

Samfundets medialisering

En teori om mediernes forandring af samfund og kultur

STIG HJARVARD

Abstract

Med udgangspunkt i begrebet medialisering præsenterer denne artikel en teori om mediernes indflydelse på kultur og samfund. Efter en kritisk gennemgang af eksisterende medialiseringsteori (Krotz, 2007; Schulz, 2004; Thompson, 1995 og andre) foreslås en institutionel tilgang til forståelsen af medialiseringen. Medialiseringen skal i lyset heraf forstås som en dobbeltsidet proces, hvor medierne på den ene side har udviklet sig til en selvstændig institution, således at andre kultur- og samfundsinstitutioner må tilpasse sig eller underordne sig mediernes styringslogik. På den anden side er medierne blevet en integreret del af andre institutioners virksomhed, herunder politik, arbejde, familieliv, religion m.m., hvorfor stadig flere aktiviteter i kultur og samfund udøves gennem såvel gamle som nye medier. Medierne er på en og samme tid *inden i* samfundet og kulturen og en *selvstændig* institution, der står *imellem* de øvrige kultur- og samfundsinstitutioner og koordinerer disse institutioners indbyrdes interaktion.

Keywords: medialisering, medielogik, social interaktion, modernitet, virtualisering

Introduktion

I denne artikel fremsættes en teori om mediernes betydning for samfund og kultur. Den prøver således at give et svar på spørgsmålet om, hvilken konsekvenser og effekter det har, at både samfundets store institutioner og den kultur, vi lever i, i stigende omfang præges af mediernes mellemkomst. Artiklen tager således sit udgangspunkt i det klassiske mediesociologiske spørgsmål om, hvad medierne gør ved samfund og kultur. Spørgsmålet søges imidlertid besvaret i en ny kontekst, hvis kendetegn er samfundets og kulturens medialisering. Det klassiske spørgsmål tog afsæt i, at medierne kunne tænkes adskilt fra samfund og kultur og drejede sig derfor typisk om, hvilken effekt det enkelte mediebudskab havde på individer eller institutioner. I en politisk valgkamp kunne avisernes tophistorier således tænkes at øve indflydelse på vælgerens stemmeafgivning, reklamen kunne påvirke forbrugerens vareindkøb, og filmen kunne påvirke tilskuerens moral eller bortlede opmærksomheden fra vigtigere anliggender.

Det aktuelle samfund er gennemsyret af medier i en sådan grad, at medierne ikke længere kan tænkes adskilt fra kulturens og samfundets øvrige institutioner. I lyset af dette drejer det sig i stedet om at forstå, hvordan samfundets institutioner og de kulturelle kredsløb selv har ændret karakter, funktion og struktur som følge af mediernes allestedsnærværende karakter. Denne ændrede forståelse af mediernes betydning indebærer ikke, at de gamle spørgsmål om eksempelvis mediebudskabers påvirkning af

publikum, eller hvad modtageren bruger medierne til, er irrelevante. Men en forståelse af mediernes betydning i det moderne samfund kan ikke længere forlade sig på en model, hvor medierne opfattes som adskilte fra det øvrige samfund og kultur. Medier er ikke blot teknologier, som virksomheder, partier eller individer selv kan vælge at bruge – eller ikke bruge – efter eget forogdtbefindende. En væsentlig del af mediernes betydning består i, at de er blevet en integreret del af andre institutioners virke, samtidig med at de har opnået en selvstændighed, så andre institutioner i et vist omfang må underordne sig mediernes logik. Medierne er på en og samme tid *inden i* samfundet og kulturen og en *selvstændig* institution, der står *imellem* de øvrige kultur- og samfundsinstitutioner og koordinerer disse institutioners indbyrdes interaktion. Dette strukturelle forhold sætter en række præmisser for, hvorledes mediebudskaber i konkrete situationer anvendes og opfattes af afsendere og modtagere og derigennem påvirker interaktionen mellem mennesker. De gamle spørgsmål om mediebrug og påvirkning må således medreflektere, at samfund og kultur er blevet medialiserede.

Medialiseringens begrebshistorie

Det centrale begreb til at forstå mediernes betydning for kultur og samfund er medialisering. Begrebet har været anvendt i en række sammenhænge til at belyse mediernes indflydelse på forskellige fænomener, men der har ikke været gjort større forsøg på at definere betydningen af begrebet. Først i de allerseneste år har medieforskere prøvet at udvikle begrebet hen imod en mere sammenhængende og præcis forståelse af medialiseringen som en samfundsmæssig og kulturel proces (Krotz, 2007; Schulz, 2004). Lad os indledningsvis se på, hvilke betydningerne begrebet er blevet tillagt i tidligere analyser.

Begrebet medialisering fandt først anvendelse i udforskningen af mediernes påvirkning af den politiske kommunikation og øvrige indflydelse på det politiske liv. Den svenske medieforsker Kent Asp talte som den første om en medialisering af politikken, og han ser denne proces udfolde sig, når ”ett politisk system i hög grad påverkas av och är anpassat till de krav som massmedierna ställer i sin bevakning av den politiska världen” (Asp, 1986: 359). Denne tilpasning består blandt andet i, at politikere i deres kommunikation lægger op til personificering og polarisering af politiske spørgsmål, hvorved deres budskaber lettere kan trænge gennem medierne. Mediernes øgede uafhængighed af de politiske kilder er ifølge Asp et andet kendetegn ved medialiseringen, idet medierne herigennem tiltager sig mere magt over medieindholdet. Kent Asp var stærkt inspireret af den norske sociolog Gudmund Hernes’ udtryk ”det mediavridde samfunn” (Hernes, 1978), men hos Hernes var perspektivet mere omfattende, idet han ikke alene fokuserede på politik, men argumenterede for at medierne havde en gennemgribende indflydelse på alle samfundets institutioner og deres indbyrdes samkvem. Om end Hernes ikke selv anvender begrebet medialisering, er hans betegnelse ”det mediavridde samfunn” og det samfundsmæssige helhedsperspektiv, han opridses, i mange henseender i tråd med den forståelse af medialiseringen, som fremlægges her. Hernes ønskede at

spørre om hvilke virkninger media har for institusjoner som for individer: for måten forvaltning, organisasjoner, partier, skoler og bedrifter fungerer på, og for forholdet mellom dem. På hvilke måte bidrar media til å omfordele makt i samfunnet? [...] Kort sagt, under et institusjonelt sikte er nøkkelspørsmålet hvordan media endrer andre samfunnsenheters indre funksjonsmåte og gjensidige forhold. (Hernes, 1978: 181)

Hernes udfolder kun dette perspektiv i en ganske kort analyse af mediernes indflydelse på henholdsvis undervisning og politik, hvor han peger på, at både skolens og de politiske institutioners autoritet og evne til at bestemme henholdsvis adgangen til viden og den politiske dagsorden anfægtes af medierne. En hovedpointe er videre, at samfundet i kraft af medierne er gået fra informationsfattigdom til informationsoverflod, hvilket gør opmærksomhed til en central ressource, som alle konkurrerer om.

Et samtidigt og ganske parallelt perspektiv finder man hos Altheide og Snow (1979, 1988), der plæderer for en ”analyse af sociale institutioner-transformeret-gennem-medier” (Altheide & Snow, 1979: 7). Hvor den traditionelle mediesociologiske forsknings bestræbelse på at isolere bestemte ”variable” for mediernes indflydelse overser mediernes prægning af det samlede kulturelle kredsløb, vil de vise, hvordan mediernes logik former det sociale lager af viden, der skabes og cirkulerer i samfundet. Om end de gentagne gange refererer til mediernes logik, er deres centrale begreber form eller format inspireret af sociologen Georg Simmel. De hævder således ”formens primat over indholdet” (Altheide & Snow, 1988: 206), hvor medielogikken overvejende synes at bestå i en formatteringslogik, der styrer kategorisering, udvælgelse og fremstilling af social erfaring i medierne. I analyserne peger de lejlighedsvis på andre aspekter af medierne logik, herunder teknologiske og organisatoriske aspekter, og eftersom Altheide og Snow (1979, 1984) forholder sig til en amerikansk kontekst, betyder det ikke mindst, at en kommerciel logik præger mediernes virke. Men interessen for andre aspekter er i høj grad styret af, hvorvidt eksempelvis teknologien har konsekvenser for formatteringen af kommunikationen, hvorfor ambitionen om at afdække den bredere institutionelle forandring fortøner sig noget. De behandler kort sociale institutioner som sport og religion, men både omfangs- og indholdsmæssigt er de først og fremmest fokuseret på mediernes formattering af den politiske kommunikation.

Mazzoleni og Schultz (1999) bruger som Asp (1986, 1990) medialiseringbegrebet til at fokusere på mediernes påvirkning af politikken, og de peger på Fernando Collor de Mellos brug af tv i den brasilianske valgkamp i 1989, Silvio Berlusconi's udnyttelse af medierne på sin vej til magten i Italien og Tony Blair's brug af spin i England som eksempler på mediernes stigende indflydelse på den politiske magtudøvelse. Med begrebet medialisering vil de betegne ”the problematic concomitants or consequences of the development of modern mass media” og videre at, ”mediatized politics is politics that has lost its autonomy, has become dependent in its central functions on mass media, and is continuously shaped by interactions with mass media” (Mazzoleni og Schultz, 1999: 249-250). De understreger samtidig, at det ikke indebærer, at medierne har overtaget den politiske magt fra de politiske institutioner; de politiske institutioner som parlament, partier osv. har fortsat en væsentlig kontrol over politikken, men de er i stigende grad blevet afhængig af medierne og må tilpasse sig mediernes logik. Ud over de her nævnte forsøg på at præcisere betydningen af politikken's medialisering, finder man også en række studier, hvor begrebet primært anvendes som en begrebslig ramme for mediernes øgede påvirkning af politikken. Det gælder eksempelvis Jensen og Aalberg (2007) og Cottle (2006), hvor sidstnævnte med betegnelsen ”mediatized conflicts” vil fokusere på mediernes ”active *performative* involvement and *constitutive* role” i forskellige politiske og militære konflikter (Cottle, 2006: 9; Cottles fremhævning). Det gælder ligeledes den svenske demokratiudredning, der udgav en hel bog om ”Politikkens medialisering” (Amnå og Berglez, 1999), men bortset fra en indledningsvis og ganske kort henvisning til begrebets anvendelse hos Asp (1986), spiller begrebet ikke nogen rolle i de enkelte analyser.

Medialiseringsbegrebet er tillige blevet anvendt til at belyse mediernes øgede rolle inden for markedsføring og forbrugskultur. Jansson (2002) tager afsæt i den generelle medialisering af kulturen, som han betegner som ”den proces hvorigennem medierede kulturprodukter har opnået status som kulturelle referenter og derved bidrager til udviklingen og vedligeholdelsen af kulturelle fællesskaber. Med andre ord er kulturens medialisering den proces, som forstærker og udvider mediekulturens sfære” (Jansson, 2002: 14-15). Hvor kultur tidligere var præget af enten kunstinstitutionens smagshierarkier eller hverdagskulturens anknævnelse til lokale livsformer, har medierne opnået en dominerende stilling som leverandør af kulturprodukter og forestillinger. I enkelte tilfælde er medialiseringsbegrebet også blevet anvendt til at beskrive mediernes indflydelse inden for forskning. Välvirronen (2001) opfatter ikke medialisering som ”et strikt analytisk begreb, men snarere som en flertydig betegnelse for den øgede kulturelle og samfundsmæssige betydning af massemedier og andre former for teknisk medieret kommunikation” (Välvirronen, 2001: 159). I lyset heraf spiller medierne en vigtig rolle for produktion og cirkulation af viden og fortolkninger af videnskab. Eksempelvis kan man pege på, at mange menneskers viden om bestemte perioder i evolutionens historie mindre er et resultat af skoleundervisning og mere påvirket af Steven Spielbergs filmserie om Jurassic Park og BBC’s tv-serie ”Walking with Dinosaurs”. Endvidere udgør medierne en arena for den offentlige diskussion og legitimering af videnskab. Peter Weingart (1998) ser dette som et afgørende moment i koblingen mellem medier og videnskab:

It is the basis for the thesis of the *medialization* of science: With the growing importance of the media in shaping public opinion, conscience and perception on the one hand and a growing dependence of science on scarce resources and thus on public acceptance on the other, science will become increasingly media-oriented. (Weingart, 1998: 872; Weingarts egen fremhævnings)

Ud over anvendelsen af begrebet til at belyse mediernes indflydelse inden for specifikke områder som politik, forbrugskultur eller videnskab, har enkelte forskere tillige knyttet begrebet til en bredere modernitetsteori. Sociologen John B. Thompson (1990, 1995) ser således mediernes udvikling i snæver sammenhæng med det moderne samfunds fremkomst og udvikling. Han taler om en ”mediation of modern culture”, der ikke mindst er et resultat af massemediernes indflydelse. Med bogtrykkerkunstens opfindelse i midten af det 15. århundrede udvikledes en teknik, som gjorde det muligt at cirkulere information i samfundet i et omfang, som ikke før var set. Denne tryk-tekniske revolution institutionaliserede massemediernes (bøger, aviser, tidsskrifter osv.) som en vigtig kraft i samfundet og muliggjorde kommunikation og interaktion over store afstande og med større befolkningsgrupper, ligesom man på en helt anden måde kunne opbevare og akkumulere information over tid. I lyset heraf bidrog massemediernes til at aftraditionalisere det agrare og feudale samfund og skabe moderne institutioner som stat, offentlighed og videnskab, og den videre udvikling af andre medier som radio, tv og internet har accentueret denne udvikling yderligere. Kommunikationens bundethed til menneskers fysiske møde ansigt-til-ansigt er blevet afløst af den medierede kommunikation, hvor forholdet mellem afsender og modtager på afgørende vis ændres. I massekommunikation vil afsenderen typisk have kontrol over indholdet, men ringe indflydelse på modtagerens brug af mediet; i interaktive medier kan der være en mere gensidig indflydelse på kommunikationens indhold, men også her ser man ændringer i forhold til den fysiske kommunikation ansigt-til-ansigt. Thompson (1995) knytter medialiseringen og dens kulturelle konsekvenser meget direkte til fremvæksten af store medieorganisationer

på både nationalt og globalt plan. I kraft af disse medievirksomheders produktion og cirkulation af symbolske produkter ændres kommunikationsstrømmene i samfundet, såvel mellem institutioner som mellem institutioner og individer.

Schulz (2004) og Krotz (2007) bruger ligeledes medialiseringsbegrebet til en nærmere bestemmelse af mediernes samspil med samfundsmæssige forandringer i bredere forstand. Winfried Schulz (2004) udpeger fire typer af processer, hvormed medierne forandrer menneskelig kommunikation og interaktion. For det første *udvider* medierne menneskets kommunikationsevne i tid og rum; for det andet *substituerer* medierne handlinger, der tidligere fandt sted ansigt-til-ansigt, eksempelvis ved at internet banking substituerer det fysiske møde mellem kunde og bank. For det tredje foranlediger de en *sammensmeltning* af forskellige aktiviteter, både ved at ansigt-til-ansigt kommunikation blander sig med mediekommunikation, og ved at medierne væver sig ind i hverdagslivet. Endelig foranlediger medierne for det fjerde en *tilpasning*, således at aktører og organisationer justerer sin adfærd i forhold til mediernes krav, f.eks. ved at politikere lærer at optræde medievant. Krotz (2007) opfatter medialisering som en samfundsmæssig *metaproces* på linje med individualisering og globalisering, men afstår fra at give en differentieret og formel definition af begrebet, da ”medialiseringen qua sin definition i sin til enhver tid værende form altid er tids- og kulturbunden” (Krotz, 2007: 39). Krotz opfatter således medialiseringen som den til enhver tid værende proces, hvorigennem mediernes bidrager til en forandring af menneskelige relationer og handlinger og dermed af samfund og kultur, og han ser således medialiseringen som en fortløbende proces, der har fundet sted siden menneskets opfindelse af skriften.

Både Schulz (2004) og Krotz (2007) peger på nogle lighedstræk mellem medialiseringsteori og den såkaldte medium-theory, hvor Walter Ong (1982), Marshall McLuhan (1964) og Joshua Meyrowitz (1986) er de fremmeste repræsentanter. Medialiseringsteori deler medium-theory’s interesse for at anskue mediernes betydning i et overordnet perspektiv og fokusere på andre aspekter end mediernes indhold og brug, som en stor del af medieforskningen ellers har været koncentreret om. Medialiseringsteori er således på linje med medium-theory i påpejningen af mediernes forskelligartede formattering af kommunikation og de ændrede relationer mellem mennesker, det afføder. Krotz (2007) peger også på en række begrænsninger i medium-theory, hvor der er en tendens til teknologideterminisme. Medium-theory vil typisk fokusere på nogle iboende logikker i de enkelte mediers teknologi, hvorved enten trykteknologien eller fjernsynet ses som det afgørende moment i skabelsen af en ny samfundstype. Herved overses samspillet mellem teknologi og kultur og dermed det forhold, at kulturen også former teknologien, hvormed mediet reduceres til sin teknologiske ”natur”. Krotz (2007) advarer mod en dekontekstualisering af medialiseringsbegrebet; medium-theory er sjældent interesseret i de specifikke historiske, kulturelle eller samfundsmæssige forhold, men fortrinsvis orienteret mod forandringer på makroniveau. I modsætning til dette bør en medialiseringsteori være langt mere forpligtet på den empiriske analyse, herunder også påvisningen af specielle medialiseringsprocesser inden for eksempelvis bestemte befolkningsgrupper, fremhæver Krotz (2007).

Det medialiseringsbegreb, som der argumenteres for i denne artikel, knytter an til flere af perspektiverne hos Schulz (2004) og Krotz (2007). Udvidelse, substitution, sammensmeltning og tilpasning er væsentlige processer i medialiseringen, ligesom en medialiseringsteori bør være forpligtet på empiriske analyse af såvel historisk, kulturel og sociologisk karakter. Nærværende medialiseringsbegreb afviger fra Schulz (2004) og Krotz (2007) på især to områder. For det første anlægges der her et *institutionelt*

perspektiv på medierne og deres samspil med kultur og samfund. Det indebærer, at der trækkes på et sociologisk begrebsapparat, der tillader en større begrebmæssig præcision af, hvori mediernes logik består, ligesom samspillet mellem medier og andre samfundsmæssige områder (institutioner) bedre kan analyseres. Et institutionelt perspektiv udelukker ikke en inddragelse af kultur, teknologi og psykologi, men giver derimod en ramme, hvorinden for samspillet mellem disse kan analyseres. For det andet forbeholdes medialiseringen den særlige samfundsmæssige situation, hvor medierne på én og samme tid har selvstændiggjort sig til en institution i samfundet samtidig med, at de på afgørende vis sammenvæves med andre institutioners virke. Medialiseringen betegner i dette perspektiv ikke enhver proces, hvor medierne påvirker samfund og kultur. Fremkomsten af trykkeskriveren revolutionerede menneskers omgang med skriften og fik stor betydning for religion og videnskab; men den indebar ikke en egentlig medialisering af hverken religion eller videnskab. Med medialiseringen vil vi med andre ord udpege en *særlig periode og tilstand* i kultur- og samfundsudviklingen, hvor mediernes logik får en særlig fremherskende indflydelse på samfundets øvrige institutioner.

Postmodernismens medialisering

Medialiseringen fortolkes i nogle tilfælde også som et udtryk for fremkomsten af en postmoderne tilstand, hvor medierne skaber en ny bevidsthed og kulturel orden. I sin beskrivelse af tendenser i den postmoderne kunst taler Fredric Jameson således om, at medialiseringen skaber et system, der hierarkiserer de enkelte kunstarterne og tildeler dem nye og selvrefleksive betydninger: "[...] the traditional fine arts are *mediatized*: that is, they now come to consciousness of themselves as various media within an mediatic system in which their own internal production also constitutes a symbolic message and the taking of a position on the status of the medium in question" (Jameson, 1991: 162; Jamesons fremhævnings). Om end Fredric Jameson ikke udvikler sit begreb om medialiseringen yderligere og forbliver kritisk over for, om den postmoderne tilstand er en adækvat beskrivelse af aktuelle forandringer, peger hans analyse på, at mediesystemets ekspansion på en meget direkte måde har ændret kunstinstitutionens egne udtryksformer og gjort den selvrefleksive kommentering og positionering i forhold til medierne til et fremtrædende element i kunsten.

Den mest radikale sammenknytning af medialisering med postmodernisme finder man hos Baudrillard (1994), for hvem mediekulturens symboler og tegn, dvs. billeder, lyd, reklamer m.m., skaber et simulacra, en simuleret verden, der ikke blot fremstår mere virkelig end den fysiske og sociale virkelighed, men træder i stedet for den. Det er som et verdenskort, der er blevet mere virkeligt, mere detaljeret og omfattende end den verden, det skulle være en afspejling af. Med Baudrillards eget begreb konstituerer medierne herved en hyperrealitet. Medierne er styret af en slags teknologik, og deres centrale indflydelse består i, at de bringer al kommunikation og enhver diskurs ind under én dominerende kode: "What is mediatized is not what comes off the daily press, out of the tube, or on the radio: it is what is reinterpreted by the sign form, articulated into models, and administered by the "code" (Baudrillard, 1994: 175-176). Denne simulacra teori fører bl.a. Baudrillard til at hævde, at mediernes symbolverden har erstattet den virkelige verden, og at eksempelvis Golfkrigen i 1990-1991 ikke fandt sted, men var et resultat af mediernes simulacra. Som han formulerer det i en karakteristisk spidsformulering om Golf-krigen: "It is a masquerade of information: branded faces delivered over to the prostitution of the image, the image of an unintelligible distress. No im-

ages of the field of battle, but images of masks, of blind or defeated faces, images of falsification” (Baudrillard, 1995: 40). Nu skal Baudrillards simulacra teori og udsagn om Golfkrigen ikke nødvendigvis forstås som en decideret benægtelse af den fysiske eller sociale verdens eksistens uden for medierne, om end hans konkrete formuleringer kan give belæg for en sådan fortolkning. Pointen er først og fremmest, at mediernes fremstilling har fået en så altdominerende position i samfundet, at menneskers fortolkninger og handlinger først og fremmest tager afsæt i og styres af medierne, hvorfor gammelkendte fænomener som krig ikke længere udspiller sig som før. Golfkrigen var således ikke en krig som tidligere, fordi den var styret af de billeder og symboler, som medierne iscenesatte. Sheila Brown (2003) knytter an til Baudrillards postmodernistiske fortolkning af medialiseringen og dens konsekvenser og bruger begrebet til at betegne en ny samfundsmæssig situation, hvor en række hidtidige skel i den moderne verden er brudt sammen: ”Above all, mediatization in the contemporary sense refers to a universe in which the meaning of *ontological divisions* is collapsing: divisions between fact and fiction, nature and culture, global and local, science and art, technology and humanity” (Brown, 2003: 22; Browns fremhævelse).

Der er ikke tvivl om, at medialiseringen bidrager til, at en række skel mellem virkelighed og mediernes fremstilling af virkelighed og mellem fakta og fiktion bliver mere komplicerede eller mindre entydige, men den postmodernistiske forståelse af medialiseringen er på en gang for simpel og for grandios. For simpel, fordi den indebærer en forestilling om én enkelt transformation, hvor mediernes realitet erstatter den gamle virkelighed, og hvor hidtidige ontologiske skel ganske enkelt opløses. Den forståelse af medialisering, der her argumenteres for, indebærer ikke en sådan simpel opfattelse af virkelighedens forsvinden til fordel for en medieskabt virkelighed eller en opløsning af ontologiske skel. Det karakteristiske ved udviklingen er derimod, at der sker en *udvidelse* af interaktionsmuligheder i *virtuelle rum* og en *differentiering* af, hvad mennesker opfatter som virkeligt, ligesom skel mellem eksempelvis det lokale og globale for en ny og mere sammensat betydning som følge af at medierne evne til at udvide menneskets kontakt med den globale omverden.

Den postmodernistiske forståelse er også for grandios, i og med at den erklærer virkelighedens forsvinden og en kollaps i samfundets helt grundlæggende kategorielle bestemmelser, der gør det svært at forestille sig, hvordan eksisterende institutioner skulle kunne fortsætte, hvis fakta og fiktion, natur og kultur, kunst og videnskab ikke på en eller anden måde udgjorde adskilte enheder. Over for dette skal det fremhæves, at samfund og kultur ikke i enhver henseende har ændret sig som følge af mediernes mellemkomst. Både i videnskaben, i medierne og blandt almindelige mennesker skelner man fortsat mellem fakta og fiktion, og vigtige institutioner som familien, politikken og nationen er fortsat centrale omdrejningspunkter for både det lille og store samfunds liv. Det forbliver endvidere uklart, hvad Baudrillard mener med en overgribende og dominerende ”kode”, der styrer symbolers og tegns cirkulation i samfundet, og som helhed fremstår hans udsagn om mediernes simulacra og hyperrealitet og den gamle virkeligheds forsvinden som påstande, der både virker overdrevne og savner empirisk belæg, og ironisk nok er de præget af en vis gammelmodig forestilling om, at den fysiske og sociale virkelighed for postmodernismen var en entydig og håndgribelig størrelse.

Mediernes konstruktion af en ny virkelighed og denne virkeligheds relation til den gamle, ikke-medierede virkelighed er mere kompliceret og nuanceret, end Baudrillards og Browns udsagn lader ane, men det gør det ikke mindre væsentligt at diskutere, hvordan forholdet mellem disse nærmere skal forstås. Et eksempel hentet fra musikindustrien

kan bidrage til at præcisere denne relation. Philip Auslander (1999) viser gennem en historisk tilgang, hvordan forholdet mellem ikke-medieret og medieret musikudøvelse har ændret sig. Tidligere tog den medierede version afsæt i den umedierede versions former; musikudsendelser i radioen og udgivelser på LP-plader tog afsæt i koncertforestillingen. De medierede versioner selvstændiggjorde sig successivt fra de umedierede forlæg, så film, cd, musikvideo m.fl. hver især udviklede sit eget formsprog og kom til at indtage sin egen plads i det kulturelle kredsløb. I takt med mediernes gennemslagskraft vendes forholdet gradvist om. Den umedierede optræden kommer til at kopiere den medierede optræden. En koncertturné får ofte karakter af en (gen)opførelse af den netop udgivne cd og musikvideo, og rockkoncerter, musicals og sportsbegivenheder bliver tilrettelagt, så de er egnede til radio-, tv-, og cd-optagelse (Auslander, 1999; Middleton, 1990). Den umedierede optræden er historisk set blevet opfattet som mere autentisk end den medierede optræden, men Auslander (1999) peger på, at den øgede vekselvirkning mellem dem gør dette til en problematisk opfattelse. Spørgsmålet om autenticitet er ikke blevet overflødigt, men autenticiteten er et produkt af *samspillet* mellem medieret og umedieret optræden: ”The primary experience of the music is as a recording; the function of the live performance is to authenticate the sound on the recording. In rock culture, live performance is a secondary experience of the music but is nevertheless indispensable, since the primary experience cannot be validated without it” (Auslander, 1999: 160).

Den øgede afhængighed mellem medieret og umedieret optræden indebærer, at man ikke kan tale om, at den ene form er mere ægte eller autentisk end den anden. Medierede interaktionsformer er i sociologisk forstand hverken mere eller mindre virkelige end ikke-medierede. Fra et fysisk og sansemæssigt synspunkt kan der være forskelle i ikke-medierede og medierede interaktionsformers virkelighedsstatus, i den forstand at en studievært i tv ikke er fysisk til stede i seerens stue, selvom vi oplever at se og høre vedkommende lige foran os; men i sociologisk forstand er det ikke meningsfuldt at skelne mellem medierede og ikke-medierede interaktionsformers realitetsstatus. Der findes fortsat ikke-medierede virkeligheder og interaktionsformer, men medialiseringen betyder, at også ikke-medierede virkeligheder og interaktionsformer påvirkes af mediernes tilstedeværelse. Den personlige samtale ansigt til ansigt uden brug af medier får eksempelvis en anden kulturel værdi i et medialiseret samfund, netop i kraft af at den som en ikke-medieret interaktionsform ofte reserveres til bestemte formål og tilskrives en særlig kulturel betydning. Det karakteristiske ved medierede interaktionsformer til lige, at de ofte simulerer aspekter af ansigt til ansigt interaktion. De er således ikke kun alternativer til, men også udvidelser af ansigt til ansigt interaktionens funktionsområde (Hjarvard, 2002a).

Definition

Anvendelsen af begrebet medialisering i den ovennævnte forskning peger på en række centrale aspekter i samspillet mellem medier og samfund, som også indgår i den definition af medialisering, der fremlægges her. Den hidtidige brug af begrebet savner imidlertid en entydig og fælles betydning, ligesom der også er nogle uklarheder. I nogle tilfælde har begrebet medialisering karakter af en løs, overordnet betegnelse for mediernes øgede indflydelse i samfundet (f.eks. Välvirronen, 2001); i andre tilfælde er intentionen at udvikle en egentlig teori om en ændret relation mellem medier og politik (f.eks. Asp, 1986, 1990). En anden uklarhed angår, hvilket samfundsmæssigt niveau eller område medialiseringen vedrører. Hos nogle bruges begrebet til at beskrive udviklingen inden for

et enkelt område (politik, videnskab eller forbrugskultur), mens det hos andre anvendes som et overordnet kendetegn ved en ny samfundstilstand, henholdsvis den moderne (Thompson, 1995) og den postmoderne (Baudrillard, 1981).

I denne bog anvendes medialisering som det bærende begreb i en egentlig teori om mediernes øgede og ændrede betydning i kultur og samfund. Begrebet skal således være andet og mere end en etikette for en række fænomener, der afspejler mediernes øgede indflydelse, og det skal knytte an til andre, centrale sociologiske begreber. En sådan teori skal ikke blot være præcis, dækkende og sammenhængende, men tillige vise sin analytiske duelighed og empiriske validitet gennem konkrete studier af medialiseringen på udvalgte områder. En teori om medialiseringen må således både kunne beskrive de overordnede samfundsmæssige udviklingstræk på tværs af konkrete kontekster og gennem konkrete analyser kunne påvise medialiseringens gennemslag i forskellige institutioner og delområder af den menneskelige tilværelse. Sidstnævnte falder uden for rammerne af denne artikel, men for en empirisk analyse af eksempelvis legens, religionens og sprogets medialisering se Hjarvard (2004, 2005, 2007).

Ved medialisering af samfundet skal vi i denne bog overordnet forstå den proces, hvor samfundet i stigende grad underlægges eller bliver afhængige af mediernes og deres logik. Denne proces er kendetegnet ved en dobbelthed af, at medierne *integreres* i andre samfundsinstitutioners virke, samtidig med at medierne *selvstændiggør* sig som en institution i samfundet. Som konsekvens må den sociale interaktion både inden for enkelte institutioner, mellem institutioner og i samfundet som helhed foregå gennem medierne. Ved mediernes logik forstås deres *institutionelle og teknologiske virkemåde*, herunder de måder hvorpå medierne fordeler materielle og symbolske ressourcer og arbejder ved hjælp af formelle og uformelle regler. Mediernes logik påvirker ikke blot kommunikationens form, eksempelvis fremstillingen af politik i medierne (Altheide og Snow, 1979); mediernes logik udøver indflydelse på de sociale relationers karakter og funktion og kommunikationens afsendere, indhold og modtagere. Hvorvidt der er tale om en egentlig underlægning eller snarere en større afhængighed af medierne, varierer i forhold til hvilken institution eller område af samfundet, der er tale om.

Medialiseringen er ikke en universel proces, der kendetegner alle samfund. Der er først og fremmest tale om en udvikling, der for alvor tager fart i den *sidste del af det 20. århundrede* i de *moderne, højtindustrialiserede, fortrinsvis vestlige samfund*, dvs. i Europa, USA, Japan, Australien m.fl. I takt med globaliseringen, påvirkes stadig flere lande og kulturer af medialiseringen, men der kan være betydelige forskelle i, hvor omfattende denne påvirkning er. Globaliseringen er delvist sammenhængende med medialiseringen, idet globaliseringen på den ene side selv forudsætter mediernes evne til at udstrække kommunikation og interaktion over afstande, og på den anden side bidrager til en øget medialisering ved at institutionalisere medieret kommunikation og interaktion i en lang række nye sammenhænge.

Medialiseringen skal forstås som et *ikke-normativt* begreb. Mazzoleni og Schultz (1999) knytter som nævnt ovenfor medialiseringen direkte til de problematiske sider af mediernes indflydelse på det politiske liv, og generelt er det en fremtrædende diskurs i både forskning og den almene offentlighed, at andre institutioners afhængighed af medierne er af en grundlæggende negativ karakter. Det er imidlertid problematisk a priori at antage, at medialiseringen er negativ, og i værste fald vil en sådan normativ forståelse kunne medføre et forfaldsperspektiv, hvor mediernes indflydelse bliver synonymt med den politiske offentligheds forfald eller det civile samfunds opløsning. Habermas' (1971) teori om offentlighedens strukturforandring er et paradigmatiske eksempel på en sådan

normativ forståelse af massemediernes indflydelse, og han har da også siden erklæret, at der var tale om en for pessimistisk fortolkning af mediernes indflydelse (Habermas, 1994). Hvorvidt medialiseringen har positive eller negative konsekvenser kan ikke afgøres generelt; det er et konkret og analytisk spørgsmål, der må belyses i bestemte kontekster ved at se på specifikke mediers påvirkning af bestemte institutioner, ligesom det forudsætter en eksplicitering af det normative udgangspunkt for at tale om positive eller negative konsekvenser.

Medialisering skal ikke forveksles med det mere udbredte begreb *mediering*. Mediering betegner kommunikationen gennem et medie, hvorved både budskabet og relationen mellem afsender og modtager kan blive påvirket af mediets mellemkomst. Hvis en politiker vælger at bruge en weblog i stedet for en avis til at kommunikere med sine vælgere, kan det få indflydelse på såvel form og indhold af det politiske budskab, ligesom relationen mellem politikeren og publikum vil være en anden. Den konkrete mediering gennem en avis eller en weblog behøver imidlertid ikke i sig selv have større indflydelse på politikken som samfundsinstitution. Mediering vedrører den konkrete kommunikationshandling gennem et medie i en given specifik, social kontekst. I modsætning hertil er medialiseringen den længerevarende proces, hvorigennem institutioner og interaktionsmåder ændres i kultur og samfund som følge af mediernes øgede betydning. Det skal nævnes, at nogle forskere anvender begrebet mediering i den betydning, der her dækkes af begrebet medialisering; det gælder eksempelvis Altheide & Snow (1988: 195).

I sociologisk teori finder man undertiden en mere udvidet anvendelse af begrebet medier, hvor eksempelvis penge kan opfattes som et medie for sociale udvekslinger. Ligeledes kan man i en sprogvidenskabelig eller psykologisk sammenhæng opfatte det mundtlige sprog som et medie, hvorigennem individet udtrykker sig. Sådanne anvendelser af mediebegrebet kan være nyttige i andre faglige sammenhænge, men i denne sammenhæng trækkes der på en medievidenskabelig opfattelse af medier som teknologier, der muliggør menneskelig kommunikation over afstand og/eller tid. Der er endvidere tale om medier i flertal. Medier udgør ikke et ensartet fænomen; de enkelte medier har forskellige kendetegn, og de vil i konkrete kulturer og samfund udvise variation i både brug og indhold. Hvordan de nærmere konsekvenser af medialiseringen vil være, afhænger derfor både af konteksten og de enkelte mediers egenskaber.

I medialiseringen som proces kan man skelne mellem en *direkte* (stærk) og en *indirekte* (svag) form for medialisering (Hjarvard, 2004). Ved den direkte form for medialisering er der tale om, at en aktivitet bringes på medieform, hvorefter den udføres gennem interaktion med et medie. Et simpelt eksempel på en sådan direkte medialisering finder man i skakspillets transformation fra brætspil til computerspil. Skak var tidligere knyttet til de fysiske skakbrikker og brættet, men det er i stigende grad blevet til en aktivitet, der spilles ved hjælp af software på en computer. På sin vis er spillet det samme, i den forstand at reglerne og skakbrættets udseende stort set er uforandrede, men computerspillet åbner op for nye handlemuligheder: man kan spille mod computeren, spille over internettet, gemme og hente gamle spil frem osv., og disse handlemuligheder ændrer gradvist spiloplevelsen og den kulturelle sammenhæng, spillet indgår i. Et mere kompliceret eksempel på den direkte medialisering er fremkomsten af bankforretninger via internettet og andre on-line banksystemer. Alle former for bankforretninger (betaling, lån, valuta- og værdipapirhandel, finansielle analyser m.m.) kan nu foretages via interaktion med et medie, og disse muligheder har markant ændret bankernes og kundernes adfærd og handlemuligheder.

Den indirekte form for medialisering består i, at en given aktivitet i stigende omfang påvirkes i sin form eller indhold af medieskabte symboler eller mekanismer. Hvis vi igen tager et simpelt eksempel, vil den voksende merchandiseindustri i tilknytning til burger-restauranter udgøre en indirekte medialisering. Et besøg på Burger King eller McDonalds er ikke blot en særlig spiseoplevelse, men indebærer for kunderne en betydelig eksponering af især film- og tegnefilmsfigurer, og for især mindre børn kan restaurantbesøget blive et led i at samle sådanne figurer. Burgers kan købes og spises, uden at forbrugeren nødvendigvis skal interagere med et medie, men den kulturelle sammenhæng, de typisk indgår i, og som betinger deres værdi, attraktion osv., er præget af mediernes tilstedeværelse, symbolsk som økonomisk. Et mere kompliceret eksempel er udviklingen af intertekstuelle diskurser mellem medier og andre institutioner i samfundet. For eksempel er danskernes viden om USA i høj grad påvirket af mediernes fortællinger (fiktive som faktuelle), og som konsekvens er danskeres politiske diskussioner om USA sammenvævet med mediernes fremstillinger af amerikansk kultur, moral og historie.

Den direkte og indirekte form for medialisering vil ofte spille sammen, så det undertiden kan være svært at skelne disse former fra hinanden, og en sondring er også primært relevant af analytiske årsager. Den direkte medialisering synliggør, hvordan en given social aktivitet substitueres, dvs. overgår fra at være umedieret til at antage medieret form, og det er derfor muligt analytisk at foretage et tydeligt skel mellem et før og et efter medialiseringens gennemslag. I og med at medierne herefter konstituerer et nødvendigt interface for selve udførelsen af den sociale aktivitet, er der tale om en stærk form for medialisering. Den indirekte medialisering griber ikke nødvendigvis ind i de måder, hvorpå mennesker udfører en given aktivitet. Som følge deraf vil den indirekte medialisering af et område ofte være af en mere glidende og generel karakter, der har at gøre med alle institutioners øgede afhængighed af kommunikationsressourcer. Heraf følger imidlertid ikke, at den indirekte medialisering er mindre væsentlig eller set fra et overordnet samfundsmæssigt synspunkt mindre virkningsfuld. Den indirekte medialisering er af mindst lige så stor betydning som den direkte.

Medierne som en selvstændig institution

Vores definition af medialiseringen indebærer ikke alene, at medierne spiller en øget rolle i samfundet, men tillige at de på en og samme tid har selvstændiggjort sig som en medieinstitution og udgør et forbindelsesled mellem samfundets øvrige institutioner og aktører. Medierne griber ind i og påvirker andre dele af samfundets liv, eksempelvis familielivet, det politiske system, religionen m.m., og de konstituerer fælles, virtuelle kommunikationsrum for hele samfundet, som andre institutioner og aktører i stigende grad er afhængige af i deres indbyrdes interaktion. For at kunne belyse disse samfundsmæssige konsekvenser på et teoretisk niveau, skal medialiseringen her sættes i sammenhæng med den sociologiske teoris begreber om institutioner og interaktion.

Institutioner udgør de stabile og forudsigelige elementer i de moderne samfund; de er rammen om menneskers kommunikation og handlen inden for en given del af tilværelsen afgrænset i tid og sted. Institutioner sikrer samfundets reproduktion inden for et givent område og giver området en vis autonomi og egenart i forhold til andre områder. Familien udgør en institution, der organiserer nogle centrale aspekter af menneskers tilværelse som f.eks. kærlighed, opdragelse, hvile og spisning. Politikken udgør en anden institution, i og med den danner rammen om den kollektive diskussion og beslutning vedrørende fælles ressourcer, normer og handlinger i samfundet. Den nærmere defini-

tion og betydning af en institution skal her tage afsæt i Anthony Giddens sociologiske strukturationsteori (1984), da den i modsætning til både makrosociologisk teori (f.eks. Parsons eller Luhmanns systemteori) eller mikrosociologiske tilgange (f.eks. den symbolske interaktionisme) åbner mulighed for at beskrive det dynamiske forhold mellem institutioner og menneskelig interaktion. Medialiseringen er netop kendetegnet ved dobbeltheden af, at den både griber ind i den menneskelige interaktion i mangfoldige sammenhænge og institutionaliserer medierne som et selvstændigt område præget af sin egen logik. En sociologisk teori om medialiseringen må derfor kunne gøre rede for denne dobbelthed af og forbindelserne mellem institution og interaktion.

Hos Giddens er institutioner kendetegnet ved to centrale forhold; regelstyring og allokering af ressourcer. Til sammen sikrer forskellige regler og fordeling af ressourcer institutionen en vis autonomi i forhold til omverdenen. Regler kan være implicitte og praktiske, dvs. knyttet til såkaldt tavs viden om, hvordan man bør opføre sig og handle hensigtsmæssig i forskellige situationer inden for den pågældende institution. Regler kan også være eksplicite og formelle; de kan være nedfældet i lovgivningen eller tage form af erklærede målsætninger eller adfældsregler i f.eks. en skole eller i en virksomhed. I et moderne og komplekst samfund udmærker institutioner sig ved en høj grad af styring ved såvel implicite som eksplicite regler. Tilstedeværelsen af regler indebærer desuden, at institutionerne overvåger reglernes overholdelse og har sanktioner, hvis reglerne brydes. Igen kan sådanne sanktioner være af mere eller mindre eksplicit og formel karakter; en række regler internaliseres af det enkelte individ og forbliver som oftest implicite, og et brud på sådanne regler vil snarere sanktioneres gennem de involverede individers oplevelse af pinlighed eller skyld eller ved irettesættelser af kolleger eller familiemedlemmer. Uformelle regler vil ofte have karakter af normer, og de vedligeholdes og sanktioneres gennem sladder, latter og udskældning.

Formelle regler vil netop som følge af formaliseringen oftere føre til eksplicite sanktioner, der på forhånd er offentliggjort, eller ved at retssystemet træder i kraft. Medierne er som andre institutioner også styret af regler. De er underlagt en række love og bekendtgørelser, hvoraf nogle også gælder for andre institutioner, mens andre retter sig mere specifikt mod mediernes virksomhed som eksempelvis love om udgiveransvar, ytringsfrihed og ærekrænkelser. Medierne har også udviklet selvpålagte regler og sanktioneringssystemer som pressenævn, læsernes ombudsmand m.m. Konkrete medievirksomheder har erklærede målsætninger for deres publiceringsvirksomhed, hvor de tilkendegiver værdigrundlag og rolle i samfundet. Den konkrete praksis omkring medieproduktionen er i høj grad styret af uformelle regler indarbejdet gennem en række rutiner, vaner og udtalte normer for, hvordan man arbejder professionelt. I journalistikken arbejder man således med en række regler for nyhedsudvælgelse (nyhedskriterier), regler for omgang med kilder, ligesom krav om objektivitet er indarbejdet i nyhedsproduktionen som et strategisk ritual (Tuchman, 1972).

Når det gælder institutionens andet kendetegn, allokeringen af ressourcer, skelner Giddens mellem to typer; de materielle og autoritative ressourcer. Institutioner råder over materielle ressourcer i form af eksempelvis råstoffer, bygninger, arbejdskraft og viden, og der er tillige en intern delegering af autoritet inden for institutionen, så det er klart, hvem der har råderet over de materielle ressourcer, hvem der må udtale sig på fællesskabets vegne, hvem der må interagere med hvem osv. I familien som institution har faren og moren sædvanligvis kontrol over de materielle ressourcer som bolig og bil, og via lovgivningen har de fået delegeret autoritet over børnene, om end denne autoritet også er begrænset på en række måder eksempelvis via forbud mod fysisk afstraffelse. Medierne

er som institution tilsvarende præget af en allokering af ressourcer; i produktionsleddet vil den enkelte medievirksomhed sørge for tildeling af teknik, personale, rejser m.m. til forskellige produktionsafdelinger, og i receptionsleddet vil modtageren anskaffe sig teknisk udstyr og ikke mindst bruge sin tid og opmærksomhed på medierne. Som det skal uddybes nedenfor, indebærer medialiseringen, at andre institutioner i stigende grad bliver afhængige af den ressource, som medierne råder over, og de må for at få adgang til denne ressource underlægge sig nogle af de regler, som medierne virker under.

Mediernes udvikling til en selvstændig institution skal ses i forlængelse af det moderne samfunds voksende differentiering og arbejdsdeling på en lang områder. De førmoderne, agrare samfund var kendetegnet ved en lav grad af arbejdsdeling, hvor hovedparten af befolkningen levede i lokale landsbysamfund, og familie og slægt regulerede det enkelte individs tilværelse fra vugge til grav. I takt med nationalstaternes opståen, samt industrialiseringen og urbaniseringens gennemslag udspaltes stadig flere institutioner, der varetager forskellige sider af tilværelsen: videnskab adskilles fra religion, og arbejdsmarkedet udvikler sig i stadig mere specialiserede erhverv og professioner. Medierne spiller en vigtig rolle i denne første moderne æra, i og med de gør det muligt at rykke social aktivitet ud af en lokal kontekst og skabe et specialiseret forum på et nationalt eller internationalt plan. Bøger og tidsskrifter var med til at skabe grundlaget for videnskabens ekspansion, aviser bidrog til at skabe en demokratisk, politisk offentlighed, og skønlitteratur og magasiner var vigtige for udviklingen af en kulturel offentlighed.

På dette tidspunkt udgør medierne imidlertid ikke nogen selvstændig institution, men er først og fremmest *redskaber for andre institutioners virke*. I takt med at de politiske partier tager form i slutningen af 1800-tallet begynder de at udgive hver sin avis, og ud af denne proces opstår partipressen som system i Danmark, hvor hvert parti har sin egen avis i alle større byer. Disse aviser har ikke en selvstændig journalistisk redaktion, der fungerer uafhængig af de politiske partiers virke. Tværtimod er der en klar sammenhæng mellem avis og parti, hvor redaktionen er knyttet til den politiske virksomhed; eksempelvis var Viggo Hørups politiske og redaktionelle virke i dagbladet Politiken to sider af samme sag. Når han havde holdt en politisk tale i en forening den ene dag, kunne man genfinde talen i Politikens spalter den efterfølgende dag. Tilsvarende havde videnskaben, kunsten og retssystemet hver sine publikationskanaler, som de udøvede redaktionel kontrol over.

Med radioens fremkomst indvarsles en almengørelse af mediernes virksomhed, hvorved medierne i stigende grad får karakter af en *kulturinstitution*. Herved forstås, at medierne ikke længere er direkte redskaber for en enkelt institution og partikulære interesser, men får en armslængdes afstand til samfundets forskellige institutioner. Radio og siden tv bliver som public service institutioner underlagt samfundets almene interesse; de skal i deres programvirksomhed repræsentere de forskellige samfundsinstitutioners virke og give en balanceret repræsentation af de forskellige interesser, der findes inden for politik, kunst, videnskab osv. Radioens særlige organisering som monopol hænger til dels sammen med teknologiens og mediets særlige beskaffenhed, der i 1920'erne tilsagde, at man ikke under nogen omstændigheder kunne skabe samme mangfoldighed af radiokanaler, som man kendte fra eksempelvis avisernes område. Men monopolet var også et valg, der var i samklang med tidens offentlige og nationale løsninger og en måde, hvorpå man kunne underlægge det nye medie en almen dannelsesmæssig opgave i samfundet. Inden for den trykte presse sker der nogenlunde samtidig en udvikling, der peger i samme retning. I Danmark indvarsles partipressens afvikling til fordel for omnibuspressen af Henrik Cav-

lings omlægning af Politiken i 1905. I mellemkrigstiden følger en række aviser Politikens eksempel og slækker på de partipolitiske bånd til fordel for en mere journalistisk fundering af avisen. Det journalistiske stof bliver det bærende og man henvender sig i princippet til alle læsere. "News" adskilles fra "views", sådan at der skabes særlige, holdningsbaserede genrer som lederen og debatindlægget, mens det øvrige stof bærer præg af en almen, ikke-partikulær holdning til stoffet. I sammenhæng med denne udvikling indoptager avisen gradvist nye stofområder inden for f.eks. kultur, familie- og fritidsliv.

Afviklingen af partipressen er en meget langstrakt proces og tager i realiteten det meste af det 20. århundrede, men pointen er i denne sammenhæng, at pressen i kraft af omnibuskonceptet også udviklede sig i retning af en kulturinstitution. Avisen var ikke længere et redskab for den politiske institutions partikulære interesser, men behandlede mange forskellige institutioner (politik, kunst, familie osv.) og interesser ud fra et alment synspunkt. Den bagvedliggende dynamik i udviklingen var en anden end for radio og tv's vedkommende. Hvor radio og tv blev etableret som en offentlig institution og underlagt et kulturelt dannelsesprojekt, var omnibuspressens etablering et led i en mere kommerciel udvikling, hvor ikke mindst reklame- og annoncesalg var en vigtig dynamik. Men i den konkrete historiske kontekst kom resultatet til at trække avisen i retning af en kulturinstitution; den skulle ikke længere kun sælges til et bestemt politisk segment, men være for alle og have et langt bredere indhold. Mediernes udvikling i retning af en kulturinstitution i samfundet udgjorde et første vigtigt skridt i deres selvstændiggørelse fra andre institutioner. Den indebar en gradvis professionalisering af medievirksomheden, hvor ikke mindst etableringen af journalistikken som en delvis selvstændig profession med egen uddannelse og et vist norm- og regelsæt for arbejdet i medierne gav det journalistiske fag en vis autonomi (Kristensen, 2000). Centralt i journalistikkens egenforståelse er således dens uafhængighed af politiske og kommercielle interesser, herunder den armslængedes afstand, journalister bør holde til sine kilder.

I løbet af 1980'erne begynder en række forandringer i mediesystemet at indvarsle overgangen fra kultur- til medieinstitution i både Danmark og en række andre vesteuropæiske lande. Bruddet på de traditionelle public service organisationers monopol på radio og tv samt udbredelsen af satellit- og kabel-tv skaber et mere kommercielt og konkurrencepræget tv-system, hvor markedskræfterne udfordrer tv's betydning som kulturinstitution. I 1990'erne tager dereguleringen af telesektoren fart, og med mobiltelefonernes og internettets fremkomst skabes et mere sammensat mediesystem, hvor der for mange nye mediers vedkommende kun er beskeden eller ingen offentlig regulering af formål og indhold. Tilsvarende undergår den trykte presse en betydelig forandring som følge af trafikomdelte gratisavisers indtog. I Danmark opnår de på få år at blive landets mest læste aviser, og i flere andre lande har de stor succes. De betalte morgen- og frokostaviser oplever en fortsat læsermæssig tilbagegang, og som helhed bliver den trykte presse i langt højere grad styret af en kommerciel markedslogik.

Som konsekvens af udviklingen siden 1980'erne er medierne i langt mindre grad at betragte som kulturinstitutioner forstået som nogle, der ud fra en almen interesse repræsenterer samfundets øvrige institutioner. Den øgede markedsorientering får medierne til at koncentrere sig om sin egen virksomhed med at servicere sit eget publikum. Der er tale om en øget *modtagerstyring* i medievirksomheden, hvor hensynet til modtagerne forstået som kunder har forrang frem for hensynet til samfundets øvrige institutioner. Aviser, radio, tv og internet skriver og taler fortsat om politik, kunst og kultur, men i mindre grad på disse institutioners præmisser eller ud fra en almen kulturel dannelseshorisont. De øvrige institutioner er snarere blevet et råstof, som medierne trækker på i deres

produktion af stof til eget publikum. Hvor medierne til at begynde med var afsenderstyrerede, forstået som styret af partikulære institutioner i partipressens dage, eller styret af almeninteressen under radio- og tv-monopolets dage, er de som medieinstitutioner ikke mindst styret af hensynet til publikum, dets efterspørgsel og købekraft.

Medier bliver imidlertid ikke blot en privat virksomhed på linje med andre brancher såsom svine- eller møbelproducenter, i og med de som medier fortsat varetager kollektive funktioner i samfundet. Medierne skaber de kommunikative rum af både privat og offentlig karakter, som alle andre institutioner i samfundet er afhængige af i kommunikationen med den almene offentlighed, andre institutioner og i institutionens interne kommunikation. Dobbelttheden af at have løsrevet sig fra andre institutioners virke og fortsat varetage samfundets kollektive kommunikationsopgaver tildeler medierne rollen som en central institution af relevans for hele samfundet, og mediernes styringslogik kan derfor ikke reduceres til den kommercielle og markedsorienterede logik alene. Medierne sælger ikke kun varer til kunder, men servicerer i bredeste forstand publikum, hvor de øvrige institutioner udgør også et publikum for medierne. Familien bruger således medierne til at orienterer sig om normer for børneopdragelse og praktisk indretning af børneværelser, ligesom medierne anvendes til intern kommunikation mellem familiemedlemmerne. Det politiske system bruger medierne som en kommunikationskanal mellem partierne og den brede offentlighed og mellem partierne indbyrdes. For at kunne varetage denne kollektive funktion trækker medierne fortsat på det hensyn til almenheden, som medierne som kulturinstitution var præget af, og som blev ledsaget af udviklingen af journalistikken som et delvist autonomt område, hvor medierne kunne gøre krav på upartiskhed, objektivitet m.m. Men hvor det almene hensyn i perioden med mediet som kulturinstitution udsprang af en dannelsesopgave, som samfundet som helhed varetog, er hensynet til almenheden i dag først og fremmest blevet internaliseret som en del af *professionalismen* blandt journalister og andre medarbejdere i den selvstændige medieinstitution. Medierne interagerer således med alle andre institutioner i samfundet, men ud fra en mere selvstændig position end den, som en ren markedsafhængighed ville foreskrive.

Tabel 1. *Mediernes institutionelle udvikling*

Dominerende periode	Institutionel karakter	Styringslogik	Mediesystemer	Mediernes opgaver
- 1920	Medier som redskab for andre institutioner	Partikulære interesser	Partipressen, videnskabelige tidsskrifter, religiøse og kunstneriske publikationer	Argumentation og agitation ud fra specifikke interesser i den enkelte institution
1920-1980	Medier som kulturinstitution	Almenhedens styring	Statsradiofonien: radio og tv under monopolet, omnibuspressen	Repræsentation af forskellige institutioner i en almen arena
1980-	Medier som medieinstitution	Medie-professionalisme	Kommercielle og konkurrenceprægede medier, satellit-tv, internet, mobile medier	Servicering af publikum; salg til specifikke målgrupper i et differentieret mediesystem

I *tabel 1* er der en skematisk sammenfatning af mediernes institutionelle udvikling fra at være underlagt andre institutioner, til at være en kulturinstitution og frem til at være en medieinstitution. Der er tale om en meget forenklet fremstilling, hvor der ikke tages hensyn til enkelte mediers særegne udvikling. Således har der i alle tre faser eksisteret medier, der har været direkte underlagt andre institutioners virke (f.eks. videnskabelige tidsskrifter), ligesom der fra 1800-tallet og frem til i dag har eksisteret underholdningsaviser, der først og fremmest har været markedsstyrede.

Redskaber for interaktion

Hvor vi indtil nu primært har præciseret, hvad medialiseringen er og udspringer af, skal vi i det følgende fokusere på, *hvordan* medialiseringen påvirker samfundet. Det sker grundlæggende ved, at medierne som tidligere nævnt griber ind i den sociale interaktion mellem mennesker i den enkelte institution (f.eks. gennem mobiltelefoni mellem familiemedlemmer), *mellem* institutioner (f.eks. i kraft af en hjemmearbejdsplads, der gør det muligt at arbejde hjemme i familien) og i *samfundet som helhed*, f.eks. ved at formidle og højtideligholde kollektive begivenheder som fest eller katastrofer. I dette afsnit skal vi først se på interaktionen på det mikrosociale niveau, og i næste afsnit vil vi fokusere på det makrosociale niveau.

Ved social interaktion forstås dels *kommunikation* og dels *handlen*. Medierne er naturligtvis redskaber for kommunikation, dvs. en udveksling af betydning mellem to eller flere parter. Som den sproglige pragmatik (Austin, 1962; Searle, 1969) har påvist, kan kommunikation også opfattes som en form for handling: med kommunikation udveksler mennesker ikke blot information, men påvirker hinanden og den indbyrdes relation ved eksempelvis at love, bekræfte, afvise, beslutte osv. Ud over den kommunikative handlen muliggør medierne forskellige former for social handlen, som tidligere krævede, at de involverede parter var fysisk til stede i samme rum; via medierne kan man købe og sælge, arbejde eller lege, ligesom medierne spiller sammen med handlinger uden for medierne, eksempelvis afholdelse af politiske valg eller udøvelse af terror.

Hvordan medierne griber ind i den sociale interaktion, afhænger af de konkrete mediers egenskaber, hvorved vi både skal forstå de materielle og tekniske kvaliteter og de sociale og æstetiske kendetegn. Et medies egenskaber og dets relation til social interaktion kan belyses med afsæt i perceptionspsykologen James Gibsons (1979) begreb om *affordances*. Gibson selv sætter ikke begrebet i relation til medier, men anvender det i en generel teori om menneskers og dyrs perception og interaktion med omverdenen. Tankegangen er, at mennesker og dyr ikke blot passivt sanser verden, men forholder sig til verden og dens objekter ud fra en handlingsorienteret og praktisk tilgang. Ved *affordance* forstår han det forhold, at enhver fysisk genstand i kraft af sine materielle kvaliteter (form, størrelse, støflighed osv.) tilbyder sig for omverdenen som en mulig brugsgenstand. For nogle dyr kan et træ tilbyde skygge for solen, for andre er dets blade en vigtig føde, mens det for fugle kan være et sted at bygge rede. En genstands materielle egenskaber afgrænser et mulighedsfelt for omverdenens brug og interaktion. En genstand kan næsten siges at invitere til at blive brugt på en bestemt måde: en sten er til at kaste med, en dør er til at åbne. Nogle handlinger er mindre oplagte, hvor andre igen er helt udelukket. Opsummerende kan man sige, at enhver genstands *affordances* muliggør bestemte handlinger, udelukker andre, og som helhed bidrager de til at strukturere interaktionen mellem aktør og genstand.

Hvorvidt en genstands handlingsmuligheder aktiveres, afhænger endvidere af egenskaberne hos det menneske eller dyr, der vil bruge genstanden. En trappestige er til at gå op og ned ad, men hvis man ikke har ben og fødder, vil trappen ikke frembyde en sådan brugsmulighed. Affordances bestemmes således også af, hvorvidt genstand og aktør passer sammen. Norman (1990) har i sit studie af menneskers brug af teknologier og andre menneskeskabte genstande peget på, at det afgørende ikke alene er de materielle eller objektive egenskaber ved genstande og aktører, og han indfører derfor begrebet ”perceived affordance”. Herved forstås, at affordance må ses som et relationelt forhold mellem genstand og aktør, hvor det afgørende er, hvordan en given genstands handlemuligheder opfattes psykologisk af en aktør. ”Perceived affordance” er dermed også afhængig af aktørens motiver, kulturelle konventioner m.m. I lyset af Gibson (1979) og Norman (1990) kan medier tilsvarende opfattes som teknologier, der har et sæt af affordances, som *muliggør, begrænser og strukturerer kommunikation og handlen*. Et medie som radioen gjorde det eksempelvis muligt for modtageren at høre musik i et omfang og en kvalitet, som ikke havde været tilgængelig tidligere for andre end en ganske lille elite i samfundet. Men radioens institutionelle organisering afgrænsede samtidig udbuddet af musik og forhindrede bestemte typer af musik i at blive spillet. Og radioens programplan, højtalerens kvalitet og rækkevidde strukturerede musikbrugen for hjemmet: hvornår man hørte, hvor og hvordan man sad og hørte osv.

Medierne muliggør ikke mindst, at det er muligt at interagere på afstand, dvs. uafhængig af menneskers tilstedeværelse ansigt til ansigt med hinanden, og en udpegning af den medierede interaktions forskellighed i forhold til den umedierede, ansigt til ansigt interaktion vil derfor belyse, på hvilken måde medierne ændrer den sociale interaktion. Thompson (1995) skelner mellem tre forskellige former for interaktion: ansigt til ansigt interaktion, medieret quasi-interaktion og medieret interaktion. Ansigt til ansigt interaktion er den umedierede interaktion mellem mennesker, hvor både verbal og non-verbal kommunikation er tilgængelig for alle tilstedeværende parter. Massemedier som aviser, radio og tv er ifølge Thompson medieret quasi-interaktion, idet massekommunikation er henvendt til en uspecificeret gruppe af personer, der som modtagere ikke selv kan interagere med afsenderen. I modsætning hertil er telefonen medieret interaktion, idet kommunikationen foregår mellem bestemte personer, der kan interagere ligeligt med hinanden. Medieret quasi-interaktion er grundlæggende monologisk, hvorimod medieret interaktion er dialogisk.

Det er nyttigt at skelne mellem forskellige interaktionsformer, men med valget af betegnelsen ”quasi-” (dvs. ”ligesom” eller ”uægte”) skaber Thompson en uheldig opfattelse af, at eksempelvis en avisartikel eller et tv-program udgør en pseudointeraktion, hvorimod en samtale via telefonen eller ansigt til ansigt er en mere virkelig eller rigtig interaktion. Set ud fra en sociologisk betragtning er den interaktion, der foregår mellem eksempelvis en tv-nyhedsudsendelse og tv-seeren, ikke mindre virkelig eller betydningsfuld end den samtale om tv-nyhederne, der dagen efter kan finde sted mellem to personer over frokostbordet. Det forhold, at massekommunikation ikke umiddelbart tillader modtageren at svare igen, udelukker ikke, at der foregår handling eller kommunikation hos modtageren i tilknytning til massekommunikationen. Selve det at gøre sig til publikum for en avis eller en tv-udsendelse udgør en handling, der har social betydning både for modtageren selv og for afsenderen, eksempelvis i form af læser- og seertal der har kommerciel værdi. Endvidere vil læseren eller tv-seeren tilegne sig meddelelsens indhold og muligvis selv kommunikere det videre til andre. Generelt skal det videre understreges, at social interaktion ikke nødvendigvis indebærer, at kommunikations- og handlemulig-

heder er ligeligt fordelt mellem deltagerne. Det gælder også umedieret interaktion, hvor eksempelvis et politisk møde i forsamlingshuset eller retsforhandlingerne i byretten ikke giver alle mulighed for at tale eller handle på lige fod. Det gør imidlertid hverken mødet i forsamlingshuset eller forhandlingerne i byretten til quasi-interaktion, men afspejler at deltagerne i enhver social interaktion, medieret som umedieret, altid indtræder i og udøver sociale roller, og i kraft af disse roller har de forskellige muligheder for at påvirke interaktionens forløb og resultat.

Medierne påvirker imidlertid de sociale roller i interaktionen, idet selve adgangen til mediet og de måder, som de enkelte medier tillader de involverede aktører at interagere på, påvirker deres evne til at kommunikere og handle indbyrdes. I takt med at medierne spiller en rolle i stadig flere sammenhænge, bliver det derfor et vigtigt element i vurderingen af en social rolle, hvilken adgang til medierne den pågældende rolle kan mobilisere. Endelig skal det anføres, at Thompsons skelnen mellem de tre interaktionsformer afspejler en anden og svunden medievirkelighed, end den vi har at gøre med i dag. Gamle massemedier som aviser, radio og tv har i stigende grad udviklet forskellige måder, hvorpå de gør det muligt for modtagerne at svare igen eller ligefrem deltage i kommunikationen (f.eks. via sms, mail eller blogs), samtidig med at nye, interpersonelle medier som mobiltelefon, sms og email også kan anvendes som en slags massemedier, hvor én person kommunikerer med mange. Frem for at anvende Thompsons typologi virker det derfor mere adækvat på et overordnet niveau at skelne mellem umedieret (ansigt til ansigt) og medieret kommunikation og dernæst for en nærmere specificering af de medierede interaktionsformer at anvende flere forskellige parametre såsom envejs/ tovejs, interpersonel/massekommunikation, tekstlig/auditiv/billedlig osv.

Medier ændrer interaktion

Medieret interaktion er hverken mere eller mindre virkelig end umedieret interaktion, men det forhold at medieret interaktion foregår mellem personer, der ikke befinder sig i samme fysiske rum, ændrer de indbyrdes relationer mellem deltagerne. Hvis vi tager afsæt i den amerikanske sociolog Erving Goffmans (1992) beskrivelse af den sociale interaktion mellem mennesker, der befinder sig i fysisk nærhed af hinanden, kan vi belyse, hvad det er for forhold, der ændrer sig i den medierede kommunikation. Ifølge Goffman udfolder interaktion sig i sociale situationer, hvor deltagerens indbyrdes kommunikation er synlig for alle. I forlængelse af Goffmans teatermetafor, hvor han forstår interaktionen som et rollespil, der foregår på en scene, skelner han mellem, hvad der foregår på scenen og bag kulisserne. Hvad der ikke er tilgængeligt for de involverede aktører, må principielt betragtes som bag kulisserne, backstage. Ud over den *verbale og nonverbale* (gestik, mimik osv.) kommunikation vil deltagerne anvende forskellige *rekvisitter* (f.eks. tøj, cigaretter, borde og stole) og afgrænse *territorier* (fysiske som symbolske) mellem hinanden som led i interaktionen. Deltagerne vil typisk samarbejde om interaktionen og bidrage til, at der skabes en fælles forståelse af, hvilken situation der er tale om, og hvordan deltagerne kan bruge den til at opnå noget i fællesskab. I forhold til denne ansigt til ansigt kommunikation udmærker medierne sig ved at kunne forlænge interaktionen i tid og rum: man kan meget hurtigt interagere med personer, der befinder sig på et hvilket som helst sted på jordkloden, hvorfor interaktion ikke længere er afhængig af at befinde sig på samme tid og sted.

Medierne ændrer videre på de involverede aktørers evne til at styre definitionen af den sociale situation, brugen af verbal og non-verbal kommunikation, samt anvendelsen af

rekvisitter og territorier i interaktionen. Det har vidtrækkende konsekvenser, hvoraf vi her skal fokusere på tre forhold: For det første bliver det i højere grad muligt at optræde på flere scener samtidigt; for det andet kan deltagerne optimere den sociale interaktion til egen fordel, og for det tredje ændres deltagerens relation til hinanden, herunder den normative regulering af den gensidige hensyntagen til hinanden. Hvad angår det første, gør medierne det ikke blot muligt at interagere med andre, der befinder sig langt væk, men man har via medierne mulighed for at *holde flere sociale interaktioner åbne på samme tid*. Man kan tale med familien, mens man ser Tv-Avisen, man kan være på arbejde og samtidig holde kontakten til børnene derhjemme ved hjælp af telefonen osv. Internettet har mangedoblet denne mulighed, idet man med adgangen til en netforbindelse kan holde et utal af vinduer åbne til lige så mange forskellige sociale situationer: udføre arbejde, ordne bankforretninger, købe varer, kommunikere online med venner og familie osv. Man kan med Goffmans begreber i kraft af medierne veksle mellem at være frontstage og backstage i flere, samtidige situationer. Det er ikke principielt umuligt at deltage i flere sociale interaktioner ansigt til ansigt på samme tid, som hvis eksempelvis en voksen person har sine børn med på arbejde. Det er imidlertid ganske anstrengende at holde flere interaktioner åbne, når man befinder sig ansigt til ansigt med hinanden, og det vil ofte blive opfattet som et brud på den norm om samarbejde om interaktionen, der normalt gør sig gældende. Med medier er det anderledes lettere at have delt opmærksomheden mellem forskellige sociale scener, bl.a. fordi en række medier netop er konstrueret, så de lettere føjer sig ind i baggrunden, mens opmærksomheden primært er rettet mod andre ting: Mobiltelefonens opkald kan stilles på lydløs, sms kan tjekkes under et møde, radioen kan spille i baggrunden, mens man arbejder eller kører bil osv.

Et andet kendetegn ved medieret interaktion er, at medierne tillader den enkelte aktør at *optimere den sociale interaktion til egen fordel* ved dels at aflaste aktøren og dels tillade en større kontrol over udvekslingen af information. Medierne *aflaster* den enkelte aktørs relationer til omverdenen, idet medierne gør det muligt at opnå større kontakt med mindre indsats. Når tv ikke mindst er et populært medie om aftenen og i weekenderne, hænger det sammen med, at det tilbyder underholdning og selskabelighed, uden at den enkelte modtager behøver at yde så meget i form af penge, opmærksomhed eller arbejde for at gøre situationen vellykket. Som alternativ kan man invitere gæster til selskabelighed, men det kræver typisk større indsats fra værtens side i form af madlavning, aktivt bidrag til samtalen osv., og gæsternes bidrag til selskabeligheden og underholdningen vil være mere uforudsigeligt og sjældent af så høj kvalitet, som tv's professionelle underholdere kan tilbyde. Selskabelighed ansigt til ansigt har naturligvis sine egne positive kvaliteter, men alt andet lige tilbyder tv en lettere og mere forudsigelig måde at blive underholdt på. Tilsvarende vælger man ofte at bruge email til at kommunikere med kolleger på arbejdspladsen, selvom det ikke behøver at være vanskeligt at komme til at tale med dem ansigt til ansigt. En email gør det muligt at styre interaktionen med en kollega bedre end en samtale, der ofte vil kræve længere tid, involvere forskellige høflighedsritualer, ligesom man ikke kan være sikker på, at kollegaen ikke kan finde på at tage andre emner op.

Hvor interaktion ansigt til ansigt tillader alle parter at se og høre alt, hvad der foregår her og nu, gør medierne det muligt at *styre informationen til og fra deltagerne*. Det indebærer bl.a., at afsenderen i højere grad kan styre, hvor og hvornår han selv vil være til rådighed for andres henvendelser, og kan kontrollere det billede, han projicerer af sig selv til de øvrige deltagere. Goffman taler om, at der er et grundlæggende misforhold mellem det enkelte individs evne til at styre det indtryk, man formidler til de øvrige

deltagere, og de øvrige deltageres evne til at vurdere dette indtryk. Han skelner i den forbindelse mellem de indtryk, vi *giver*, og de indtryk vi *afgiver*. Individet vil typisk prøve at styre sin kommunikation så godt som muligt, og denne intenderede kommunikation giver modtageren et bestemt indtryk. Men vi *afgiver* også en række informationer til modtageren, som vi enten ikke er opmærksomme på eller ikke styrer godt nok. Forenklet sagt kan vores tale give ét indtryk af os selv, hvorimod vores gestik kan afgive et andet indtryk. Goffman peger her på det forhold, at man skal være en meget dygtig skuespiller for at kunne samordne og styre alle sider af sin selvrepræsentation, hvorimod de fleste mennesker besidder kompetencen til at vurdere, om andres optræden er mangelfuld eller præget af uoverensstemmelser. Her træder medierne til og muliggør en større styring af det indtryk, man formidler af sig selv til omverdenen, og generelt kan man sige, at jo smallere en kommunikationskanal, mediet anvender, desto lettere er det at styre kommunikationen. Som konsekvens kan man iagttage det paradoksale forhold, at selvom medierne i stigende grad tilbyder en meget bred kommunikationskanal (høj billedopløsning, 5 kanals stereo lyd osv.), vælger mennesker ofte at kommunikere gennem medier med en ganske smal kommunikationskanal som f.eks. sms, email og messenger.

Hvad angår det tredje forhold, de ændrede relationer og normer i interaktionen, peger Goffman på, at der i den sociale interaktion udfoldes en betydelig anstrengelse på at tage hensyn til hinanden. Når man mødes ansigt til ansigt, forhandler man indbyrdes om at bestemme, hvilken social situation man er fælles om, herunder hvilke sociale roller der er relevante at udøve i forhold til situationen. For at undgå at nogle af deltagerne kommer til at tabe ansigt (ved f.eks. at misforstå situationen og praktisere en forkert rolle) og dermed blive irettesat eller grint af, udøver deltagerne et omfattende *facework*, der har til formål at sikre deltagerens værdighed i situationen. Et sådan *facework* skal ikke kun sikre, at andre deltagere undgår at tabe ansigt; det er i lige så høj grad et arbejde, man udfører for ikke selv at miste værdighed i situationen. Sagt på en anden måde reproduceres sociale normer i den sociale situation, ved at deltagerne i en interaktion hjælper hinanden med at overholde dem. I ansigt til ansigt situationer indebærer det, at en række handlinger og reaktioner kun forekommer under særlige omstændigheder eller er stærkt illegitime. I den sociale interaktion prøver man således ikke mindst at undgå handlinger, der på en eksplicit måde synliggør og påtaler normbrud og dermed let kan føre til ansigtstab; det gælder eksempelvis *latterliggørelse*, *sladder* og *irettesættelse*. Latterliggørelse er brug af humor til at udstille sociale grænser og afstraffe de, der træder ved siden af (Billig, 2005), og den kan derfor ikke foretages uden konsekvenser for fællesskabet. Det er illegitimt at sladre om personer, der er til stede, da sladdereren netop sigter mod at anfægte værdigheden hos den person, der sladres om. Det er imidlertid mindre illegitimt at sladre om personer, hvis de blot ikke er til stede i samme rum (Bergmann, 1993). Endelig vil irettesættelse (f.eks. udsældning) typisk afspejle, at den sociale fred er truet, og at magten skal udøves synligt for at opretholdes. Som følge deraf foregår irettesættelse derfor ofte i en meget lukket kreds (f.eks. på chefens kontor) med mindre formålet direkte er at statuere et eksempel, dvs. synliggøre normerne for den sociale interaktion over for en større gruppe.

Den medierede interaktion udvider og komplicerer brugen af territorier i interaktionen, herunder hvordan selvet afgrænser sig fra de øvrige deltagere og regulerer adgangen til information mellem forskellige områder i interaktionen. Medierne knytter forskellige fysiske og sociale lokaliteter sammen i ét interaktionsrum, men det ophæver ikke den fysiske og sociale lokalitets realitet. Både tv, telefon og internet bygger bro over afstande, men brugerne befinder sig ikke kun i det nye virtuelle interaktionsrum, men

samtidig i hver sin lokalitet. Medierne kobler dermed ikke kun brugerne sammen, men skaber samtidig en afstand mellem den nye virtuelle scene for den medierede interaktion og de stedbundne sociale situationer, deltagerne hver især fortsat er en del af. Dette er mest tydeligt i massekommunikation som tv, hvor afsender- og modtagersituation er afkoblet fra hinanden, men det gør sig også gældende i interpersonel kommunikation via internettet eller mobiltelefon, hvor den manglende fulde adgang til kommunikationen vidner om afstanden mellem parterne.

Denne afkobling eller afstand mellem de fysisk bundne sociale situationer, brugerne befinder sig i, og den samtidige etablering af en medieret situation, indebærer at de normregulerende mekanismer, latterliggørelse, sladder og irettesættelse, kan udfolde sig på nye måder. I og med at deltagerne i en medieret interaktion ikke har fuld adgang til de øvrige deltagers optræden, vil det være muligt at betragte den enkelte deltagers fysisk bundne situation som en backstage til den igangværende, medierede interaktion. Men det er ikke en backstage i traditionel forstand, i og med at det meget vel kan være den scene, som deltageren har viet sin primære opmærksomhed, og som måske kan fungere rammesættende for, hvordan han eller hun indgår i interaktionen på den medierede scene. Sms-kommunikationen mellem en gruppe teenagere kan eksempelvis primært tjene det formål at skabe afsæt for underholdning blandt nogle af deltagerne, der befinder sig fysisk sammen og gør grin med de øvrige deltagers bidrag til kommunikationen, uden at disse er bekendt med, at deres sms-beskeder er genstand for nedsættende ytringer. Tilsvarende vil tv-seere ofte højlydt kommentere studieværterens udseende, og i grovere form har man set mobning ved hjælp af internetsites, sms og kameratelefoner.

Afstanden eller afkoblingen mellem den interaktion, der udfolder sig i medieret form og ansigt til ansigt, fører til en ændring, udvidelse og komplicering af relationerne mellem interaktionens frontstage og backstage, og som konsekvens kan de normregulerende mekanismer udfolde sig på måder, som i en ansigt til ansigt situation normalt ville blive opfattet som illegitime eller voldsomme angreb på deltagernes værdighed. Hvor sladder i ansigt til ansigt relationer ikke udfoldes åbenlyst, men formidles backstage i al diskretion (Bergmann, 1993), bidrager flere typer af medier og genrer således til en offentlig sladder; ugeblade, reality-tv og weblogs kolporterer uden blusel alle mulige former for sladder om især kendte mennesker, og ud over at blive behandlet i medierne, udgør indholdet af mediernes sladder også et legitimt samtaleemne i ansigt til ansigt situationer, hvor man normalt ikke ville omtale sådanne forhold (Hjarvard, 2002b). Brugen af de normregulerende mekanismer latterliggørelse, sladder og irettesættelse i medierne gør dem ikke mindre virkningsfulde, men som følge af afstanden eller afkoblingen mellem den medierede interaktion og deltagernes fortsatte placering i en anden fysisk og social virkelighed, vil anvendelsen af dem i medierne ofte for den enkelte aktør fremstå som mindre farlig og konsekvensfyldt, end hvis de bliver taget i anvendelse over for personer, man står ansigt til ansigt med.

Interface mellem institutioner

Hvor medialiseringen viser sig på det mikrosociale niveau ved at gribe strukturerende ind i den menneskelige interaktion, kan den på det makrosociale niveau bestemmes ved at se på, hvordan institutioner påvirkes i deres indbyrdes samkvem som følge af mediernes mellemkomst. På et overordnet plan kan man pege på tre funktioner, som medierne varetager i samfunds-institutionernes indbyrdes relationer: de udgør et *interface for den indbyrdes interaktion mellem institutioner*; tv-nyheder bringer eksempelvis det

politiske liv ind bag hjemmets fire vægge, og reklamer er en vigtig platform for private virksomheders kommunikation med potentielle forbrugere. Medierne konstituerer til- lige en *fælles erfaringsverden*, dvs. de bidrager fortløbende med en præsentation og fortolkning af, hvordan verden er indrettet, og i sammenhæng hermed bidrager de til identitetsdannelse og tilhørsforhold til et bestemt kollektiv. Endelig bidrager medierne til dannelsen af en *politisk offentlighed*, inden for hvilken de forskellige institutioner kan fremme egne interesser og selv skal legitimere sig over for samfundet som helhed. Sagt på en anden måde er mediernes tre funktioner på det makrosociale niveau at fungere som *koblingspunkt* mellem institutioner, at formidle en *fortolkningshorisont* for samfundets udvikling og at skabe en *arena*, hvor indenfor samfundet kan diskutere og beslutte sig om fælles anliggender. Som følge af disse funktioner kommer mediernes logik, forstået som deres institutionelle, teknologiske og udtryksmæssige karakteristika, i stigende grad til at påvirke samfundet. I hvilket omfang og på hvilken måde, denne medielogik sætter sig igennem i den enkelte institution, i institutioners indbyrdes interaktion og i samfundet som helhed vil variere og er under alle omstændigheder et empirisk spørgsmål.

Som interface udgør medierne en ressource, som institutioner trækker på i deres ind- byrdes interaktion: for at anvende denne ressource må den enkelte institution i et eller omfang involvere sig i en mediepraksis, hvilket blandt andet viser sig i den øgede brug af journalister, informationsmedarbejdere og PR-bureauer i private virksomheder, politiske partier, uddannelsesinstitutioner m.fl. På et teoretisk plan kan man belyse mediernes betydning som fælles ressource eller interface ved at anskue samfundets forskellige in- stitutioner, herunder medierne, som felter i Bourdieus forstand (Bourdieu, 1993, 2005), dvs. som sociale områder præget af en vis autonomi og indre struktur, hvor aktører befin- der sig i bestemte positioner i forhold til hinanden. Eksempelvis udgør kunsten et felt, der har en vis selvstændighed i forhold til andre institutioner og er præget af sine egne indre normdannelser og hierarkier. Intet felt er imidlertid helt autonom, men påvirkes af andre felter; eksempelvis påvirkes kunsten af markedet som felt, da kunstnere lever af at købe og sælge kunstværker, og af politikken som felt, da kulturpolitikken har ind- flydelse på kunstneres udstillings- og støttemuligheder m.m. Kunsten er også afhængig af medierne som felt, da mediernes eksponering af kunstnere og kunstværker skaber en kendthed, der kan veksles til anden værdi på kunstmarkedet eller i kulturpolitikken. Bourdieu skelner her mellem et felts autonome og heteronome pol, hvor den autonome pol er stedet for feltets egenlogik, hvor aktører handler i overensstemmelse med feltets egne værdier, eksempelvis når et kunstværk bedømmes ud fra den pågældende kunstarts egne vurderingskriterier for god kunst. Den heteronome pol er stedet for andre felters indflydelse, eksempelvis markedet, politikken og medierne.

Anskuer man medialiseringen i lyset af Bourdieus begreber, har den som konsekvens, at medierne indtager en fremtrædende plads i stadig flere felters heteronome pol og de- rigennem udfordrer de pågældende felters autonome pol. Graden af medialisering kan således måles efter, i hvilken grad den autonome pol i det pågældende felt svækkes, og feltet eventuelt helt mister sin autonomi. Medierne rummer tilsvarende en autonom og en heteronom pol, hvor den autonome pol eksempelvis er stedet for den professiona- liserede journalistik og normer for god presseskik, hvor den heteronome pol er stedet for eksempelvis påvirkningen fra annoncemarkedet. Den autonome og heteronome pol udgør et spændingsfelt i medierne; det gælder eksempelvis nyhedsmedierne, hvor journalistiske nyhedskriterier og idealer for god journalistik ofte kommer i konkurrence med krav til avisens salgbarhed, politiske kilders indflydelse m.m. (Schultz, 2006). Når medierne også er påvirket af andre felter eller institutioner, har det bl.a. som kon-

sekvens, at påvirkningen fra medierne i nogle tilfælde ikke blot kan anskues som en underlægning under mediernes logik alene. Undertiden vil medialiseringen gå hånd i hånd med en kommercialisering eller politisering, og hvorvidt medialiseringen er mere fremtrædende end kommercialiseringen eller politiseringen er et analytisk spørgsmål. En empirisk analyse af medialiseringen må derfor medreflektere, hvordan flere forskellige institutioner (her forstået som felter) i forskellige grader kan vinde eller tabe autonomi i forhold til hinanden.

En fælles erfaringsverden

Mediernes evne til at skabe en fælles erfaringshorisont på tværs af institutioner har historisk set først og fremmest drejet sig om at nedbryde lokale kulturer og skabe en fælles *national* erfaringsverden. Den engelske sociolog Anthony Giddens (1984) taler om, at et karakteristisk træk ved moderniteten er en kontinuerlig ”disembedding”, *udlejring*, af samfundsmæssige strukturer: stedbundne og traditionsbårne sammenhænge brydes op, bukker under og transformeres gennem kontakten med en større og moderne verden. Set i dette lys har medialiseringen været en social kraft på linje med urbaniseringen og industrialiseringen. På samme måde som elektricitet og jernbaneskiner var med til at gøre mennesker og varer mobile, har medierne understøttet en mental og kommunikativ mobilitet. Aviser, radio og tv har siden midten af det 19. århundrede været med til at nedbryde lokale, traditionelle kulturer til fordel for en national kulturel og politisk enhedskultur. Den danske velfærdsstats første og indflydelsesrige kulturminister Julius Bomholt udtrykte denne moderniseringsopgave uden omsvøb, da han i 1964 gjorde status over radio og tv:

Indsnævrede kulturvaner er ved radio og tv's hjælp blevet sprængt. Isolerede og tilbagestående kulturgrupper i befolkningen er blevet opløst. En fælles kulturel baggrundsorientering har bragt befolkningen på talefod. Når æren for at have afskaffet tidligere tiders indskrænkede almue og uvidende proletariat skal fordeles, må Danmarks Radio have en væsentlig del af æren. (Bomholdt, 1964: 10)

Dannelsen af en fælles erfaringshorisont har set i dette lys ikke alene drejet sig om at tilføje noget nyt og fælles, men i lige så høj grad handlet om at nedbryde og bortskaffe tidligere erfaringer og kulturer. Mediernes dannelse af en ny og fælles national erfaringsverden kan med Giddens begreber betrages som en ”re-embedding”, en *genindlejring* af den sociale interaktion på et mere generelt og abstrakt niveau end den forsvundne, stedbundne kultur var præget af. Sagt med Benedict Andersons (1991) formulering er det nationale fællesskab et *forestillet fællesskab*, idet ingen i selv den mindste nation vil kunne møde alle de øvrige medlemmer af fællesskabet. Medierne udgør det symbolske kit, der får samfundets enkeltkomponenter til at fremtræde for den enkelte som et sammenhængende, socialt hele. På denne måde udgør massemedierne, som Jeffrey Alexander har påpeget, en symbolsk ækvivalent til det juridiske system; massemediernes opgave er ikke mindst at producere de “symbolic patterns that create the invisible tissues of society on the cultural level just as the legal system creates the community on a more concrete and ‘real’ one” (Alexander, 1981: 18).

Der er ikke alene tale om dannelsen af nye fælles erfaringshorisonter, idet medierne skaber en sammenhæng, hvorigennem hele samfundet kan iagttages og erfares ud fra et nyt perspektiv. Paddy Scannell (1988) har således påpeget, at massemedierne har skabt en generaliseret, fælles verden, som gør det muligt for det enkelte individ at begribe

samfundet som et hele: "Broadcasting brought together for a radically new kind of *general* public the elements of a culture-in-common (national and transnational) for all. In so doing, it redeemed, and continues to redeem, the intelligibility of the world and the communicability of experience in the widest social sense (Scannell, 1988: 29; Scannells fremhævnng). Verden fremstår både som et generaliseret hele (som "Danmark" eller "København") og som noget, der er konkret, tilgængeligt og sanseligt. Gennem radioen kom danskerne for første gang til at høre, hvordan danskerne talte over det ganske land, gennem fotografi, film og tv blev landet visuelt tilgængelig, og gennem internettet blev det muligt selv at interagere med alle. Hvor fællesskabet førhen var en forestilling af abstrakt karakter, er det med medierne blevet en konkret erfaring.

Hvor Paddy Scannell generelt forholder sig positivt til mediernes betydning som formidlere af en fælles erfaringsramme, har Nick Couldry (2003a) et langt mere kritisk syn på netop denne funktion. Med afsæt i en diskussion af Bourdieus feltteori peger han på, at en teori om mediernes betydning for samfundet ikke alene kan bestå i en påvisning af, hvordan medierne indgår i og påvirker de enkelte felter som kulturen eller politikken, men også må medreflektere "the impacts that media might have on all fields simultaneously by legitimating certain categories with not just cognitive but also social significance" (Couldry, 2003a: 665). Mediernes indflydelse begrænser sig dermed ikke blot til at være summen af indflydelsen i hver af de respektive felter i samfundet. Med henvisning til Bourdieus brug af begrebet "metakapital" til at betegne statens evne til at sætte sin magt igennem på tværs af alle institutioner, foreslår han, at man tilsvarende kan tale om en mediernes "metakapital". Den består i, at medierne er i stand til på tværs af de konkrete felter at præge de kategorier, hvorigennem alle fortolker verden. Der er med andre ord tale om, at medierne besidder en ideologisk magt til at skabe en fremstilling af samfundet, der fremstår som den eneste naturlige måde at forstå verden på. Hos Couldry (2003b) uddybes og eksemplificeres denne tankegang i en række konkrete analyser, men nu med anvendelse af et modificeret ritualbegreb. Mediernes indflydelse på menneskers erfaring består ikke mindst i deres evne til at iscenesætte sig selv som samfundets centrum for erfaringsdannelse: det er herfra man tilbydes en fortolkningsposition, der giver verden mening. Mediernes ritualer består i, at de leverer "formalised actions organised around key media-related categories and boundaries, whose performance frames, and suggests a connection with wider media-related values" (Couldry, 2003b: 29). Med andre ord beskriver medierne ikke kun verden, men de leverer også de grundlæggende kategorielle rammer, som vi forstår omverdenen igennem.

Couldry har en vigtig pointe med at påpege den magt, der ligger i at definere de kognitive, sociale og sproglige kategorier, som mennesker forstår samfundet igennem, men dels synes han ikke at have blik for de potentielt positive sider, som konstruktionen af en fælles erfaringshorisont med afsæt i medierne kan have. Dels synes han at tegne et lidt for monolitisk billede af mediemagten, hvor der ikke synes at være nogen anden institution, der kan udfordre dens evne til at beskrive virkeligheden. Endelig er hans brug af ritual som bærende begreb måske skævt i forhold til den gængse forståelse af ritual i kommunikationsforskningen (Rothenbuhler, 1998). I realiteten retter Couldrys kritik sig primært mod mediernes ideologiske betydning, om end han kun sporadisk bruger dette begreb, og i den forstand er hans mediekritik beslægtet med Olof Peterssons (1994) beskrivelse af "journalismen som ideologi". Ifølge Petersson er journalistikken ikke kun en bestemt profession eller håndværk. Journalister udvikler som følge af deres etablering som en social klasse med egne normer, uddannelse og position i samfundet en bestemt halvpopulistisk ideologi, hvor den vigtigste skillelinje går mellem magthavere

og folk, og journalisten optræder som bindeled og har mulighed for at optræde som helt på folkets vegne. Journalismen betjener sig af et særligt sprog, hvis formål er at fange opmærksomhed, og i takt med at andre institutioner indoptager journalistiske funktioner for at kunne kommunikere bedre med omverdenen kommer de successivt til at overtage journalismens sprog og ideologi. Uanset om man hælder til Scannells mere optimistiske fortolkning af den fælles verden, som medierne skaber, eller til Couldrys og Peterssons mere kritiske udpegning af de ideologiske konsekvenser, denne medieskabte erfaring har, er den vigtigste konklusion i denne sammenhæng, at en væsentlig konsekvens af samfundets medialisering er konstitueringen af en fælles erfaringsverden, reguleret af mediernes logik.

Virtualisering og en ny social geografi

En generel effekt af medialiseringen er en *virtualisering* af samfundets institutioner. Tidligere var institutioner i højere grad lokaliseret bestemte steder: politikken udspandt sig i parlamentet, byrådssalen og forsamlingshuset; uddannelse fandt sted i skolen, gymnasiet og universitetet, og kunsten udfoldede sig på teatre, museer og gallerier. I kraft af mediernes mellemkomst kan det enkelte individ tage del i forskellige samfundsinstitutioner uafhængig af sin fysiske placering. Kontakten til det politiske liv foregår via avislæsning ved morgenbordet, via radioen i bilen eller internettet på arbejdspladsen.

Virtualiseringen af samfundets institutioner går hånd i hånd med en *domesticering* af samfundets institutioner; det er karakteristisk, at hjemmet og familien i stigende grad bliver omdrejningspunktet for adgangen til andre institutioner. Aviser, radio og tv har bragt politik og kultur ind i hjemmet; hjemmearbejdspladser har bragt lønarbejdet ind i familielivet, og internettet har gjort det muligt at interagere med både offentlige og private virksomheder fra bopælen. På den ene side indebærer det en oprustning af hjemmet og familien som institution, i og med at andre institutioner står til rådighed i hjemmet og for familien. På den anden side ændrer det også hjemmet og familien, i og med at de enkelte familiemedlemmer kan opholde sig i hjemmet, men i praksis have opmærksomheden rettet mod andre institutioner. Virtualiseringen af institutioner indebærer, at stedet mister noget af sin evne til at regulere individernes adfærd, og det i højere grad påhviler det enkelte individ at afgøre, hvilken institution han eller hun tager del i og justerer sin adfærd i forhold til. Den institutionelle sammenhæng er ikke længere entydigt givet af det fysiske sted, men bliver et tilvalg individet selv må foretage. Virtualiseringen er dog sjældent fuldstændig; de fleste institutioner fastholder bestemte geografiske steder og fysiske bygninger som en vigtig ramme for den sociale praksis. Det nye er, at disse steder og bygninger kommer til at indgå i et samspil med virtuelle steder og rum, og den virkelighed og de interaktionsformer, der udvikles i den virtuelle verden kommer også til at spille en rolle for den sociale praksis i den fysiske lokalitet.

Som tidligere beskrevet har medierne siden sidste halvdel af det 19. århundrede ikke mindst bidraget til at løsrive den sociale interaktion fra det lokale niveau og indleje den i en national sammenhæng. Fra slutningen af det 20. århundrede bliver medierne i langt højere grad i stand til at overskride det nationale rum og kommer derved til at understøtte globaliseringen. Tomlinson (1999) taler således om, at medierne bidrager til en *afterterritialisering* af kulturel erfaring og social interaktion. Med internet, satellit-tv og et voksende globalt marked for tv-serier, film, musik, reklamer m.m. er den menneskelige erfaring ikke længere bundet til hverken den lokale eller nationale kontekst, men udspiller sig i en globaliseret sammenhæng. Tilsvarende gør medierne det muligt

at interagere med andre på tværs af grænser. Som følge af mediernes stadig mere omfattende og sammensatte karakter bliver samfundet præget af en *kompleks forbundethed* (Tomlinson, 1999), der ikke følger nationalstatens fastlagte grænser. I globaliseringens æra skaber medierne ikke kun en kommunikationskanal mellem nation og folk, men knytter kommunikationsnetværk på kryds og tværs af geografiske område og aktører. Som konsekvens af dette kommer medierne til at bidrage til en øget *kulturel refleksivitet*. I og med at medieprodukter fra andre lande og kommunikation på tværs af grænser får en tilstedeværelse i alle kulturer, kan ingen kultur udvikle sig i isolation fra andre. Den øgede kulturelle refleksivitet indebærer ikke nødvendigvis, at påvirkningen udefra øges eller er uomgængelig; en udefrakommende mediekultur kan afvises og fordømmes, sådan som det måske mest radikalt kommer til udtryk blandt visse islamiske og kristne fundamentalister. Men den øgede kulturelle refleksivitet har som konsekvens, at kulturel udvikling ikke længere kan foregå i en naiv isolation fra andre, men må udvikle sig velvidende om, at andre kulturelle udviklingsmuligheder er tilgængelige.

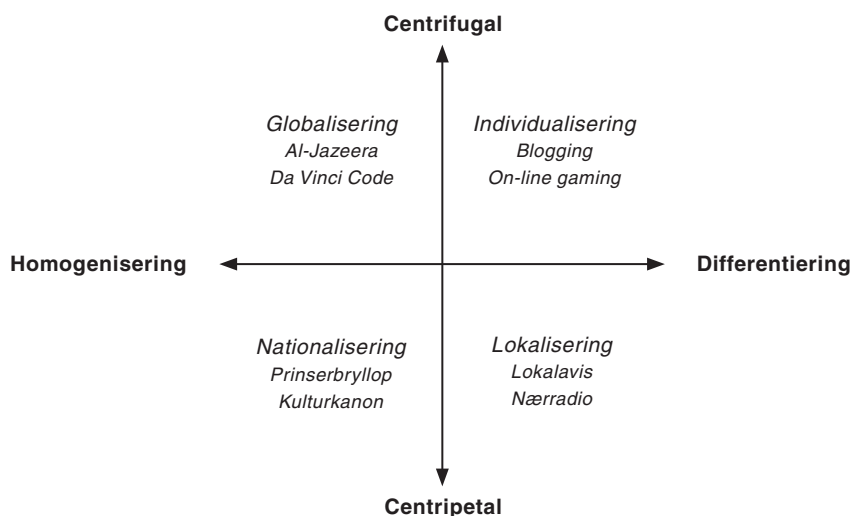
Det vanskelige ved at beskrive den aktuelle medieudviklings sociale geografi består blandt andet i, at den ikke bevæger sig i én bestemt retning. Det synes snarere at være tilfældet, at udviklingen på samme tid går i forskellige retninger, hvilket alt i alt resulterer i en langt mere sammensat social geografi, end vi kender fra tidligere. Skal man kortlægge den nye sociale geografi, som mediesystemet understøtter, kan man skelne mellem to modsætningspar: for det første homogenisering versus heterogenisering, og for det andet centrifugale kræfter versus centripetale kræfter. Hvis udgangspunktet meget forsimplet siges at være et mediemiljø, der i det 20. århundrede har været centreret omkring den nationale offentlighed, har de senere års udvikling trukket mediernes kommunikationsrum i nye retninger. På den ene side kan man tale om en centrifugalkraft, der har bragt den nationale offentlighed i større kontakt med en verden udenfor. Transnationale medier som satellit-tv (CNN, Al-Jazeera, Cartoon Network osv.) og internettet har bidraget til at skabe et globaliseret mediemiljø, hvor lyd, billeder og tekster flyder lettere på tværs af grænser. På internettet er en udenlandsk avis eller radiostation sjældent mere end et klik væk, og i online spil kan ikke mindst unge mennesker spille og diskutere med hinanden på tværs af grænser. På samme tid virker en centripetalkraft, så mediemiljøet også præges af flere ”indadvendte” kommunikationsrum i form af nærradioer, lokalaviser, kommunale websites osv.

På nogle punkter virker udviklingen homogeniserende, i andre tilfælde skabes større forskellighed. I kraft af det øgede medieudbud er der stadig færre radio- og tv-programmer, som vi som kollektiv hører og ser ”sammen”; fremkomsten af en stribe interaktive medier tillader, at vi selv skaber forskellige sammenhænge, hvor vi kan kommunikere med andre, typisk i mindre grupper i chatrooms, blogs, online spil m.fl. Trods denne segmentering ser man alligevel lejlighedsvis mediefænomener, hvor det store kollektive og fælles ”vi” genoplives for en kortere bemærkning. Det er i de senere år ikke mindst sket i tilknytning til nationale begivenheder som kongelig barkedåb og bryllup, hvor tv-seningen gang på gang sætter nye rekorder. Som reaktion på globaliseringen ser man tillige kulturpolitiske tiltag med henblik på at (gen)skabe en fælles national referenceramme som eksempelvis den danske kulturkanon er et udtryk for. Homogeniseringen indfinder sig også lejlighedsvist på det globale og regionale plan. En tv-station som Al-Jazeera har eksempelvis bidraget til en overnational politisk og kulturel offentlig i den arabiske verden (Galal, 2002), og bestsellere og blockbusterfilm som Ringenes Herre og Da Vinci Mysteriet kan lejlighedsvis gøre en fælles fortælling til samtaleemne for millioner af mennesker.

De modsatrettede processer i mediemiljøets udvikling er forsøgt afbildet i *figur 1*. Pointen med denne model er at understrege, at mediemiljøet ekspanderer og udvikler sig i forskellige retninger, hvorfor man heller ikke kan tale om, at medierne påvirker samfundet i én bestemt retning. Medierne er med til at strukturere kommunikation og handlen i stadig flere sammenhænge: I nogle tilfælde indebærer det en øget globalisering, der ofte er præget af angloamerikansk kultur og sprog, i andre tilfælde er der tale om en øget individualisering eller segmentering præget af interaktion i mindre grupper. Medierne kan imidlertid også fremme lokal interaktion eller skabe opmærksomhed omkring den nationale sammenhæng, men det er tillige værd at understrege, at de forskellige udviklingstendenser ofte vil spille sammen. Eksempelvis kan en tyrkisk satellit-tv kanal rettet mod Europa bidrage til at vedligeholde tilhørsforholdet til det gamle hjemland for tyrkiske indvandrere spredt i de europæiske lande, men den vil samtidig være en del af en globalisering, hvor selve den tyrkiske identitet, sprog og kultur undergår en forandring og sættes ind i en ny transnational sammenhæng (Robins, 2003).

Som det fremgår af *figur 1* kan medialiseringen understøtte forskellige samfundsmæssige tendenser på både mikro- og makroniveau, herunder globalisering, individualisering, nationalisering og lokalisering. Hvorvidt det er det ene eller andet udviklingstræk, der dominerer, afhænger af den konkrete kontekst, dvs. hvilken institution og social aktivitet der er tale om. De nærmere konsekvenser af mediernes mellemkomst må imidlertid undersøges empirisk i relation til konkrete institutioners samspil med medierne i en historisk og kulturel kontekst.

Figur 1. *Mediernes strukturering af forskellige virtuelle rum for kommunikation og handlen*



Den ekspanderende geografi, som medierne bidrager til, er kendetegnet ved en anden grad af sammenhængskraft eller kobling sammenlignet med det nationale mediesystem, man tidligere har kendt. Anknytninger mellem det lokale, nationale, individuelle/gruppeorienterede og det globale er langt mere ustabile og ligner, hvad man i moderne governance-teori kender som *løse koblinger*. Styring af politiske beslutningsprocesser foregår i højmoderne, komplekse samfund ikke nødvendigvis gennem lineære, rationelle beslutningsgange, hvor indledende problemdefinition følges af embedsmandsudredning

og efterfølgende beslutning. Den bureaukratiske organisation med tydelige hierarkier og beslutningsveje er i hvert fald delvist blevet erstattet af en netværksstyring, der har en mere fragmenteret karakter (Bogason, 2001). På tilsvarende måde kan sammenhængene mellem de forskellige sociale rum være mere eller mindre løst koblet til hinanden. I det gamle, nationale mediesystem var der sædvanligvis en ganske fast kobling mellem medierne og de politiske og øvrige kulturelle kredsløb. Hvad der blev omtalt i den trykte presse, radio og tv havde som oftest ganske direkte konsekvenser i det politiske system, i kulturlivet eller religionen – og vice versa. I et globaliseret mediesystem er der ikke den samme koblingsmekanisme mellem den mediemæssige repræsentation og social handlen. Hvad der foregår i internettets chatroom eller weblogs, på transnationale satellitkanaler eller i den lokale minoritetsradio, får ofte ingen eller kun marginal indflydelse på politiske beslutninger i det nationale rum, og omvendt kan vigtige beslutninger på nationalt niveau modsiges og omgås uden større problemer på udenlandske websites, radiokanaler eller tv-stationer. Samspillet mellem medialisering og globalisering indebærer en mere kompleks social og kulturel geografi, hvor det individuelle, lokale, nationale og globale potentielt kan forbindes på nye måder.

Modernitet og medialisering

Medialiseringen skal forstås i forhold til den overordnede modernisering af samfund og kultur, og som sådan er det et vigtigt begreb i en moderne sociologi. Sociologien som videnskab blev grundlagt gennem studiet af det moderne samfunds gennembrud, men dens pionérer var ikke i synderligt omfang optaget af mediernes betydning. Det var i langt højere grad fænomener som industrialisering, urbanisering, sekularisering og individualisering, som optog sociologier som Max Weber, Karl Marx, Émile Durkheim, Georg Simmel m.fl. Heller ikke senere sociologer har interesseret sig voldsomt for mediernes betydning; eksempelvis kom Pierre Bourdieu først til sidst i sit forfatterskab ind på mediernes betydning, men leverede her en ganske overfladisk kritik af især tv-journalistik, der ikke stod mål med hans øvrige forfatterskabs tyngde (Bourdieu, 1999). Set i et historisk lys, er det måske ikke så overraskende, at den klassiske sociologi ikke opholdt sig nærmere ved mediernes betydning. Frem til begyndelsen af det 20. århundrede var medierne ikke synlige som ”medier”, men var snarere specifikke teknologier og adskilte kulturelle fænomener som f.eks. bøger, avis og telegraf, der hver for sig tjente formål inden for forskellige institutioner som litteratur, videnskab, politik, handel osv.

Det er først med massemediernes ekspansion i det 20. århundrede, at man for alvor får øje på de enkelte medier som netop medier, dvs. kommunikationsformer, der besidder afgørende fællestræk og er i besiddelse af et moment i sig. Den amerikanske sociologi begyndte at tage form i 1930'erne, og her spillede studiet af massemedier som film, radio og aviser en vigtig rolle i en kortere periode. Centrale skikkelser som Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson og Robert Merton bragte et sociologisk syn ind i studiet af medierne, men forlod siden medierne til fordel for andre sociologiske emner. I stedet opstod der både i USA og andre steder en videnskabelig specialisering, hvor kommunikations- og medievidenskaberne udviklede studiet af mediernes rolle i kultur og samfund, undertiden med den konsekvens at studiet af medierne blev afkoblet et bredere sociologisk perspektiv. Det er således karakteristisk, at den del af medieteorien, medium-theory, der mest eksplicit har lagt op til et studie af mediernes samfundsmæssige betydning, aldrig har slået an i den almene sociologi, ligesom medium theory tilsvarende har været ganske resistent over for almene sociologiske begreber. Dette skal naturligvis

ikke forstås sådan, at medievidenskaben har været helt afkoblet sociologien eller andre grundvidenskaber. Tværtimod har sådanne ofte været anvendt som hjælpediscipliner til at udforske specifikke fænomener; eksempelvis har politisk teori været anvendt i studiet af mediernes betydning for meningsdannelsen, og antropologisk teori har været brugt til at belyse brug af medier. Men når det gælder de mere grundlæggende sociologiske spørgsmål omkring moderniseringsprocesserne, har medievidenskaben og sociologien levet en relativt adskilt tilværelse.

De senere år har vist tegn på en fornyet tilnærmelse mellem sociologi og medievidenskab. Manuel Castells (2001) diskussion af internettet og netværkssamfundet er et forsøg på at integrere et medieperspektiv i sociologisk teori, og fra medievidenskabens side har eksempelvis studiet af forholdet mellem medier og globalisering bragt kulturanalyse og sociologi tættere på medievidenskaben (Silverstone, 2006). Medialiseringsteorien er et forsøg på at bringe denne tilnærmelse videre. Medialiseringen er på en og samme tid en samfundsmæssig udvikling, der nødvendiggør en sådan større dialog mellem medievidenskab og sociologi, og et begreb der integrerer et sociologisk og et medievidenskabeligt perspektiv i forsøget på at begribe denne udvikling. Medialiseringen er at betragte som en moderniseringsproces på linje med urbanisering og individualisering, hvor medierne tilsvarende bidrager til en udlejring af sociale relationer fra eksisterende kontekster og udvirker en genindlejring i nye sociale sammenhænge. Medialiseringen er således en distinkt højmoderne proces, der med John B. Thompsons formulering er ”delvist konstituerende for moderne samfund, og de er delvist konstituerende for, hvori det ’moderne’ ved de samfund, vi lever i, består” (Thompson, 1990: 15). Da den klassiske sociologi blev udformet, var medierne hverken blevet udspaltet fra andre institutioner i tilstrækkeligt omfang eller fået et omfang, som tilfældet er i dag. For en nutidig sociologi om det højmoderne samfund er en teori om mediernes betydning for kultur og samfund ikke længere en interessant mulighed, men en indlysende nødvendighed.

Litteratur

- Alexander, Jeffrey C. (1981) ‘The Mass News Media in Systemic, Historical, and Comparative Perspective’, in Katz, Elihu & Szecskö, Tamás (eds.) *Mass Media and Social Change*, Sage Studies in International Sociology no. 22. London: Sage.
- Altheide, David L. & Robert P. Snow (1979) *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Altheide, David L. & Robert P. Snow (1988) ‘Toward a Theory of Mediation’, in James A. Anderson (red.) *Communication Yearbook 11*: 194-223.
- Amnå, Erik & Peter Berglez (red.) (1999) *Politikkens medialisering*. Demokratiutredningens forskarvolum III, SOU 1999: 126. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- Anderson, Benedict (1991) *Imagined Communities*. London: Verso.
- Asp, Kent (1986) *Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademitratur.
- Asp, Kent (1990) ‘Medialisering, mediologi, mediekrafi’, *Nordicom Information* nr. 4, Göteborg: Nordicom.
- Auslander, Philip (1999) *Liveness. Performance in a Mediatized Culture*. London: Routledge.
- Austin, John L. (1962) *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon.
- Baudrillard, Jean (1994) *Simulacra and Simulations*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Baudrillard, Jean (1995) *The Gulf War Did Not Take Place*. Bloomington: Indiana University Press.
- Bergmann, Jörg R. (1993) *Discreet Indiscretions. The Social Organisation of Gossip*. New York: Aldine de Gruyter.
- Billig, Michael (2005) *Laughter and Ridicule*. London: Sage.
- Bogason, Peter (2001) *Fragmenteret forvaltning: demokrati og netværksstyring i decentraliseret lokalstyre*. Århus: Forlaget Systime.
- Bomholt, Julius (1964) *Stil Ind. DR Årbogen 1963-1964*. København: DR.
- Bourdieu, Pierre (1993) *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1999) *On Television and Journalism*. London: Pluto Press.

- Bourdieu, Pierre (2005) 'The Political Field, The Social Science Field, and Journalistic Field', in Rodney Benson & Erik Neveu (eds.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.
- Brown, Sheila (2003) *Crime and Law in Media Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Castells, Manuel (2001) *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Cottle, Simon (2006) *Mediatized Conflict*. Maidenhead: Open University Press.
- Couldry, Nick (2003a) 'Media Meta-capital: Extending the Range of Bourdieu's Field Theory', *Theory and Society* (32): 653-677.
- Couldry, Nick (2003b) *Media Rituals: A Critical Approach*. London: Routledge.
- Galal, Ehab (2002) 'Al-Jazeera – borgerlig offentlighed i den arabiske medieverden', pp. 101-115 in Lars Qvortrup (red.) *Mediernes 11. september*. København: Gyldendal.
- Gibson, James. J. (1979) *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- Giddens, Anthony (1984) *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity.
- Goffman, Erving (1992) *Vore rollespil i hverdagen*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Habermas, Jürgen (1971) *Borgerlig offentlighed*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Habermas, Jürgen (1994) 'Forord til nyudgivelsen af 'Strukturwandel der Öffentlichkeit'', *MedieKultur* nr. 22: 53-65.
- Hernes, Gudmund (1978) 'Det mediavridde samfund', in Gudmund Hernes (red.) *Forhandlingsekonomi og blandingsadministrasjon*. Bergen: Universitetsforlaget.
- Hjarvard, Stig (2002a) 'Simulated Conversations. The Simulation of Interpersonal Communication in Electronic Media', in Anne Jerslev (red.) *Realism and 'Reality' in Film and Media*, Northern Lights 2002, pp. 227-252. Copenhagen: Museum Tusulanum Press
- Hjarvard, Stig (2002b) 'Seernes reality', *MedieKultur* nr. 34, april 2002, pp. 92-109.
- Hjarvard, Stig (2004) 'From Bricks to Bytes. The Mediatization of a Global Toy Industry', pp. 43-63 in Ib Bondebjerg & Peter Golding (eds.) *European Culture and the Media*. Bristol: Intellect.
- Hjarvard, Stig (2005) 'Medialiseringen af religiøse forestillinger', pp. 167-186 in Morten Thomsen Højsgaard & Hans Raun Iversen (red.) *Gudstro i Danmark*. Frederiksberg: Anis.
- Hjarvard, Stig (2007) 'Sprogets medialisering', *Språk i Norden 2007*. Oslo: Netverket for språknemndene i Norden: 29-45.
- Jameson, Fredric (1991) *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. London: Verso.
- Jansson, André (2002) 'The Mediatization of Consumption. Towards an Analytical Framework of Image Culture', *Journal of Consumer Culture*, Vol. 2(1): 5-31.
- Jensen, Anders Todal & Toril Aalberg (2007) (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Krotz, Friedrich (2007) *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*, Wiesbaden: VS Verlag für Socialwissenschaften.
- Mazzoleni, Gianpietro & Winfried Schultz (1999) 'Mediatization' of Politics: A Challenge for Democracy?', *Political Communication* no. 16: 247-261.
- McLuhan, Marshall (1964) *Understanding Media. The Extensions of Man*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Meyrowitz, Joshua (1986) *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
- Middleton, Richard (1990) *Studying Popular Music*. Milton Keynes: Open University Press.
- Nørgaard Kristensen, Nete (2000) 'Journalistik som profession. Om journalistens rolleplacering i et professions sociologisk perspektiv', in *Sekvens 2000, Årbog for Film- & Medievidenskab*, Københavns Universitet.
- Norman, Donald (1990) *The Design of Everyday Things*. New York: Doubleday.
- Ong, Walter J. (1982) *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. London: Methuen.
- Petersson, Olof (1994) 'Journalistene som klass, journalismen som ideologi', in Terje Steen Edvardsen (red.) *Media og samfunnsstyring*. Bergen: Fakhbokforlaget.
- Robins, Kevin (2003) 'Beyond Imagined Community? Transnational Media and Turkish Migrants in Europe', in Stig Hjarvard (red.) *Media in a Globalized Society*. København: Museum Tusulanum Press: 187-205.
- Rothenbuhler, Eric (1998) *Ritual Communication. From Everyday Conversation to Mediated Ceremony*. London: Sage.
- Scannell, Paddy (1988) 'Radio Times: The Temporal Arrangements of Broadcasting in the Modern World', in Philip Drummond and Richard Paterson (eds.) *Television and its Audience*. London: BFI.
- Schultz, Ida (2006) *Bagom nyhederne – værdier, idealer og praksis*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Schulz, Winfried (2004) 'Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept', *European Journal of Communication*, vol. 19(1): 87-101.

- Searle, John Rogers (1969) *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Silverstone, Roger (2006) *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity.
- Thompson, John B. (1990) *Ideology and Modern Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, John B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Tuchman, Gaye (1972) 'Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of newsmen's Notion of Objectivity', *American Journal of Sociology* (77)4.
- Väliverronen, Esa (2001) 'From Mediation to Mediatization: The New Politics of Communicating Science and Biotechnology', pp. 157-177 in Ullamaija Kivikuru & Tarja Savolainen (eds.) *The Politics of Public Issues*. Helsinki: Department of Communication, University of Helsinki.
- Weingart, Peter (1998) 'Science and the Media', *Research Policy* 27(8): 869-879.

STIG HJARVARD, Ph.D., Professor, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet, stig@hum.ku.dk

