *reception at a distance* og den fortløpende fortolkning som skjer i samhandling ansikt til ansikt. I denne sammenhengen kan man beskrive forskjellen ved hjelp av begrepsparet metis og techne som ble diskutert i forrige kapittel.

I møte med banken mister utseende, mimikk, påkledning osv., all den informasjonens som er en del av den fysiske samhandlingen, mye av sin betydning. Det første møte med en ny bank ved opprettelsen av nye konti innebærer ofte at en får tildelt ett nytt navn, en kode som representerer ens identitet i systemet. Denne koden har samme funksjon som en signatur. Men en persons signatur eller navn kan plassere personen inn i en større sosial kontekst: "Dersom navnet (som heretter betyr egnavnet) er et tegn, er det et voluminøst sådant, et tegn som alltid er tykt av lag med tettskrevet mening og som ingen form for bruk kan redusere og forflate..."(Barthes 1994: 66). Navnet preger bæreren og plasserer denne inn i den sosiale kontekst han tilhører. Det henviser til andre bærere eller geografiske områder i tråd med sin opprinnelige funksjon: markering av familie og geografisk tilhørighet. I tillegg kommer de klanglige og semantiske assosiasjonene. Den digitale tallkoden, derimot, mangler denne sosiale ekstrabetydningen. Den er designet for en elektronisk sosial arena og utenfor denne er den helt meningsløs som signatur for individet, på samme måte som navnet er meningsløs som signatur innenfor kodens verden.

Men at navnet har en informasjonsverdi ut over det å identifisere bæreren har heller ikke gått markedsanalytikerne

hus forbi. Flyttes navnet fra den opprinnelige fysiske konteksten og over på den elektroniske arenaen byttes metis med techne. Navnet opphører å være et voluminiøst tegn. Georg Apenes beretter om et eksempel fra England hvor et reklamebyrå fant ut at personer som heter for eksempel Peter eller June statistisk sett tilhører en bestemt kategori som ofte har andre felles kjennetegn som inntekt, formue, utdanningsnivå, familiesituasjon og nærmiljø. Er de i tillegg gift med hverandre, kan de statistiske dybdemålingene vise til at de sannsynligvis også har visse spesifiserte ferievaner, fritidsinteresser og favorittmat (Apenes 2000:28). En norsk undersøkelse om folks betalingsvilje viste også at bestemte navn gikk igjen blant de dårligste og beste betalerne.

4.5 Kunden i maskinen vs. kunden i banken

Rent organisatorisk har banken gradvis blitt en virtuell organisasjon. Den består i hovedsak av et nettverk av medarbeidere og enheter forbundet ved hjelp av informasjonsteknologi. Dette påvirker ikke minst den dagligdagse strømmen av aktiviteter i en bank. En bankfunksjonær vil sjelden vite på forhånd hva en kunde vil spørre om eller hvordan vedkommende stiller spørsmålene. Kunder presenterer sine ønsker på vidt forskjellige måter. Enten ved å komme med en serie forespørslers med en gang de kommer til skranken, ved å legge til noen "ja, forresten..."-spørsmål underveis eller ved å vente med å stille et nytt spørsmål til hele prosessen med å behandle det første er over. Siden kunden ofte vil komme med forespørslers på en måte som ikke er tilpasset bankens måte å gjøre ting på, er bankfunksjonærens funksjon ikke bare å behandle kundens forespørslers, men også å oversette disse forespørslene til en form som er tilpasset bankens måte å gjøre ting på (Hughes et.al 1998).

I den nye digitaliserte banken er det ikke lenger så veldig mye som skjer i den fysiske konteksten. Når man i dag går for å få ordnet et eller annet opplever man som regel at bankfunksjonæren bak skranken enten ringer opp en saksbehandler et annet sted som går inn og sjekker kundens opplysninger, eller at bankfunksjonæren gjør dette selv. Mindre og mindre av den informasjon som er nødvendig for å kunne ta de nødvendige avgjørelser eller utføre de riktige handlingene blir utvekslet mellom kunden og bankfunksjonæren. I stedet formidles det via de elektroniske kommunikasjonssystemene. Bankfunksjonærens oppgave blir da langt på vei å være et bindeledd mellom kunden og bankens digitale ressurser.

I DnBs nyoppussede filialer, tilpasset en digital bankdrift, oppdager en umiddelbart at skranken er borte. I stedet er en lang rekke frittstående kontorpulter med tilhørende datautstyr spredd utover i lokalet. Ikke bare de rent romlige skillelinjene mellom kunde og bankfunksjonær er fjernet, men også bankfunksjonæren selv er blitt mer lik kunden. Hadde det ikke vært for nøkkelkortene i de bankansattes belter, ville det vært vanskelig å skille dem fra kundene. Det som preger denne typen banklokaler, er at de ikke bare funksjonelt men også retorisk fungerer som et bindeledd mellom den fysiske bankkunden og den digitale banken. Dette medfører at selve banklokalet går fra å være tilpasset de arbeidsoppgaver som skal utføres til å være tilpasset interaksjonen mellom kunde og bankfunksjonær. Det som er igjen av banklokalet, er designet for å fremheve den delen av samhandlingen som foregår ansikt til ansikt, samtidig som det som har med den faktiske kundebehandlingen å gjøre underkommuniseres: "In using technology, the cashiers' interaction with the technology and with their customers must ideally render the technology 'invisible' " (Hughes et al. 1998). I det tradisjonelle banklokalet utgjør skranken et sentralt element som langt på vei definerer hele situasjonen. Utover skrankens rent praktiske funksjoner, som et sted å legge fra seg papirer, penger og eventuelt andre objekter, har den også en serie symbolske funksjoner. Skranken iscenesetter hele registeret av handlinger og begivenheter som utspiller seg mellom de forskjellige personene som befinner seg i lokalet. En av de viktigste symbolske funksjonene til skranken er å differensiere situasjonen i klart adskilte roller og posisjoner. Skranken deler lokalet inn to klart adskilte deler: Den delen hvor kundene oppholder seg og den delen hvor de bankansatte arbeider. Dermed deler den også den menneskemengde som til enhver tid er inne i banken i to grupper: Kunder og funksjonærer. Men det er også skranken som binder de to delene av rommet og de to gruppene sammen; det er ved skranken de møtes. I de nye banklokalene til DnB er skranken fjernet til fordel for en åpen løsning hvor man ikke bare forsøker å fjerne skillene mellom kunder og bankfunksjonærer, men også forsøker å fremheve den mellommenneskelige kommunikasjonen til på bekostning av for en teknologi-basert kommunikasjon hvor mesteparten av informasjonen kunden gir fra seg blir gitt via skjermen.

Blant de problemer som oppstår er at bankfunksjonæren på den ene siden leser fra en skjerm hvor opplysningene er strukturert etter strømmen av transaksjoner som kunden har gjennomført og ikke etter strømmen av spørsmål som kunden stiller. Kundens forespørslers vil være drevet frem av den konteksten han befinner seg i, samtidig som den kontekstuelle sensitiviteten er nesten fraværende i de digitale registrene. Samhandlingen foregår delvis indirekte via de virtuelle profilene til kunden som ligger i informasjonsregistrene:

However, navigating through screens and reading the information they contain is time consuming, leading to difficulties in conducting smoothly flowing conversations with clients. Problems interrogating the database and

deciphering information can erode customer confidence. Related to this, the fundamental problem of information screens is that the information they convey is typically structured according to the flow of transactions, not to the flow of enquiries. A customer's orientation to a given enquiry, however, will be driven by a particular context. It is the absence of context sensitivity that creates difficulties in interrogation (Hughes et.al 1998).

På en generell måte illustrerer etableringen av sparebanker dette forholdet ytterligere. De første sparebankene i Norge ble etablert fra 1820 og utover. Først i byene: Oslo 1822, Bergen, Drammen og Trondheim 1823. Først i det neste tiåret blir det etablert sparebanker i bygdene. Ideen var hentet fra England og Nord Tyskland, hvor de første sparebankene ble etablert i siste halvdel av 1700-tallet. Dagens studier av etableringen av sparebankene vektlegger i stor grad hvordan det er de lavere lags småsummer til sammen lettet kredittmarkedet ved å frigjøre midler som kunne bli gjort tilgjengelig for næringslivet i form av til dels billige lån. Sparebankenes jubileumsbøker og lokalhistoriske oversikter forteller som regel like mye om fremveksten til næringslivet og industrien i området. Utvider man perspektivet til å inkludere etableringen av sparebanker fylles bildet ut. Formålsparagrafene viser til et ønske om å fremme sparesansen hos samfunnets lavere lag og gjøre småkårsfolkets penger rentebærende. Tanken bak dette var bl.a. å gi innskyterne økonomisk sikkerhet i alderdom og sykdom. Stavanger Sparebank ble opprettet ”til Sædeligheds, Flids, Ordens og Sparsommeligheds Befordring”. I statuttene til Egersund Sparebank står det at dens formål var ” at modtage større og mindre Pengesummer af Personer af begge Kjøen, i Særdelshed af Arbeids- og Tjeneste-Folk, og at gjøre disse Summer frugtbringende for Eierne ved Beregning af Renter, som legges til kapitalen” (Nordvik, Nerheim & Brandal 1989:15). Det lå et tydelig moralsk prosjekt bak etableringen av sparebankene. Dette kommer tydelig frem i §1 i vedtektene til Voss Sparebank som ble etablert i 1842:

Under anførte Benævnelse oprettes i Vos Præstegjeld en sparebank hvis formaal fornemmelig er at befordre sædelig Flid og Sparsomhed og fremkalde ubenyttede og ubetryggede Pengemidler til gavnlig Afbenyttelse, ved at modtage Penge af Personer af begge kjøen, i Særdeleshed af Arbeids- og Tjenestefolk (...)(sit. i Voss Sparebank 1993:13).

Jubileumsboka til Voss Sparebank kan også fortelle at banken i 1864 på oppfordring fra presten bevilget penger til innløsning av enkefru Schlanbuschs skjenkebevilling for å få slutt på ”det stadig tiltagende Drikkeri der navnlig om Søn- og Helligdage utarter til Uterlighed til stor forargelse for Menigheden” (:27).

At en bank blander seg inn i lokale skjenkestrider på denne måten, ville vært utenkelig i våre dager. Bak etableringen av sparebankene lå opprinnelig mer eller mindre filantropiske motiver om å gi småkårsfolket en mulighet til å sikre sin alderdom og sykdom. Men også rent praktisk ville en slik løsning minke presset på det offentlige. Dessuten ville sparingen heve den materielle standarden, samtidig med en generell moralsk opprusting (Nordvik et. al. 1989:17).

Max Weber beskriver dette som kapitalismens ethos hvor profittmaksimering og kapitaloppsamling blir en moralsk plikt. Weber kobler dette ethos opp mot protestantismens etikk som i motsetning til katolisismen er intimt knyttet opp mot hverdagslivet. Forbildet er kalvinismens systematiske og asketiske livsførsel hvor man etterstrebet et hellig liv preget av rasjonalitet, metodisk arbeidsførsel, forpliktelse overfor eiendom, pliktoppfyllelse og kjølig selvbeherskelse (Weber 1981).

Et tidlig slagord for sparebankenes var at ”Sparsommelighed er en af Veiene til Lykke og Selvstændighed”. Årlige innskudd var noen steder en plikt. Klarte man ikke å komme over minimumsbeløpet, kunne man bli straffet: ” den som i et helt Aar har forsømt at gjøre noget Indskud, uden at angive nogen Grund, som Directionen finder antagelig, taber efter denne Tids Forløb Fordelen af, at Renten lægges til Capitalen” (Hodne & Grytten 2000:161).

Borgerskapet fulgte raskt etter og borgerens innskudd fikk etterhvert overvekt. Dette gjorde også at sparebankenes forvaltningskapital økte. For å forrente disse midlene ble bankene engasjert i kredittforsyning til det lokale næringslivet. Selv om de veldedige motivene ikke forsvinner helt, blir bankene i økende grad et instrument for borgerskapet og næringslivets interesser. De går inn i en dobbeltrolle som sparebank for folket på den ene siden og forretningsbank på den andre (Hodne & Grytten 2000:162).

Den sterke veksten i nye sparebanker i perioden 1830 til 1850 er i seg selv interessant i denne sammenhengen, fordi det er en indikator på overgangen fra naturalhusholdning til pengehushold (Nordvik et.al 1989:18). Men det kanskje mest påfallende er hvordan etableringen av disse bankene ikke bare var et økonomisk prosjekt, men også et moralsk. Valutanens nasjonalistiske patos ble utfyllt av sparebankene på de protestantiske verdiene som ble forkynt av presten hver søndag. Disse bankenes kjernepublikum er de motvillige etterstreberne, dvs. i dette tilfellet majoriteten av befolkningen, som ikke setter pengene sine i banken før det blir et overtramp av sosiale koder å la være.

I den tradisjonelle lokale sparebanken var forholdet mellom bank og kunde preget av en mer eller mindre intim kunnskap om hverandre. Selv om bankfunksjonæren ikke nødvendigvis kjente kunden personlig, hadde han i de

fleste tilfeller mer eller mindre inngående kjennskap til hvem kunden var. Han hadde kjennskap ikke bare til hvor kunden bodde, og til yrke, lønn osv. men også til familie, kanskje venner, vaner, forhistorie osv. Kompetansen til bankfunksjonæren var med andre ord avhengig av hvor inngående kunnskaper han hadde om det lokalmiljøet han betjente. Hans kunnskap og tilnærming til kunden var preget av metis. I dag er denne mengden informasjon byttet ut med de elektronisk registrenes historiske oversikt over kundenes personlige økonomi.

Virtual customers' are representations 'on file' and increasingly 'in the machine' of 'types' of customer endowed with utilisations of bank products, spending and income patterns along with protocols representing the 'rationalities' governing customer behaviour. Information contained in customer files... was used to construct a 'picture' of the customer which then played a part in the interaction between the customer and various bank managers. (Hughes et.al).

Bankfunksjonærens kompetanse vil her være avhengig av hennes evne til på den ene siden å forholde seg til kunden som står i lokalet og på den andre siden til kundens profil som flimrer over skjermen. For å gjøre dette vil bankfunksjonæren trekke veksler på evner og kunnskaper som er mer eller mindre usynlige, og som først vil bli synlig ved feiltagelser eller klager fra kunden. Spesielt vil lokal og personlig kunnskap om kunden, både i form av historikk men også om kundens utseende og væremåte foran skranken ofte være av avgjørende art:

The unpredictabilities of customer facing work are demonstrably manageable, and handled in ways which indicate the sometimes hidden skills of ordinary operatives. One such way is the use of 'local knowledge' - a particular knowledge of the circumstances of the customer, their business and their account that often represents a short-cut to processing (Hughes et.al 1998).

Mens kompetansen til bankfunksjonæren i Voss Sparebank nettopp var basert på kontekstuell forståelse, er dagens bankfunksjonærers kompetanse avhengig av evnen til å tilpasse kontekstfri informasjon til situasjonen. Helst uten at kunden i for stor grad blir oppmerksom på at den begrensede sosiale arena, banklokalet, som han befinner seg i og kommuniserer innenfor ikke er den eneste sosiale arena som han befinner seg på. Bankfunksjonærens håndtering av teknologien etterstreber å plassere den i backstage-området. Underkommuniseringen av den medierte samhandlingen lykkes så lenge det ikke oppstår åpenbare selvmotsigelser i forhold til den større sosiale realitet som kundene befinner seg i.

En bieffekt av at pengene formidles elektronisk er at den samhandling som foregår i tilknytning til dem i stadig økende grad også medieres gjennom personregistre. Allerede i dag er den virkelighet som blir beskrevet i forrige avsnitt i ferd med å bli gammeldags. Nettbanken og lignende internettjenester har fullstendig fjernet det menneskelige mellomledet. Hvis man først skal kommentere dette ut fra personvern hensyn, kan man si at det som i fremtiden vil være problematisk ikke først og fremst er informasjonslekkasjer fra intimsfæren, men den oversettelsen som skjer fra de enkelte kunders komplekse tilværelse til informasjonsprofiler. Det er ikke nødvendigvis det konkrete innholdet som vil være problemet, men den form det kommer i. Personregistrene gjør individene om til stereotyper. Personlig foretrekker vi som regel å oppfatte både oss selv og vår tilværelse som høyst unik. Derfor kan vi bli krenket over resultatet de gangene den rasjonaliserte og kvantifiserbare versjonen er tilgjengelig. Den versjon av oss selv vi da får innblikk i avslører et blikk som til tider kan grense opp mot det diskriminerende. Det fikk SV-leder og stortingsrepresentant Kristin Halvorsen merke da hun sammen med sin ektemann skulle skaffe seg bilforsikring:

- Men vi fikk ikke de rimeligste forsikringene fordi vi hadde feil postnummer. De var ikke interessert i andre ting enn postnummeret vårt, sier Halvorsen.

Hun var selv stortingsrepresentant og satt i finanskomiteen på Stortinget på den tida. Men da familien skulle ha forsikring, var det altså bostedsadressen på Grünerløkka på Oslos østkant som avgjorde saken (Dagbladet 22.mars 2001).

Da forsikringselskapene fikk vite at postnummeret startet med sifrene 05, fikk Halvorsen vite at det ikke ville lønne seg for dem å forsikre bilen der. Prisen ble skrudd opp, forteller SV-lederen. Den dreining som har funnet sted innen personvernlovgivningen fra et vern om privatsfæren til behandlingsfokuseret personvern reflekterer den tendensen som er beskrevet ovenfor.

I Georg Ritzer sin studie av hva han kaller det globale kredittkortsamfunnet ramser han opp en del ulemper med at kunden suges inn i rasjonaliserte og automatiserte informasjonsregistre. Ritzer berører ikke bare

personvernproblematikken, men også de i en videre forstand kulturelle konsekvensene: Beslutningsprosessen er tatt fra menneskelige aktører og blir i stedet utført av computere som kalkulerer og vurderer kredittverdighet. Forbrukerene sittende igjen med en følelse av at de er kontrollert av kalde og inhumane systemer. Et eksempel på dette er når et kredittbyrå først har en fil på en person er det nærmest umulig å komme ut av det. Større effektivitet i kjøp ved kredittkort eller betalingskort sammenlignet med alternative betalingsmåter forsterket samfunnets krav om hastighet. Tapt i prosessen er en omtanke for kvaliteten ved kjøpsopplevelsen og kvaliteten ved de varene som kjøpes og servicen som ytes. Noe viktig men udefinert synes å ha gått tapt i en verden som ofte ser ut til å vurdere hastighet og effektivitet over alt annet. En betydelig mengde humanitet ser ut til å ha gått tapt når individene i stor skala havner i informasjonsregistre av den type som for eksempel de store norske dagligvarekjedene opererer med. I tillegg kommer tendensen til at mellommenneskelig samhandling erstattes av helautomatiske beslutningsprosesser. Dessuten støter man på irrasjonaliteten i de rasjonelle systemene (Ritzer 1995:152-153). Et annet problem som i liten grad er berørt her, er at stadig flere av de goder og nødvendigheter vi nyter forutsetter at man har en elektronisk profil. I tillegg vil utseendet til denne profilen kunne være avgjørende for kvaliteten og kostandene ved mange av de tilbud og muligheter en mottar. For Halvorsen var for eksemplet feil bostedsadresse veldig fordyrende. I en del banker er det i dag også slik at kun de mest velstående kunder blir gitt personlig individuell behandling, mens den store gemene hop blir gjenstand for automatisert kundebehandling. Rett og slett noe så selvfølgelig som å kunne snakke til et menneske er i ferd med å bli et luksusgode.



5. Nasjonalvaluta

I løpet av 1800-tallet skjer det en viktig endring i de institusjonelle rammeverkene som omgir flyten av pengesystemene. Det oppstår en ny dimensjon ved økonomien: Pengene nasjonaliseres. Pengene og økonomien kobles sammen med forestillingen om nasjonen.

I Norge inngikk pengene allerede i et tidlig stadium inn i det nasjonsbyggingsprosjekt som tiltok i styrke fra 1814 og utover. Det ble umiddelbart etter løsrivelsen fra Danmark i 1814 etablert en egen valuta. Dette kan syntes som et overmåte stort sprang i forhold til den diskusjonene som har pågått i de foregående kapitler. Men denne sammenhengen er nok et eksempel på hvordan penger og betalingsmidler bidrar til å definere personen: Pengene gjør oss til handelspartnere, mens kontantene gjør oss til landsmenn. Gjennom bruken av kontanter er de betalende med på å bygge opp forestillingene et nasjonalt felleskap. Nasjonen kan defineres som et forestilt politisk fellesskap som oppfattes som både begrenset og suverent (Anderson 1991:19). Nasjonen er et forestilt fellesskap fordi dens medlemmer vil være i stand til å forestille seg at de er medlemmer av samme fellesskap på tross av at enkeltindivider kun vil kjenne et fåtall av de andre. Et fellesskap som oppfattes som et horisontalt brorskap og ikke som et lagdelt hierarki av gruppetilhørigheter. De elektroniske betalingsmidlene erstatter disse egenskapene ved betalingsmidlene med kosmopolitiske økonomiske aktører.

5.1 Vekselen.

Ser man nasjonaliseringen av pengene som et ledd i utviklingen av en pengeteknologi, seddelen, vil man kunne trekke ut noen generelle betraktninger. Seddelen tar over for myntet ut fra handelslivets behov for et mer effektivt betalingsmiddel. Utviklingen av seddelen tar utgangspunkt i behovene til en relativt liten gruppe, handelsmennene, som foretrekker betalingsmidler med en høy grad av effektivitet. For at betalingsmidlene skal tas i bruk av de bredere lag av befolkningen som i mindre grad er avhengig av dette, kreves det at pengene *brandes* på tillitvekkende måte. Koblingen mellom nasjonen og en betalingsteknologi, dvs. først og fremst sedlene, er med på å alminneliggjøre sistnevnte. Det å gjøre pengene til nasjonalvaluta kan sies å være en retorisk strategi hvor sedlene og myntene tilføres et ethos som utstråler troverdighet. Med andre ord vektlegges det andre kommunikative aspekter ved betalingsmidlene.

Før pengeøkonomien var fullstendig etablert, utførte handelsmennene store deler av handelsvirksomheten ved hjelp av barter eller tuskhandel. Varer ble byttet med andre varer. Som betaling for varene fikk handelsmennene enten andre varer eller lokal valuta som de brukte til å kjøpe for i det samme markedet. Vekselen ble oppfunnet i Italia på 1200-tallet for å minke behovet for barter, for umiddelbare oppgjør ansikt til ansikt og ikke minst for å begrense behovet for mynter som var sårbare for tyveri. Vekselen lagrer verdien slik at selve oppgjøret blir frigjort fra den romlige og temporale konteksten transaksjonene foregår i. I middelalderen foregikk den lokale handelen på torgmarkeder, mens den internasjonale handelen ble gjort på messer (*fairs*) som ble arrangert med jevne mellomrom to til fire ganger i året. Disse kunne vare i flere uker og ble gjennomført etter faste prosedyrer. For eksempel startet det med ni dager med salg av tøy, elleve for lær, to uker for varer som ble solgt etter vekt og til slutt to dager hvor gjelden ble gjort opp (Kindleberger 1984 :36). Man hadde et system hvor handelsmennene fortløpende førte opp hva de skyldte og hva de hadde til gode. På handelsmessens siste dager gikk en offisiell representant for messen rundt og godkjente disse listene, samtidig som han annullerte de krav som balanserte hverandre. De krav som ble til overs, ble enten gjort opp ved betaling i mynt eller ved hjelp av vekslere (Kindleberger 1984:43). Vekselen har det til felles med elektroniske penger at den formidler både informasjon om økonomiske verdier og informasjon om pengebruk. Bruksinformasjonen var en administrativ nødvendighet siden de opprinnelige vekslene var rene gjeldsbrev. Ordet *Bank* er en direkte oversettelse av italienske *banca* og henviser til bankene de første italienske bankierene satte seg bak når de drev sin vekselhandel på handelsmessene. Etterhvert begynte enkelte handelsmenn å spesialisere seg på å handle med gjeldsbrev som de tok med seg fra handelssted til handelssted. Denne handelen med vekslere utviklet seg til en organisert bankvirksomhet som gradvis spredte seg fra de italienske bystatene og utover kontinentet til Antwerpen, London osv. På grunn av en tilnærmet monopolkontroll over handelsforbindelsen mellom Vest-Europa og Østen hadde de italienske bystatene en sentral og dominerende posisjon i handel og finansliv i Europa i århundrene fra 1400 til begynnelsen av 1600-tallet (Arrighi 1994:23). Lombard Street i Londons

finansstrøk *City* er en etterlevning av denne tidlige internasjonale bankvirksomheten. *Lombards* er et gammelt navn på nord-italienere.

Det man skal legge merke til i sedlenes tidlige historie, er at den opprinnelig tas i bruk ut fra et behov for større effektivitet:

The incentive to create the world market, to reduce spatial barriers, and to annihilate space through time is omnipresent [...] Innovations dedicated to the removal of spatial barriers [...] have been of immense significance in the history of capitalism, turning that history into a very geographical affair (Harvey 1990:232)

Dette er en tendens en vil finne igjen både i overgangen fra barter til mynter og i overgangen fra kontanter til elektroniske penger. Kvalitetene ved rom og tid innenfor handlens i stor grad er en økonomisk variabel. Det er denne sammenhengen som tvinger frem klokketiden slik at både tiden og rommet kan omgjøres til en økonomisk størrelse, arbeidstid (se kap.2). Det kan med andre ord ligge betydelig økonomiske gevinst i å effektivisere flyten av varer og kapital på tvers av geografiske avstander. En annen måte å beskrive oppfinnelsen av vekslens og senere seddels på er at det er et ledd i en type prosess som David Harvey kaller *time-space compression*:

I mean to signal by that term processes that so revolutionize the objective qualities of space and time that we are forced to alter, sometimes in quite radical ways, how we represent the world to ourselves. I use the word compression because a strong case can be made that the history of capitalism has been characterized by speed up in the pace of life, while so overcoming spatial barriers that the world seems to collapse inwards upon us (Harvey 1990:249).

Flere av kommentatorene ser en sammenheng mellom den moderne globale finansindustrien fremvekst på den ene siden og den økende dominansen av en global forbrukerkultur på den andre (se f.eks Harvey 1990, Ritzer 1994, Lash og Urry 1994). David Harvey peker på en lignende sammenheng mellom den internasjonale handelen og den kulturelle og idemessige oppblomstring i renessansen. Dessuten er det verdt å legge merke til at både renessansen og hva Giovanni Arrighi referer til som den tidlige globale handels- og bankdrifts første fase begge hadde sitt sentrum i de italienske bystatene på 1400-tallet (Arrighi 1994). Om ikke annet kan renessansen sies å gi et estetisk og idemessig uttrykk for en utvikling som lenge hadde vært merkbar i finanslivet. I den føydale middelalderen hadde stedet en definitiv legal, politisk og sosial betydning samtidig som de sosiale relasjonene innenfor territorielle grenser hadde en viss autonomi (Harvey 1990:240). Det utenforliggende eksisterte det bare en vag forståelse av, ofte i form av en mystisk kosmologi befolket av figurer fra myter og fantasi. Et annet typisk trekk er at tiden og rommet fremdeles henger sammen. Handelslivet utgjorde en motkraft til dette verdensbildet. Både handelen i seg selv og den utstrakte bruken av penger som verdimål hadde en nedbrytende effekt på de tradisjonelle samfunnene samtidig som de mer enn antydte en annen konseptualisering av tid og rom (:242). Et eksempel på dette er den allerede nevnte introduksjonen av klokketid på bekostning av de tradisjonelle samfunnets tidsbegrep påvirket av naturens og de religiøse ritualenes rytme. Klokketiden er også et eksempel på hvordan oppfattelsen av tid og rom radikalt ble rekonstruert i løpet av renessansen.

Handel og utstedelse av vekslere kunne være en lukrativ bransje. Fordi det i praksis ofte dreide seg om rentefrie lån som bankierene forvaltet og enten kunne låne videre eller investere på andre måter. De første offentlige godkjente sedlene i Norge ble trykket opp av den hanseatiske handelsmannen Jørgen thor Møhlen i 1695. Møhlen var en stor reder i sin tid. Delvis på grunn av at store deler av flåten hans ble kapret av Danmark-Norges fiender i den pfalziske arvefølgekrig og delvis pga. kostbare feilinvesteringer i Karibien, investeringer gjort på oppfordring fra kong Christian V, krevde Møhlen kompensasjon. Tillatelsen til å trykke sedler ble gitt som et kompromiss mellom det dansk-norske kongeriket og Møhlen. Tanken var at de skulle fungere som et rentefritt lån som ville gi Møhlen mulighet til å bygge seg opp igjen. At Møhlen senere fikk en bergensk bydel oppkalt etter seg var trolig av helt andre grunner, seddelprosjektet var nemlig en dundrende fiasko. Tiltroen til disse sedlene var så lav at de ble innløst umiddelbart i stedet for å sirkulere i et par år slik Møhlen hadde regnet med. Møhlen, som hadde vært en av landets rikeste menn, døde lutfattig i 1708 (Erlandsen 1992:29). Det skulle enda gå en god stund før *penger* i folks bevissthet var synonymt med *sedler*. Sedler ble ikke et alminnelig betalingsmiddel for de bredere lag av Norges befolkningen før mot slutten av 1700-tallet. En av finanshistoriens kanskje mest beryktede menn, skotten John Law, stod bak et lignende prosjekt i Frankrike: Banque Royale. Dette prosjektet kollapset i 1720 etter å ha utstedt verdiløse sedler. I den kollektive franske hukommelsen var dette minnet så sviende at ordet *bank* eller *banque* omtrent ikke ble brukt igjen før halvannet århundre senere. I stedet ble de franske bankene kalt *credits*, *caisses*, *comptoirs* og *societes*. Når *bank* blir tatt i bruk igjen i forbindelse med etableringen av den franske nasjonalbanken i 1800 er det fordi denne er tuftet på de samme ideene og prinsippene som Bank of England, en bank som var høyt

respektert også i Frankrike (Kindleberger 1985: 71-72).

I dag utgjør mynter og sedler på mange måter to sider av samme sak. Den eneste reelle forskjellen mellom dem, materialvalg og design unntatt, er valørmessig. Men frem til man forlot prinsippet om at myntene skulle ha en egenverdi i form av bestemte mengder edelmetall, var det snakk om to helt forskjellige typer betalingsmidler. Siden sedlene verken hadde eller har noen egenverdi, kreves det en tredjepart som garanterer for at sedlene er verdt det pålydende. Denne distinksjonen hadde stor betydningen siden det la grunnen for en helt ny type institusjon i: Banken. En forutsetning for at seddelen skal fungere som betalingsmiddel er at folk har tillit til at den er verdt det pålydende. Det igjen fordrer at garantisten eller utstederen har den tilstrekkelige troverdighet hos de betalende. Adam Smith kommenterer i *Wealth of Nations* det som i hans tid fremdeles var det ypperste i betalingsteknologi :

The substitution of paper in the room of gold and silver money, replaces a very expensive instrument of commerce with one much less costly, and sometimes equally convenient(...) There are several different sorts of paper money; but the circulating notes of banks and bankers are the species which is best known, and which seems best adapted for this purpose. When people of any particular country have such confidence in the fortune, probity, and prudence of a particular banker, as to believe that he is always ready to pay upon demand such of his promissory notes are likely to be at any time presented to him; those notes come to have the same currency as gold and silver money, from the confidence that such money can at any time be had for them (Smith 1991:257).

For at seddelen skal fungere som betalingsmiddel er den derfor avhengig av at utsteder nyter tilstrekkelig tillit blant de betalende. Selv om de underliggende motiver sannsynligvis lå et helt annet sted, ble dette i fleste land løst nettopp gjennom å gjøre pengene til en nasjonal valuta. Gjennom å være et nasjonalsymbol blir tilliten til at seddelen er verdt det pålydende først og fremst et spørsmål om patriotisme.

5.3 Norges Bank 1814-

"It is through the workings of Central Banks that nations come into an economic existence defined by their own monetary system." (Cencini 1995:4)

Sitatet presenterer helt nytt element ved penger – de har, idet minste opp til de seneste tiår, vært uløselig knyttet sammen med nasjonalstaten. Denne sammenkoblingen skjer mer eller mindre parallelt med at forestillingen om nasjonen som et begrenset og suverent felleskap vinner frem i løpet av 1800-tallet. For Norges del ble det allerede i forbindelse med grunnlovssamlingen på Eidsvoll påsken 1814 satt ned en egen finanskomite som en snau måned senere fremla en innstilling i syv punkter vedrørende Norges framtidige pengevesen. Spesielt to av disse punktene er interessante i denne sammenheng:

At det bestemmes af rigsforsamlingen at den cirkulerede Masse af de ved Regjerings Commisionens foranstaltning udstædte Assignations sedler, af Stadtholderselskabets Sedler, samt af de i Danmark udstædte sedler vorder indløst (ombyttet med norske sedler) saa snart skee kan, og i det seneste til 1814 Aars Udgang, efter hvilken Tiid de ej lenger maae være gjeldende (Skaare:151).

At den nærværende norske Afdeling af Rigsbanken erklæres at Rigs forsamlingen for at være Nationens Bank (Norges midlertidige rigs-Bank), indtil den nye bank sættes i virksomhet (Skaare :152).

Debatten om et eget norsk pengesystem i 1814 var mer preget av spørsmålet om Norges politiske selvstendighet enn den norske stats finanser. Sistnevnte var basert på rasjonelle økonomiske kalkyler som ikke minst tok hensyn til den enorme statsgjelden. På den andre siden står tilhengerene av uavhengighet med et dunkende patriotisk hjerte og med en bristende økonomisk virkelighetssans. Kravet fra selvstendighetspartiet om et eget norsk pengevesen bunnet i forestillinger om folkesuverenitet, ære, frihet og selvstendighet i større grad enn hensynet til den norske stats finanser. Blant representantene for dette synet finner en sogneprest Jonas Rein i Nykirken i Bergen: "Jeg kan ikke tale som en Mand der har at yde af sin Overflod (...) men den usle Rest jeg har tilbage offerer jeg med Glæde for Norges Friehed og Selvstendighed" (:152).

Nå er det viktig å understreke at det også finnes realpolitiske grunner til å foretrekke et eget pengesystem. Ser man for seg en situasjon hvor Eidsvollforsamlingen hadde bestemt seg for å innlemme Norge i et svensk pengesystem i forbindelse med en unionssammenslåing, kunne det skjedd på to måter. Enten ved at landene hadde etablert en

felles mynt eller ved at valutakursen mellom norske og svenske mynter låses helt fast. Et eksempel på den første varianten kom i kjølvannet av sammenslåingen mellom Øst- og Vest Tyskland hvor den øst-tyske marken opphørte å eksistere. I andre enden har man myntunionen mellom England og Skottland hvor det er en sameksistens mellom to forskjellige utseende pund samtidig som disse kan brukes fritt om hverandre. Fordelen med den siste løsningen er at man i det minste opprettholder et skinn av selvstendighet og ikke minst en reell mulighet for å bryte valutasamarbeidet. Med den tyske løsningen passerer man et *point of no return* som både politisk og følelsesmessig kan være vanskelig å svelge. En fullstendig sammenslåing av de to lands valutaer kunne under visse omstendigheter ført til en gradvis underkastelse av Norge under Sverige. For at de to nasjoner skulle vært likebyrdige partnere i unionen ville det krevd at handelen mellom de to landene var jevnt fordelt. Hvis det derimot skulle oppstå en skjevhet i handelen mellom de to landene, for eksempel ved at importen av svenske produkter var større enn eksporten av norske da ville man få en ubalanse i den økonomiske styrken til de to landene. I denne situasjonen ville den norske regjeringens handlekraft for å rette opp denne skjevheten vært sterkt begrenset hvis man samtidig var bundet opp i et valutasamarbeid med Sverige. På den annen side krever et eget pengesystem i det minste et visst minimum av økonomisk handlekraft (se f. eks. Isachsen 1994: 25-30). Det er dette unionstilhengerne mener Norge mangler i 1814. Det som hviler som underliggende forutsetning for dette synet er oppfattelsen av Norge som en økonomisk aktør i et samspill både med andre nasjoner og sine egne innbyggere.

Man bestemmer seg med en gang for å utmynte en egen norsk valuta samt etablere en norsk sentralbank. Nå endte det hele til slutt med en norsk- svensk union, men finansforvaltningen ble adskilt for de to landene. Det første ordentlige storting to år senere i 1816 vedtok loven om et norsk pengevesen og Norges Bank. Blant de viktigste bestemmelsene i denne loven kom innføringen av en ny pengeenhet, *speciedaleren*. Staten ble gitt enerett til utmynting og opprettelsen av Norges Bank. Banken skulle være en låne-, giro- og depositbank, samtidig skulle den også være seddelbank. For hver sølvspecie den hadde i sitt metallfond fikk den rett til å utstede to specialsedler. Etter 1. Januar 1819 skulle sedlene være innløselige mot sølv ved Norges Banks hovedsete i Trondheim. Det er i den sammenheng verdt å legge merke til at det seddelmonopol som Den Norske Bank fikk ved etableringen i 1816 ikke er representativt for tilstanden internasjonalt. Den Svenske Riksbanken fikk ikke innvilget et slikt monopol før i 1904. Før dette skjedde utga hele 31 svenske banker pengesedler. Som en kuriositet kan det legges til at den Norsk- kinesiske banken, med den utvandrede bergenseren Johan Wilhelm Munthe sentralt involvert, ga ut egne sedler i perioden 1922-1925. Sedlene sirkulerte i Peking-området og hadde blant annet et vikingskip inngravert på den ene siden.

For å fylle Nasjonalbankens sølvfond satset man på at nasjonens borgere skulle tegne aksjer i den nye banken. Hvis ikke dette lyktes ville fondet skaffes til veie ved hjelp av tvungne innskudd lignet etter formue. Sommeren 1818 ble det derfor sendt ut en usedvanlig pompøs innbydelse:

Landsmænd! Fra denne stund, eders nu forsamlede Repræsentanter overtog det vigtige Kald at ordne fædrelandets indvortes Anliggender, faldt Rigets Pengevæsen dem i Øinene, som den Andstødssten, paa hvilken de fleste til Rigets Opkomst sigtende foranstaltninger maaste strande.

De saae med forfærdelse det Spil, egennyttens paa denne Grund øvede - den Mistillid, den Immoralitet, den forstyrrelse af alle borgerlige forhold, dette Uvæsen medførte, og bleve derved end mer overtøydede om Sandheden af den Paastand, at, for at sætte hine Urodener Grændser, og tillige give Rigets Handel, dets agerdyrkning og andre Næringsveie nyt Liv, samt for at bringe ligevægt imellem Statens Indtægter og Udgifter, er det absolutt fornødent, at de Talmidler som skulle tjene til Maalestokk for Kjøb og Salg, for allehaande Penge-Forpligtelser, maa gives en fast og uforanderlig indvortes Værd.(...)

Stortinget antog derfor som Hoved-Principer, at den nu circulerende Seddelmasse saasnart mulig bør afløses af et nyt paa rede Valuta funderet Repræsentativ, at Midlerne dertil bør søges i Nationens eget Skjød, men kun paaafordres efterhaanden, som National-Virksomheden igjen oplivedes (Skaare 1995:154).

Invitasjonen beskriver videre de planene stortinget hadde bestemt for opprettelsen av Norges Bank. For å lykkes var man som sagt avhengig av at man lykkes i å innhente 2 millioner *species*. Dette fondet håpet stortinget de skulle fylle gjennom å henvende seg ”Til Eder! – Norges formuende og velhavende Indvaanere!”(:155). Disse skulle tegne aksjer pålydende 200 *species* hver. For de ikke fullt så velstående, som likevel ville ”yde sin skjerv” (:155), var det endog mulig å tegne aksjer ned til en åttende del av pålydende. Tvangsinnkreving regnet stortinget ikke som særlig aktuelt. Det var tross alt snakk om en stiftelse som ”Fædrelandets Held saa meget beroer”(:155), og man var overbevist om at ”Landets formuende og velhavende Mænd af alle Classer ville ansee det for en hellig Pligt, ved denne Leilighet at vise Fædrenelands-Kjærlighet og Borgerfølelse”(:155). Det hele blir rundet av med en siste påminnelse:

Det staar nu til Eder, I Norges formuende og velhavende Mend af alle Classer! At fuldende det Værk, Storting har

lagt Grundvolden til.

Aldrig have Norges sønner holdt sig tilbage, naar det gjaldt Fædrelandets Hæder og Held, og man tør sikkert antage, at den gjenvundne Uafhængighed vil knytte dem med fastere Baand til dette Fædreland!

Gjennomtrængt af denne følelse, ville enhver norsk Mand, til hvem denne opfordring skeer, herpaa antegne det Antal af hele, halve, fjerdedeels og ottendedeels Actier, hans evne formaaer, og Norges frivillige Bank vil fremstaae som et Mønster paa ægte Fædrelandssind" (:154-155).

På tross av den svulmende henvisningen til folks nasjonalfølelse ble bare 40% av de nødvendige aksjene tegnet. Dermed måtte den resterende summen tvangsinnndrives. Dette ble gjort ved hjelp av en formuesskatt, på folkemunne kalt sølvskatten. Denne skatten var en tung byrde for de fleste og selv ikke for samfunnets øvre lag var det uproblematiske å skaffe de nødvendige midler. Om finansminister grev Herman Wedel Jarlsberg ble det fortalt at han

med egen Haand sønderhuggede og kastede paa vægten det Sølv, som hans Hustru levered ham, og denne Qvinde, der vædede de gamle gjenstande med sine Taarer , var Statsminister Peder Ankers Datter, og det sølv der offredes, var af det Arvegods, hun bragte sin Mand (:157).

5.4 Nasjonsbygging

For ytterligere å kommentere etableringen av et eget norsk pengevesen kommer Careys to modeller for kommunikasjon nok en gang til nytte. De som argumenterte for en monetær union med Sverige gjorde det ut fra en forståelse av penger som først og fremst dreide som om effektiviteten av pengeflyten. Den vinnende side, derimot, var mer opptatt av den rituelle siden ved pengene. For dem var dette et spørsmål om grunnleggende kvaliteter og verdier ved det norske samfunnet. Det som kommer til syne i måten man forsøker å etablere Norges Bank på er en gryende nasjonalisme. Rent retorisk forsøker man ikke å få støtte for etableringen av Norges Bank gjennom en rasjonell argumentasjon; i stedet prøver man å vekke til live nasjonalfølelsen.

Er det i det hele tatt noe som preger moderne mynter og sedler er det nettopp at de brukes til å gjøre pengene til et nasjonalsymbol. Etableringen av et eget norsk pengesystem i 1814 inngikk som en viktig del av det som i ettertid fremstår som et nasjonsbyggingsprosjektet. Det å etablere et eget pengevesen har i det minste siden den gang vært noe av det første en ny nasjon har satt i gang med. Under den amerikanske frigjøringskrigen i 1776 nedla britene forbud mot å produsere sedler i Amerika. Men da revolusjonen, startet var utstedelse av sedler noe av det første som kom i gang. I tillegg til å være et betalingsmiddel fungerte disse sedlene også som propaganda for revolusjonen: "utgitt til forsvar for den amerikanske frihet" var trykket på sedlene som i tillegg var gravert inn med bildet av en heimevernssoldat (Erlandsen 1992:20).

Denne henvisningen til det nasjonale fellesskap preger pengene den dag i dag. Sedlene fremstår som et nasjonalt portrettgalleri over store personligheter i norsk historie. Victor Castellani argumenterer for at penger og spesielt sedler har blitt brukt til å formidle et offisielt bilde av nasjonen og/eller de regjerende (Castellani 2000). Den første seddelserien etter unionsoppløsningen med Sverige i 1905, den såkalte II-utgaven, inneholdt alle motiver som var preget av omstendighetene: På fremsiden var det portretter av Stortingspresident Wilhelm Frimann Koren Christie som i 1814 sikret unionsavtalen med Sverige, og av Tordenskjold som beseiret svensken i sjøslag. På sedlenes bakside var det nasjonale monumentalbygg: Håkonshallen, Nidarosdomen, Akershus Festning. På 1930-tallet var seddelmotivene både i Norge og i resten av Europa dominert av avbildninger av landbruk, fiske, skipsfart, industri, kultur. Blant dem er noen av de mest kjente norske seddelmotivene *Fiskevær i Lofoten* (5 kr. IV-utg.) og *Lensekara* (100 kr. IV-utg.). I en periode preget av økonomisk turbulens tematiserer sedlene variasjoner over *bygging av landet*. Fra senere seddelserier på 70- og 80-tallet husker man at spesielt portretter kunstnere dominerte: Henrik Ibsen, Henrik Wergeland, Camilla Collet, Edvard Grieg osv., samt motiver fra norske folkeeventyr og folklore. Internasjonalt er det en viss variasjon. USA har utelukkende portretter av døde statsmenn (det er bestemt ved lov), Australiske sedler gjengir scenarier fra kontinentets historie. Muslimske land holder seg til koranen. I de tidligere sosialistiske statene konsentrerte man seg om motiver rundt temaet *bygg landet*. Avbildninger av levende monarker eller statsledere har i vesten stort sett vært forbeholdt myntene. Unntak finner en stort sett i en del diktaturer spesielt på de sydligere breddegrader har det i det minste tidligere vært en mer utbredt praksis å portrettere disse også på sedler.

I en mer snever forstand kan dette sees på som en symbolsk oppbygging av tillit til en av statens viktigste institusjoner. Men *money as national advertisement* kan snus på hodet til *nationality as money advertisement*.

Koblingen nasjonalitet-penger bidrar til å bygge opp tilliten og troverdigheten rundt pengene i forhold til den majoritet av befolkningen som fremdeles så på pengene, og spesielt seddelen, med en viss skepsis og tilbakeholdenhet. Det er med andre ord en resiprositetseffekt mellom nasjonalstaten og pengemediene. Det å gjøre pengene om til en nasjonalvaluta er å gi dem merkenavn som de betalende stoler på. Nasjonalstaten kapsler inn tilliten til pengene. Man kan i det hele tatt si at utviklingen av seddelen tar en helt annen retning enn i den tidlige fasen hvor det først og fremst var snakk om å dekke behovet til den internasjonale storhandelen. Trekket det en linje i fra de første vekslene og frem til slutten av 1800-tallet, ser man at det underveis skjer et skifte i de kvalitetene ved seddelen som fremheves.

Innenfor medievitenskapen har man i forbindelse med Andersons nasjonalitetsteori og utviklingen av nasjonalitetsfølelsen i hovedsak fokusert på en medieteknologisk utvikling som har gått fra muntlighet via trykkekunsten og frem til de nasjonale fjernsynsselskapene. Innenfor en slik vinkling, hvor fremveksten av nasjonen utvikler seg i kjølvannet av en medieteknologisk utvikling, blir ideen om nasjonen som et forestilt fellesskap i stor grad koblet med nasjonen som et kommunikasjonsfellesskap. Nasjonalvalutaen kan absolutt føyes til denne rekken av kommunikasjonsmedier.

Etableringen av en egen norsk valuta inngikk i et prosjekt som overskred de økonomiske hensynene. Forkjemperene oppfattet pengene som noe mer enn et økonomisk instrument. Det å betale hadde en politisk slagside, man markerte sin nasjonalitet. Gjennom bruk av penger ble befolkningen definert som borgere av nasjonen. Armand Mattelart beskriver hvordan opplysningsidealene fra det 1600-tallet og utover var uløselig knyttet sammen med kommunikasjon:

The Advent of communication as a project and a realization of reason descended directly from the ideal of perfectibility of human societies. A first constellation of ideas took shape around the communication routes and the link that united them to the formation of national space (Mattelart 1995:3).

Forestillingen om en bedre og en mer velstående fremtid spredde seg utover en lang rekke vidt forskjellige områder. Ikke minst var disse uløselig knyttet sammen med nasjonalstaten. Noe de senere seddelmotivene men *bygg landet* motiver viser. For å fylle ut bildet kan etableringen av sparebankene, som ble kommentert i forrige kapittel, trekkes inn.

I tillegg til å være et betalingsmiddel kan man si at kontantene også er et massemedium som formidler en forestilling om et fellesskap, og at gjennom bruken av kontantene blir den betalende definert som et medlem av dette fellesskap. Pengenes nøytralitet bidrar til å forsterke kontantenes nasjonalsymbolikk i den forstand at ved å fjerne henvisningen til den betalendes individuelle personlige og sosiale trekk blir den ene egenskapen som står igjen, nasjonaliteten, desto tydeligere.

Det kan for øvrig trekkes en parallel til den europeiske monetære union, EMU. De problemstillinger Eidsvoldforsamlingen stod ovenfor i 1814 har likhetstrekk med de problemer som dukker opp i forbindelse med den europeiske pengeunionen. I sluttspurten av den danske euroavstemmingen kommenterer den danske statsministeren Poul Nyrup Rasmussen euroen på en måte som følger de samme prinsipper som var tilstede i argumentasjonen til tilhengerne av det norske pengesystemet:

For mig handler den fælles valuta om at bakke op bag en europæisk vision, som har været undervejs i mange år. En vision, der er skabt ut av Anden Verdenskrigs skygger og ruiner. En vision om et sammenhold så sterkt og ubrydelig, at krigen aldrig mer vil få lov at ødelegge en generation europæeres liv. Euroen handler ikke i sig selv om verken krig eller fred. Men dens konsekvenser er fælles interesser og tætte bånd (Politiken 27.10.2000:4).

Tidligere spilte de nasjonale kommunikasjonsnettverkene den sentrale rollen. Men de utviklingsidealer som lå bak seddelen, og som for en stakket stund overlappet med nasjonsbyggingsprosjektet, har i dag eskalert til globale høyder:

”The paradigmatic media of mobility during the epoch of organized capitalism were railroads, telephone via cable, postal services and later road networks. All of these brought ’time-space convergence’ and ’time-cost convergence’ mainly on a *national* scale (although their role in the British Empire should be noted). By contrast the paradigmatic mobility media of disorganized capitalism are fibre-optic cable, satellite communication and air transport. These have led to time-space and time-cost convergence on a *global* scale” (Lash & Urry 1994:25).

Med betalingskortene løses betalingsmidlenes forbindelse med fellesskapet opp. I stedet definerer de elektroniske

betalingsmidlene personen som et kosmopolitisk individ, som ikke lenger kobles opp til forestilinger om et felleskap, men til et sett av predefinerte forbrukerkategorier.

I sin studie av kredittkortindustrien ser George Ritzer disse kortene som elementer i en amerikaniseringsprosess (Ritzer 1995). Dette skyldes delvis utbredelsen av det som i utgangspunktet primært er en særegen amerikansk finansieringsmåte: "If we want to buy like Americans, we must first learn to borrow like Americans" (Williams 1962: 63). Men også, og av større relevans i denne sammenheng, fordi kredittkortene representerer en utvikling hvor nasjonalbanken er byttet ut med store, og i hovedsak amerikanske, finanskonsern: Visa, Mastercard, American Express osv. Ritzer ser videre fremveksten av de amerikanske kredittkortene i sammenheng med fremveksten av en først amerikansk og senere global forbrukerkultur, hvor kredittkortene symboliserer de samme verdiene som "the first McDonald's franchise [...]the first mass-produced suburban housing in Lewittown [...] and Holiday Inn motel chains [...]"(Ritzer 1995:31). Nå er det ikke amerikaniseringsteorien vi er ute etter her, men hvordan kredittkortene utover å være et betalingsmiddel, så å si er et kulturelt uttrykk for en tilhørighet ikke til en nasjon, men til en livsstil. Selv for de mest ihuga kosmopolitter handler med andre ord den dagligdagse strømmen av transaksjoner vel så mye om at i det mikroøyeblikket hvor man betaler, er ladet med en symbolikk som overskrider betalingens rent økonomiske funksjon. Dette kommuniseres også via andre kanaler. I avstemmingens siste dager går en av den danske avisen Politikens reportere på kafebesøk med en kompis: "Vi bestiller en espresso – han skal have varm mælk i, et sikkert tegn på en ja-siger" (Politiken 29.10.2000:3). Feilaktig som spådommen skulle vise seg å være, observerer den likevel et forhold som kan ha noe for seg.



6.0 Avslutning

Informasjon om penger er i ferd med å bli nesten like viktig som pengene selv
Walter Wriston, tidligere direktør for amerikanske Citibank

Når vi betaler, kommuniserer vi samtidig også hvem vi er og med det også hva slags situasjon vi er i. Slik har det alltid vært. Selv formidlet gjennom de sporløse kontantene forteller pengene hvem betalerne er: De er tomme økonomiske aktører, blottet for individuelle subjektive egenskaper. Vespasians ord: *pengen lukter ikke*, kan utfylles med et annet visdomsord: *Også stillhet er lyd*. I denne nøytraliseringen av personen ligger, i følge Simmel, en av pengenes mest virkningsfulle kulturelle dannelser. Det gir individer en frihet til å skape relasjoner uten andre bindinger enn av rent saklig betydning. Selv om kunden og kjøpmannen er gjensidig avhengig av hverandre, er aktørenes personlighet likegyldig. Det eneste som betyr noe, er at de er bærere av funksjoner, at de er leverandører av tjenester eller varer eller at de har penger. I dette ligger det en betydelig frihet i den forstand at de relasjoner hvor penger inngår som bindeledd, er uforpliktende og flyktige. Pengeformidlede relasjoner trenger ikke ha noen nevneverdig utstrekning i tid. I det øyeblikket en vare eller tjeneste er betalt for, kan forholdet mellom kjøper og selger avsluttes. For Simmel er dette en egenskap ved pengesymbolet. Men, som det er påvist i denne oppgaven, er disse egenskapene sammenvevd med de gamle pengemediene, seddelen og mynten. Hva som er beskrevet i denne oppgaven er hvordan, disse kommunikative aspektene ved pengene endres når informasjon om pengebruk inkorporeres i betalingsmiddelet. Hva er det da som skjer når pengene lukter, når de sier hvem som betaler, når, hvor og en vakker dag kanskje også hva som kjøpes?

For det første begynner pengene å si noe om hvem vi er som mer enn en deltaker i en enkelt transaksjon, de begynner så å si å lukte. Der vi tidligere har vært anonyme, blir vi plutselig personer med individuelle egenskaper. Det høres kanskje ut som en fordel, men da glemmer man at det nettopp er i denne anonymiteten at pengene på godt og vondt har fristilt oss. For det andre, og det er dette bonuskortet er et eksempel på, strekkes betalingen ut i tid. Betalingen er ikke lenger en diskontinuerlig relasjon som avsluttes og begynner på nytt et annet sted. For det tredje vil disse nå varige og potensielt forpliktende relasjonene være basert på en samhandling som medieres gjennom de informasjonsprofilene vi generer. Mens betalingskortene på den ene siden undergraver en egenskap ved pengene, anonymiteten, forsterker den en annen: Vi vil i enda større grad bli underlagt *techne*. Den individualiteten vi har i møte med banken, butikken, forsikringselskapene, flyselskapene og alle de andre vi betaler til, er en objektivert individualitet blottet for egenart. I stedet er den en type eller klisje blant flere. I vår verden kan respekterte stortingsrepresentanter og partiledere bo på feil side av byen, mens i den verden våre elektroniske skygger lever i vil det være uhørt. Et annet eksempel er reklame, som er i ferd med å gå fra å henvende seg til målgrupper til å henvende seg til målpersoner. Det kan skape forundring hos en mottaker som har vært i Italia, er medlem av en bokklubb når hun med jevne mellomrom i tillegg oppdager at hennes elektroniske skygge liker opera og teater, i motsetning til henne selv som entusiastisk følger med på britisk 1. divisjons fotball.

Dette vil måtte påvirke personvernstenkingen. Den har tradisjonelt blitt satt i sammenheng med en generell utvikling hvor informasjonsteknologien undergraver vernet om privatlivet. Blant andre Georg Apenes har trukket en forbindelseslinje fra overvåkingskameraene, loggføring av internettbruk og avlesning av e-post til bankenes og kortoperatørenes kontroll med sine kunders bevegelser og innkjøp til alle døgnets tider. Dette kan i seg selv være en bekymringsfull side ved betalingsteknologien. Men forsøker man å se det hele i et mer langsiktig perspektiv vil bildet som er tegnet ovenfor forsterkes. Frykten for informasjonlekkasjer vil da trolig medføre en distansering fra en viktig sosial arena. Det er denne utviklingen som reflekteres i den nye lov om behandling av personopplysninger hvor fokuset flyttes fra informasjonsinnhenting til informasjonsbehandling.

Men det er ikke bare i form av en utvisking av skillet mellom privat og offentlig arena at roller blandes sammen. Stadig oftere ser en at leverandører av betalingstjenester og salgsleddet går over i hverandre. Statoil utsteder betalingskort og selger bensin og dagligvarer, samtidig som bankene selger varer. Denne sammenblandingen kan på sikt føre til store forandringer. Et av de største skrekkscenariene er at pengene monopoliseres. De vil i så fall bare kunne brukes på bestemte steder og av bestemte grupper. Da vil man gå fra nasjonalvaluta til Rimipenger, dvs. valuta som kun er gyldig på Hakon-gruppens utsalgsteder. Dette er trolig lite sannsynlig. Det man kan forvente er, som i Fjeldstads fremtidsvisjoner for Trumfkortene, at pengenes verdi vil avhenge av hvor de brukes og av hvem.

Hvilket i og for seg er en paradoksal utvikling siden man da får et betalingsmiddel med global utbredelse på den ene siden og krypende sosial gyldighet på den andre.

Avslutningsvis håper jeg at jeg underveis har gjort det tydelig hvorfor dette er en problematikk som medievitere bør befatte seg med. For det finnes selvfølgelig en rosin i pølsa: En klassisk bekymring innenfor medievitenskapen er hvordan kommersielle interesser og økonomiske prinsipper blandes inn i, og utarmer massemedienes samfunnsrolle som en bærende kultur- og nyhetsformidler. Denne analysen kan leses som en oppfordring til at medievitenskapen bør begi seg inn på de kommersielle interessene og økonomiske prinsippenes enemerker: Pengene.



Litteraturliste

- Anderson, Benedict, **Forestilte felleskap**, Oslo 1996
- Apenes, Georg, **Panoptikon**, Oslo 2000
- Arrighi, Giovanni, **Det långa 1900-tallet**, Göteborg 1995
- Barthes, Roland, **I Tegnets Tid**, Oslo 1994
- Bourdieu, Pierre, **Outline of a Theory of Practice**, Cambridge 1977
- Carey, James W., **Communication As Culture**, New York London 1989
- Castellani, Victor, *Money talks: Currency as National Advertisement*, ISSEI 2000, Bergen 2000, Internett(2001): <http://www.uib.no/issei2000/workshop/sec4/castellani.htm>
- Castells, Manuel, **The Rise of The Network Society**, Oxford 1996
- Cencini, Alvaro, **Monetary Theory**, London 1995
- Chaum, David, *Achieving Electronic Privacy* i Scientific American aug. 1992, s. 96-101
- Crump, Thomas, **The Anthropolgy Of Numbers**, Cambridge 1990
- Davies, Glyn, **A Historie of Money**, Cardiff 1994
- Dodd, Nigel, **The Sociology of Money**, Cambridge 1994
- Erlandsen, Hans Chr., **Penger av papir**, Oslo 1992
- Frisby, David, *Afterword: The Constitution of the Text* i Simmel, Georg **The Philosophy Of Money**, London 1990, s. 513-524
- Frisby, David, **Fragments of modernity**, Cambridge 1988(1985)
- Frisby, David, **Simmel and Since**, London 1992
- Frisby, David, *Preface to the second edition* i Simmel, Georg, op.cit,
- Goffman, Erving, **Frame Analysis**, Cambridge, Massachusetts 1974
- Haga, Mads, **Voss Sparebank 150 år i bygda si tenesta**, Voss 1993
- Harvey, David, **The Urban Experience**, Oxford 1989
- Harvey, David, **The Postmodern Condition**, Oxford 1990
- Hodne, Fritz & Grytten, Ola H, **Norsk Økonomi i det 19. Århundre**, Bergen 2000
- Hughes, John et.al, *Virtual Organisations and the Customer:How 'Virtual Organisations' deal With 'Real' Customers*, Lancaster, Internett (2001): <http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/VSOC/YorkPaper.html>
- Isachsen, Arne Jon, **Felles mynt i Europa?**, Oslo 1994
- Johansen, Anders, **All verdens tid**, under utgivelse 2001
- Johansen, Anders, **Gratie**, Oslo 1996
- Johansen, Anders, *Medmennesker, landsmenn, samtidige* i Norsk Medietidsskrift 1.95, Bergen 1995, s.113-142
- Kaloudis, Aris og Storberg, Ola, *Kontantenes plass i det norske betalingssystemet* i Penger og Kreditt 4/2000, Oslo 2000, s. 263-268. Se også internett (2001): www.norges-bank.no
- Kindleberger, Charles, **Keynesianism vs. Monetarism and Other Essays in Financial History**, London 1985
- Kindleberger, Charles, **A Financial Histroy of Western Europe**, London 1984
- Lash, Scott & Urry, John, **Economies of Sign and Space**, London 1994
- Lehman, Hartmut & Roth, Guenther (ed.), **Weber's Protestant Ethic**, Cambridge 1993
- Lund, May Helle og Watne, Kjetil, *Ny lov om betalingssystemer mv.* i Penger og Kreditt 2/2000, s. 134-142, se også internett (2001): www.norges-bank.no
- MacLuhan, Eric & Zingrone, Frank (ed.), **Essential MacLuhan**, London 1995
- Mattelart, Armand, **The Invention of Communication**, Minneapolis 1996
- Mattelart, Armand, **Mapping world Communication**, Minneapolis 1994
- Mauss, Marcel, **The Gift**, London 1993
- Nordvik, Helge W, Nerheim, Gunnar & Brandal, Trygve, **Penger Spart Penger Tjent**, Stavanger 1989
- Norges Bank, **Betalingsformidling Rapport 1999**, Oslo 2000
- Norske Offentlige Utredninger 1997:19, **Et bedre personvern**, Oslo 1997
- Norske Offentlige Utredninger 1996:24, **Betalingsystemer mv.**, Oslo 1996
- Rasmussen, Poul Nyrup, *Europa vil med euroen blive en progressiv kraft i verden* i Politiken 27. september 2000, København 2000, 4
- Rasmussen, Terje, **Moderne Maskiner**, Oslo 1995
- Richards, Audrey, **Land, Labour, and Diet in Northern Rhodesia**, Oxford 1969

Riis Gundersen, Bjarne, *Hvordan lukter penger?* i **Arr nr.1/98**, Idehistorisk Institutt UiO, Oslo 1998
Ritzer, Georg, **Expressing America, a critique of the global credit card society**, Thousand Oaks 1995
Sassen, Saskia, **The Global City**, New York 1991
Scott, James C, **Seeing Like a State**, New Haven 1998
Sennet, Richard, **Intimitetstyranniet**, Oslo 1992
Sennet, Richard, **The Conscience of the Eye**, New York 1992
Simmel, Georg, *The Metropolis and the Mental Life* i Simmel, Georg, **Simmel on Culture**, London 1997, s. 174-185
Simmel, Georg, *On the Psychology of Money* i Simmel, Georg, **Simmel on Culture**, London 1997, s.233-255
Simmel, Georg, **The Philosophy Of Money**, London 1990(1978)
Skaare, Kolbjørn, **Norges Mynthistorie bind 1**, Oslo 1995
Smith, Adam, **The Wealth of Nations**, London 1991
Statistisk sentralbyrå, **Ukens statistikk 39/1997**, Oslo 1997
Thompson, John B, **Media and Modernity**, Cambridge 1995
Thrift, Nigel, *On the Social and Cultural Determinants of International Financial Centres: The Case of the City of London* i Corbridge,Stuart, Martin, Ron og Thrift, Nigel (ed.), **Money, Power and Space**, Cambridge 1994, s. 327-355
Tönnies, Ferdinand, *Gemeinschaft og Gesellschaft* i Østerberg, Dag (red.), **Handling og samfunn**, Oslo 1978 s.71-86
Veblen, Thorstein, **The Theory of The Leisure Class: An economic Study of Institutions**, New York 1912 (1899)
Weber, Max, **Den protestantiske etikk og Kapitalismens ånd**, Oslo 1981 (1973)
Williams, Francis, **The American Invasion**, New York 1962
Aarseth, Espen, *Postindustriell kulturindustri* i Rasmussen, Terje og Sjøby, Morten, **Kulturens digitale felt**, Oslo1993,s. 23-48

Avisartikler:

Aftenposten, *Kortene forteller hvem vi er*, Oslo, internett (2001):
<http://www.aftenposten.no/nyheter/okonomi/d101572.htm#bakgrunn>
BA 1.9.2000, *Alkoholiker fikk en halv million inn på konto*, Bergen 2000
Dagbladet 22.mars 2001, *SV-Kristin FIKK IKKE bilforsikring*, Oslo 2001 s.14-15
New York Times 7.mai 2001, *Privacy Policy Notices Are Called Too Common and Too Confusing*, New York 2001,
Internett(2001): <http://www.nytimes.com/2001/05/07/business/07PRIV.html?searchpv=site07>
Politiken 29. september 2000, *Da Danmark gik hver sin vej*, København 2000, 3.

