

# Recensioner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

---

## Tre Nordiske bøker om intervju

**John Chr. Jørgensen:**

**Kommer De som ven eller som interviewer?**

**Intervjuets historie i Danmark**

*København, Gyldendal, 2010, 437 sider, ill., ISBN 987-87-02-08215-9*

**Jonita Siivonen:**

**Personporträtt som tidningsgenre. En närläsningstudie med fokus på innehållsliga teman, berättarkonventioner och kön**

*Helsingfors, SSKH Skrifter 25, 2007, 486 sider, ISSN 1235-0966; ISBN 978-952-10-3149-6*

**Mats Ekström, Åsa Kroon & Mats Nylund (eds.):**

**News from the Interview Society**

*Göteborg, Nordicom, 2006, 267 sider, ISBN 91-89471-37-7*

---

*Kommer De som ven eller som interviewer?* har den danske forfatteren, universitetslæreren og kulturredaktøren John Chr. Jørgensen kalt sin siste bok, om intervjuets historie i Danmark. Tittelen er et Karen Blixen-sitat fra et intervju som journalisten Margrethe Spies hadde med henne i *Tidens Kvinder* fra 1941, og viser intervjuets særtrekk som samtalejanger: Det er et avtalt spill mellom intervjuer og intervjuobjekt – det Jørgensen kaller ”kommunikativt rollespill” (s. 20) – der begge har sine motiver for intervjuet som ikke nødvendigvis er lik hverandre. Journalisten vil ha en god tekst som vekker interesse og kanskje oppsikt, mens intervjuobjektet ønsker å framtre for offentligheten på en mest mulig fordelaktig måte. Kanskje ønsker ikke vedkommende å bli intervjuet i det hele tatt, men er nødt til å svare på beskyldninger eller informere om noe. Ofte kan motivet være politisk taktikk, eller det kan være markedsføring; intervjuobjektet er aktuelt med en utgivelse eller opptreden, og vil av kommersielle grunner være interessert i publisitet. Intervjuer og intervjuobjekt kan ha gjensidig nytte av hverandre. Det vil i særlig grad gjelde portrettintervju, som Jørgensen viser mest oppmerksomhet.

Jørgensens empiri er i hovedsak avgrensa til det skriftlige forfatterintervjuet. Derfor gjør han oppmerksom på at han ikke har ”udtømt emnet” (s. 17). Men en innledningsdel om intervjuets teori og tidlige historie har et bredt perspektiv. Jørgensen refererer både definisjoner av journalistisk intervju og framstillinger av intervjuets historie. I utgangspunktet defineres intervju som ”en nyhedsartikel, som i redigeret form gjengiver en samtale mellom en journalist og en kilde” (s. 19), og ”for at en samtale skal blive til et intervju, må der (...) være tale om en journalist, der spørger med henblik på at skaffe sig nyheder til sit blad” (s. 46). Jørgensen skriver også (s. 88) at det journalistiske intervju krever en presis identifikasjon av kilden.

Jeg oppfatter intervjuet primært som en arbeidsmetode og ikke som en sjanger. Jørgensen ser ingen motsetning her, og mener intervjuet er begge deler. Når intervjuet – som arbeidsform – er skrevet i indirekte tale, inngår intervjuet som delelement i en annen tekst, for eksempel reportasje. Det er jeg enig med Jørgensen i.

Det er imidlertid ikke intervjuet som arbeidsform Jørgensen er opptatt av. Han behandler først

og fremst intervjuet som sjanger, og fokuserer mest på intervjuet som presentasjonsform. Dermed finner han i et av bokas siste kapitler plass for noe han kaller ”det konstruerte intervju”, som foregir å være resultatet av en samtale, men som bygger på annet materiale: brev, gamle uttalelser og artikler eller gjetning ut fra kjennskap til personen som foregis å være intervjuet. Slik forteller han hvordan Ole Cavling en gang fant opp både intervjuobjekt og -situasjon for å gjøre en artikkel om utenrikspolitikk mer leservennlig. Beslekta er ”det imaginære intervju”, som er ”åbenlyst opspind” (s. 293). I denne formen fingerer man intervjuer med avdøde personer. Slik kan en lage hørespill for radio, men jeg mener det blir feil å kalle denne teksttypen intervju. Da ser man bare på intervjuets formtrekk, og ser helt bort ifra at intervjuet – iallfall også – er en arbeidsform. En tredje uegentlig intervjuetype Jørgensen nevner, er ”det opdigtede intervju”, som brukes i satire – som i programmet ”Hallo i uken” på norsk radio, der politikere blir parodierte. Når slike ironiske tekster opptrer i avisene, vil jeg kalle dem kåserier. ”Det forbyttede intervju” kan være reelt nok, og betegner en journalistisk tabbe. Jørgensen forteller at Henrik Cavling en gang intervjuet den brasilianske generalkonsulen, men brukte navnet på den avdøde forgjengeren, da han ikke hadde fått med seg at Brasil hadde fått ny generalkonsul. ”Ikke-intervjuet” bruker Jørgensen som betegnelse på en tekst som handler om at et intervju ikke kom i stand. Men sjangeren er vel da mer referat eller essay enn intervju? I ”selvintervjuet” formulerer intervjuobjektet sjøl både spørsmål og svar. For eksempel skal Theodor Roosevelt ha gitt til pressa tekster der han sjøl både stilte spørsmål og ga svar. Det forekommer også i Norden at presse- og informasjonskontorer sender ut pressemeldinger i en slik form. Intervju i journalistisk forstand er det da etter mi mening ikke.

Intervjuets forformer er heller ikke intervju. Verken dialoger (for eksempel Platons), eksaminasjoner (blant anna rettsforhør), møtoreferat med replikkvekslinger eller reisebeskrivelser med samtalegjengivelser er intervjuer, for de mangler den journalistiske intensjonen bak spørsmåla. Det som er blitt utropt til verdens første journalistiske intervju, James Gordon Bennetts intervju i *The New York Herald* i 1936 med en horemamma, likner i forma et rettsforhør. Men det er en journalistisk intensjon til stede som gjør at det kvalifiserer som intervju. I amerikanske aviser blir intervjuet ikke vanlig før i 1860-åra, da også ledende politikere ble intervjuet.

Henrik Cavling har fått æren for å ha innført intervjuet i Danmark, i 1905. Jørgensen påviser at inter-

vjuet som form og begrep ble introdusert i Danmark i 1871-1872, og at inspirasjonen kom fra USA, England og særlig Frankrike. I 1880-åra kom portrettintervjuer, reportasjeintervjuer og kritiske intervjuer, og i 1890-åra var intervjuet fullstendig innarbeidd. Det Henrik Cavling gjorde i *Politiken*, var å sette ”en allerede kendt genre (...) i redaksjonelt system” (s. 32).

Intervjuet endra journalistikken ved at avsenderen ble flerstemmig. Mens journalistikken før intervjuet var argumenterende essayer og nyhetsmeldinger med journalistens stemme, opptrådte flere stemmer og flere personer i intervjuet. Talegjengivelse skapte en mer muntlig og ledig avisstil, som leserne satte pris på. Dette endra også offentligheten i den forstand at myndighetspersoner ble tilgjengelige for publikum. Journalistikken ble mer variert og spennende, men den ble også mer nærgående. Som Jørgensen skriver, var resepsjonen av intervjuet – særlig i begynnelsen – ”præget af ambivalens, en art modvillig fascinatio”. Denne ambivalensen kan spores i det innledende sitatet fra Karen Blixen.

Jørgensen gjennomgår i et lengre kapittel den tidlige intervjuhistorien fra forformene til tidlig på 1900-tallet, og konstaterer at nyhetsintervjuet utvikler seg i retning av objektivitet, nøytralitet og profesjonalitet. Anekdotisk underholdende forteller han om de tidlige journalistene og gir eksempler fra deres intervjuer. Mange skrev under pseudonym, og mange skifta mellom flere pseudonymer. Et detektivarbeid ligger til grunn når Jørgensen kopler pseudonymene med navn bakerst i boka.

Jørgensen gjennomgår historien i form av punktnedslag. Etter hvert samler han seg om intervjuer enten med eller av forfattere, og forfølger tradisjonen fra det franske forfatterintervjuet, som ser ut til å ha vært viktig i den tidlige fasen av danske presseintervjuer. Dette innebærer ei innsnevring av feltet, men til gjengjeld fokuserer Jørgensen slik et felt han som litteraturanmelder kjenner svært godt. Han formidler interessen gjennom skriveglede, og har særlige forutsetninger for å analysere de ulike portrettintervjuernes formløsninger fram til i dag, som han også har et stort kapittel om. Portrettintervjuet har holdt stand som en subjektiv sjanger. Enkelte av de store portrettjournalistene ser ut til å ha vært mest opptatt av understreke sin egen skrivekunst.

To kapitler handler om forfatterenkeiter, verksted-samtaler og samtalebøker. I ei bok som skal handle om intervjuets plass i Danmark, får nok disse variantene litt stor plass på bekostning av sakintervjuet og nyhetsintervjuet i journalistikken. Riktig nok finner Jørgensen plass til et lite kapittel som han kaller ”Sideblik til medieintervjuet”, men i bokas undertittel kunne ”interview” godt ha vært bytta ut med

enten ”portrettintervju” eller ”forfatterintervju”. På den bakgrunnen har Jørgensen utført et empirisk nybrottsarbeid med grundige kildestudier, og han forankrer sin beskrivelse i sentral faglitteratur om intervjuet. Et oversiktlig noteapparat, sakregister, avisregister og personregister gjør det lett å orientere seg. Dessuten skriver Jørgensen godt.

En av de teoretiske kildene Jørgensen viser til, er finlandssvenske Jonita Siivonen. Hun har tatt doktorgrad på avhandlinga *Personportrettet som tidningsgenre*, som ble gitt ut i 2007. Mens Jørgensen holdt fram de enkelte intervjuerne, har Siivonen nærlest godt over hundre portrettartikler for å kartlegge sjangertypiske markører, med henblikk på ”inneholdslige teman, berättarkonventioner och kön”, som det heter i undertittelen. Siivonen oppfatter ikke intervjuet som en sjølstendig journalistisk sjanger: ”Intervjun är en del av andra genrer eller ett led i den journalistiska arbetsprocessen inför textprodukter så som nyheten eller reportaget. Den är en beståndsdel i porträttet, eller rättare sagt en beståndsdel i arbetsprocessen inför ett porträtt” (s. 79). Derfor handler ikke studien om portrettintervjuet, men om personportrettet.

I et personportrett skal imidlertid den portrettede være intervjuet. I analysekorpuset har Siivonen inkludert tekster som har bare én hovedperson, hovedpersonen skal være sitert minst én gang med ”pratminut”, hovedpersonen skal være avbildet, og noe om hovedpersonens biografi skal være med i teksten. Det er særlig det siste punktet Siivonens undersøker i avhandlinga: Hva får vi vite om hovedpersonen? Ligger det innebygd i sjangerforventningene at visse temaer skal være belyst på bestemte måter? Med andre ord: Finnes en skrivemal for sjangeren, og hva er i tilfelle den? Særlig er Siivonen opptatt av forskjeller mellom portretter der hovedpersonen er kvinne, og portretter der hovedpersonen er mann.

Siivonen skiller det egentlige portrettet fra hybridportrettet, der andre sjangrer – som nyhet – også trekkes inn, og marginalportrettet, der den portrettede ikke er intervjuet – som i nekrologer. Siivonen kombinerer kvantitativ innholdsanalyse og kritisk diskursanalyse, og finner at faste temaer i det egentlige portrettet er utseende, personlighet, etnisitet, intervjusted, materielle omgivelser og symboler, hovedpersonens familie, yrkeskarriere og hobbyer. Viktige hendelser i livet blir fortalt og kommentert. Motsetningsfylte forhold belyses. Endelig framstår portrettet som hyllende; det er altså hva vi i retorikken kaller en epideiktisk sjanger.

Portrettet er flerstemmig. Ytringer fra både hovedperson og bipersoner kan være gjengitt i teksten, i tillegg til at intervjueren stiller spørsmål og er en samtalepartner. Intervjueren er også den som lytter,

den som beskriver, og den som redigerer teksten. Portrettet veksler mellom nåtid, fortid og framtid, og dveler ved vendepunkter.

I Siivonens korpus er 41 prosent kvinner og 59 prosent menn portrettert. Kvinneinnslaget er større enn i rene nyhetstekster. Siivonen mener kvinner med yrkeskarriere markerer noe eksepsjonelt, som skaper medieinteresse. Dessuten kan den tradisjonelle motsetningen mellom yrkeskarriere og morsrolle åpne for et fargerikt portrett. Analysen viser at omtale av det å ha barn inngår i malen for portrett av kvinner – også når den portrettede ikke har barn – mens barn for menn beriker deres fritid. Kvinner demper sine ambisjoner i omtale av yrkeskarriere, mens ambisjonen tas for gitt når menn portretteres.

Det nye og verdifulle med Siivonens studie er at den på bakgrunn av solid empiri dokumenterer hvordan sjangrer følger både tematiske og fortellertekniske maler, og at den påviser de normerende malene som følger portrettsjangeren. Studien har en del gjentakelser, men den følger en klar rød tråd, og bidrar flerfaglig til både journalistikkforskning, lingvistisk tekstvitenskap og genusforskning, med funksjonell bruk av relevant teori. Avhandlinga er klart og presist skrevet.

Den tredje boka jeg vil omtale, er et fellesnordisk prosjekt, med tyngdepunkt i Sverige, og handler mer spesifikt om intervjuet som arbeidsform enn de to andre. *News from the Interview Society*, redigert av Mats Ekström, Åsa Kroon og Mats Nylund, er da også ei artikkelsamling – gitt ut på Nordicom i 2006 – og belyser derfor flere aspekter ved intervjuet.

I *News from the Interview Society* behandles intervjuet først og fremst som arbeidsform i nyhetsjournalistikk, der spør av intervjuet har ulike tekstlige uttrykk. Mange av artikkelforfatterne undersøker hvilke betydninger som konstrueres, og hvilke relasjoner mellom kommunikasjonsdeltakerne som etableres på hva slags måte når utsagn fra en kildeperson gjengis i journalistisk tekst, og hvordan endringer i disse relasjonene beskrevet historisk belyser endringer i status i forholdet mellom kilde, journalist og publikum. Kort fortalt har journalistens status økt. Før kunne en ledende politiker nekte å besvare spørsmål fra journalister. Det er ikke mulig i dag. På den andre sida opptrer i stigende grad også personer uten status som intervjuobjekter i mediene – for eksempel i innringingsprogram på radio. Dermed opptrer journalisten også inkluderende, samtidig som intervjuformen i seg sjøl innebærer partenes aksept av at det er journalisten som styrer samtalen.

*News from the Interview Society* er faglig konsentrert om relasjonen mellom politiker og journa-

list, idet ni av de tolv artiklene i boka utforsker case med politikere som kilde. Av de 11 forfatterne er tre ved universitetet i Örebro (Mats Ekström, Göran Eriksson og Ulla Moberg) og tre ved universitetet i Linköping (Konstantin Economou, Åsa Kroon og Christian Svensson Limsjö). To er fra USA (Steven E. Clayman og John Heritage), en fra Finland (Mats Nylund), en fra Danmark (Mie Femø Nielsen) og en fra Norge (Martin Eide).

I en innledningsartikkel tar de tre redaktørene utgangspunkt i at intervjuet i løpet av 1900-tallet kom til å prege journalistikken i den grad at journalistikk og intervju i dag nærmest er synonyme begreper. Å gjengi ytringer fra andre er et virkemiddel journalisten bruker for å presentere teksten mest mulig objektivt og nøytralt. Den profesjonelle journalistrollen innebærer da også å tilstrebe et mest mulig nøytralt ståsted i spørsmålstillinga – for å få mest mulig åpne og ærlige svar fra kilden. Samtidig blir teksten mer spennende for publikum når de hører eller leser flere stemmer enn journalistens.

Intervjuets popularitet viser seg i at det brukes utstrakt også på andre områder enn journalistikkens, som i forskningens – og meningsmålingsbransjens – surveyundersøkelser og kvalitative dybdeintervjuer. Intervjuet preger offentlig kommunikasjon stadig mer, og bidrar til intimisering av offentligheten ved at det i økende grad også blandes med hverdagsstale, som i radioens innringingsprogram.

*News from the Interview Society* er delt i fire bolker. Den første tematiserer nyhets- og særlig politikerintervjuets historiske utvikling på 1900-tallet. Arenaene som undersøkes, er svensk og norsk dagspresse og pressekonferanser med amerikanske presidenter. Fellesnevneren er at journalisten over tid markerer seg med stadig større autoritet.

Den andre bolken består av to artikler, og handler om intervjuet som institusjonell praksis og interaksjon. Her er næranalyser av hvordan TV-intervjuet også er en arena for maktspill mellom journalist og kilde – først av ulike case i dansk TV, deretter av kombinasjonen mellom intervju og skjult kamera i svensk valgkamp.

Bolk tre handler om rekontekstualisering av intervjuet. Hva skjer når elementer fra intervjuet omformuleres og/eller trekkes ut fra sin sammenheng og brukes i forsidehenvisninger og som layoutpynt på sida? Slik rekontekstualisering blir beskrevet som kraftige virkemidler til framing av det journalistiske innholdet. To av artiklene handler om avis, to om redigering og klipping av råmaterialet før uttalelser blir nyhetsinnslag på TV. Når konteksten endres, påvirkes meningsinnholdet.

Den siste bolken handler om interdiskursivitet – nærmere bestemt om programformater i radio og på TV der intervjuet har preg av hverdagskonversasjon. Journalisten har rollen som styrende, men den påvirkes av at stilen også har elementer av hverdagsstale fordi temaene er hverdagslige og kildene ikke er erfarte intervjuobjekter.

Konstruksjonisme er et felles epistemologisk ståsted for bidragsyterne, som gir artikkelsamlinga et helhetlig preg, og emnekonsentrasjonen som består i at så mange av intervjuene handler om forholdet mellom politiker og journalist, innebærer en faglig fordjupning. De enkelte artiklene i *News from the Interview* supplerer mer enn overlapper hverandre.

*Thore Roksvold  
Avdeling JBI  
Høgskolen i Oslo*

**Jacob Linaa Jensen & Anne Marit Waade:  
Medier og Turisme**

Århus: *Academica*, 2009, 207 sider, paperback, ISBN 9788

776755225

Bogen *Medier og Turisme* er et friskt interdisciplinært bidrag af Jacob Linaa Jensen og Anne Marit Waade, begge tilknyttede Institut for Informations- og Medievidenskab på Århus Universitet. Forfatterne har sat sig målet at ”undersøge hvor turismen som social praksis bevæger sig hen i det 21. århundredes medierede samfund” og det er et særdeles aktuelt udgangspunkt i dag hvor vores liv i stigende grad bliver påvirket af både gamle og nye medier. Bogen belyser kompleksiteten i spillet mellem medier og turisme, og illustrerer gensidigheden ved ikke alene at diskutere mediernes betydning for turistadfærd, men også turistificeringen af populærkulturen. Således har bogen en vigtig pointe – som den danske turismeforsker Anders Sørensen længe har efterlyst – den påpeger nemlig rejselivets signifikans som et samfundsfænomen der forandrer hverdagens handlingsmønstre. Turisme er ikke blot en industri, der tilbyder liminoide og hedonistiske ”highlights” i form af charterrejser, skiferier og korte weekendtrips, men også en kulturel skabelon, der strukturerer måden vi betragter verden på.

De indledende tre kapitler, skrevet af begge forfattere, præsenterer værkets tværfaglige spillerum, der fungerer som en vejviser til et stærkt voksende, men fortsat umoden felt indenfor kultur- og medieforskning. Vi får udstukket krydsfeltet mellem kulturens medialisering (Stig Hjarvard 2008), mediegeografi og det spatiale vending i kommunikationsstudier (Couldry & McCarthy 2004; Jesper Falkheimer og André Jansson 2006) samt turisme og mobilitet som en medialisert praksis (John Urry 1990/2002) i en letlæst, men ikke forenkende stil. En af de store fortjenester ved disse kapitler er et terminologisk ’hovedrengøring’, der kontrasterer de parallelt eksisterende begreber som beskriver hvordan sociale interaktioner påvirkes når medierne udviser grænsfeltet mellem fysiske og imaginære steder. For at forstå integrationen mellem medier og turisme i dybden, foreslår forfatterne et nyt begreb, *hypermedialisering*, en sammensat kommunikations- og betydningsdannelse der også involverer et handlingselement (s. 31). Forfatternes tese er at mediebruget forandrer og forstærker (augmenterer) turistoplevelsen. Denne intensivering kan manifestere sig i ritualiserede performances, som henter inspiration i mediebestemte skemaer (dvs. mediematricer). For at udfolde forholdet mellem fysisk og medieret turisme skelnes mellem *mediering* (repræsentation af turis-

mesteder i medier), *medialisering* (kulturalisering, dvs. cirkulation af medierede billeder og mediematricer i turismekommunikation) og *hypermedialisering* (sammenfletningen af medieskabte forestillinger og egne oplevelser i turistens handlingsmønstre). Disse former for turismekommunikation præsenterer som adskilte processer i en model (s. 45), der binder fysisk, medieret og imaginær turisme sammen. Modellen er dog problematisk, fordi den forsøger at konceptualisere overlappende processer og fænomener som adskilte og samtidigt presser to forskellige analytiske niveauer (individets mikroperspektiv og handlinger vs. den strukturelle og samfundsmæssige plan) i en og samme ramme. Dette skisma forfølger hele bogen således at den efterfølgende spaltes i to, ikke helt forenelige dele.

Den storslåede introduktion følges af analytiske kapitler, med velvalgte empiriske illustrationer af hvordan forskellige former for medialisering strukturerer vores sprog og måder at tale om turistoplevelser. Inspireret af Roman Jakobsons kommunikationsmodel, stiller Anne Marit Waade skarpt på nye, eklektiske genreblandinger indenfor og udover oplevelsesorienteret markeds kommunikation, såsom advertorials og reklamefilm med turisme som udgangspunkt. Kapitlerne fungerer som velgennemførte, strukturerede genrestudier (der er særdeles velegnede som et metodisk opslagsværk i undervisningssøjemed), men samtidigt taler imod påstanden om at det ”analytiske fokus ligger på turisten” fra s. 50. Da udgangspunktet er medieanalyse, får læseren ingen illustration af hvordan individets konsumtion påvirkes af den måde, skomærket Camper fletter sin fortælling ind i en turistisk kontekst af Mallorca; eller hvordan rejseprogrammernes iscenesættelse af fremmede kulturer og nationale identiteter fastholder og styrer bestemte turistblikke. Det samme gælder Jakob Linaa Jensens udmærkede analyse af filmen *The Beach*, som en selvreferentiel, medialisert kommentar til turisme og globalisering generelt. Hvad kunne illustrere hypermedialiseringen bedre end at undersøge hvordan netop denne film har påvirket rygsæksturnisterne adfærd eller blev kilden til nye turistritualer i Sydøstasien? Kapitel 9 er i denne sammenhæng en undtagelse, da det ikke alene skildrer hvordan stederne forvandles til forbrugsarenaer i krimilitteratur (den mørke side af stedscenesættelse), men også den måde krimifortællinger bliver bærende elementer i destinationsmarkedsføring og udviklin-

gen af kommercielle turismeprodukter. Turistens oplevelse af Ystad bliver augmented (beriget) og ændret af Wallander-serierne, da disse fiktive produkter bliver referencepunkter i turistens selvscenesættelse og forhandlingen om autenticitet.

Herefter skifter perspektivet fra medieanalyse til strukturelle analyser af teknologiske aspekter af turismemedialiseringen, med to kapitler af Jakob Linde Jensen. Kapitel 10 beskriver et online-rejsefællesskabs (Virtual Tourist) interaktionsdynamikker og interne hækkeorden, mens kapitel 11 ser på det virtuelle sightseeing-fænomenets (Google Earth's) potentiale i at intensivere turistoplevelsen. På den ene side er disse kapitler en kærkommen belysning af sociale mediers og internettets affordances (aktivitetsmuligheder), på den anden side bliver analysen utydelig og overfladisk. Grundet det snævre fokus på selve de to webbaserede interfaces, får læseren snarere en hypotetisk end en empirisk funderet forståelse af augmenteringen af individets rejseoplevelse gennem brug af nye medier. Kapitlerne præges af en anekdotisk skriverstil som ikke munder ud i en egentlig teoretisk syntese og hvor litteraturhenvisningerne spiller alene stråmændsrolle.

*Medier og turisme* skal ses som det første vigtige danske bidrag til forståelsen af det komplekse samspil mellem kommunikation, rumslighed, globalisering og turismeadfærd. Bogen fungerer udmærket

som et pionerende udgangspunkt til det tværviden-skabeligt felt "medieret turisme", men den åbner op flere perspektiver og spørgsmål end den kan besvare. Mens det lykkes forfatterne at synliggøre det turist-specifikke perspektiv i en mediefaglig sammenhæng, bliver tesen om hypermedialisering ikke undersøgt direkte. Det er dog anmelderens overbevisning at der i fremtiden vil komme flere bidrag i kølvandet af Wade og Jensens værk, der retter op på denne brist.

*Szilvia Gyimothy*  
*Institut for Kultur og Globalisering*  
*Aalborg Universitet*

## Referencer

- Couldry, Nick & McCarthy, Anna (2004) *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. London: Routledge.
- Falkheimer, Jesper & Jansson, André (2006) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg: Nordicom.
- Hjarvard, Stig (2008) *En verden af medier*. København: Samfundslitteratur.
- Urry, John (2002) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage, 2nd edition.