

Recensioner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

Stig Hjarvard

The Mediatization of Culture and Society

London: Routledge, 2013, 173 s. ISBN 978-0-415-69237-3

Spridda observationer från en sydsvensk horisont under 2013:

”Du är död, nu har du bara två liv kvar!” Rop som hörs från en grupp lekande barn på en skolgård.

Sveriges utrikesminister avböjer journalistens förfrågningar om intervjuer men tvittrar sina egna, till synes oredigerade, kommentarer om händelser i världen.

På de flesta av SJ:s tåg är det möjligt att boka en sittplats i en ”tyst avdelning”, det vill säga en vagn där inga mobilsignaler eller mobilsamtal förekommer.

Lego, det stora danska leksaksföretaget tillverkar modeller av filmkaraktärer. Leksaksversionerna av figurerna från Stjärnornas krig blir en succé, vilket leder till att filmbolaget Lucas films gör nya filmer – denna gång i animerad form med de välkända karaktärerna gestaltade som just legofigurer. Det hela sänds på Cartoon Networks.

En skön söndagseftermiddag kan lätt störas av att måndagens arbetsplikter gör sig påmindra via mail till mobilen i fickan.

Bredbandslösa avkrokar av svensk landsbygd får lokalbefolkningen att känna sig exkluderade, medan det för vissa sommargäster är precis den nedkopplade fristad man söker.

Den goda fysiska formen, vilken bland annat kan mätas i joggingpassets kilometertider, är inte längre enbart en personlig hälsofråga utan något många människor delger alla sina vänner via sociala nätverkstjänster.

Alla de här observationerna är på något sätt kopplade till det västerländska mediesamhället. Fenomenen har dock ingen självklar plats i någon av medieforskningens traditionella färör, som till stor del fortfarande

de följer en struktur där typ av medium, genre, medieringsled (produktion, representation, konsumtion) och samhällssfär är avgörande för tillhörigheten. Det är i ett sådant sammanhang som medialiseringsbegreppet har plockats fram ur de medieteoretiska gömmorna eftersom det griper an medierelaterade frågor på ett annat, mer övergripande och kontextualiserande, sätt. Begreppet, med tillhörande forskningsfält, har (åter)etablerats snabbt, vilket konferenser, böcker, forskningscentra, nätverk och tidskrifter vittnar om. Bara det senaste året har det exempelvis publicerats monografier från tre betydande namn i denna återetableringsfas. Förutom föreliggande bok, *The Mediatization of Culture and Society*, av den danske medieforskaren Stig Hjarvard har även Andreas Hepp (2013) och Nick Couldry (2012) berikat fältet. Därutöver finns det aktuella (sommaren 2013) temanummer om ämnet i dels tidskriften *Communication Theory*, dels i den danska tidskriften *Mediekultur*. Parallellt med denna utgivning finns tecken på en fältspecifik institutionalisering, exempelvis genom initierandet av en arbetsgrupp inom den europeiska forskningsorganisationen ECREA, och Riksbankens Jubileumsfonds instiftande av områdesgruppen Vardagslivets och kulturens medialisering med syfte att ”kartlägga forskningsbehov och stimulera till vetenskaplig forskning och till informationsutbyte”.¹

Medialiseringsbegreppet rättfärdigas ofta av samtida medialiseringsforskare med att medieforskningen befinner sig i något som kan liknas vid en paradigmkris, låt vara i mindre skala, där de traditionella forskningsfrågorna med ursprung i en linjär mediekommunikationsmodell inte längre får fäste. Ett brokigt och icke-linjärt mediesamhälle där kommunikationsteknologernas närvaro har ökat markant i alla sfärer, kräver andra frågor och perspektiv för

att förstå betydelsen av mediernas och medieringarnas markant ökade närvaro i alla samhällssfärer. Det är här som medialiseringsbegreppet har sina förtjänster genom att det breddar fokus, kontextualiserar och öppnar upp för tvärvetenskapliga frågeställningar. Frågan är dock hur väl sammanhållen och konsistent denna nya forskningsagenda är. Finns det en fruktbar koppling – det vill säga en vetenskaplig närhet som gör att forskare har ömsesidigt utbyte av varandras arbete – mellan exempelvis strukturfunktionalistisk forskning om institutioners anpassning till journalistikens agenda och kulturteoretiskt orienterade studier om livsvärldens allt ökande symboliska komplexitet? Frågan aktualiseras av Stig Hjarvards bok, vars titel indikerar att det finns bryggor mellan dessa två yterligheter. Det blir tillfälle att återkomma till frågan i slutet av texten.

Stig Hjarvard har under en längre tid varit en av förespråkarna för medialiseringsbegreppets återkomst i medieforskningen. Genom sitt breda teoretiska och empiriska anslag, täckandes såväl politiska parlament och religion som leksaker, spelar han en viktig medlande roll i medialiseringsforskningens paradigmbyggnad; som någon som kan refereras till av både institutionsinriktade forskare inom journalistik och forskare med livsvärlden i fokus. I boken *The Mediatization of Culture and Society* ger Stig Hjarvard en teoretisk och empirisk sammanfattning av sina ansträngningar. De allra flesta av kapitlen har tidigare publicerats i olika sammanhang, men här bearbetats och anpassats till monografins format. Boken är traditionsenligt uppdelad i en inledande teoretisk del, följt av fyra mer eller mindre empiriskt orienterade kapitel, innan den avslutas med en kortare epilög. Skall man säga något om dispositionen är det att epilögen är väl kort (fyra sidor) med tanke på spännvidden av behandlade områden.

Bokens inledande kapitel är ett rättfärdigande av begreppet samt en etablering av medialiseringens epistemologiska och ontologiska förutsättningar. Här diskuterar Hjarvard den samtida omöjligheten att se medier som åtskilda från kultur och samhälle; hur medier å ena sidan är djupt integrerade i samtida institutioners praktiker, å andra sidan representerar en relativt självständig och autonom institution som andra institutioner måste förhålla, eller till och med anpassa sig till. Till skillnad från många andra medialiseringsforskare argumenterar Hjarvard för att medialisering inte bör betraktas som en metaprocess utan att det istället är ett begrepp som hör hemma i det teoretiska 'mellanregistret' (*a middle range theory*). Vidare hävdar han att begreppet har, och bör ha, viss elasticitet (*sensitizing concept*), vara icke-normativt och med tydlig förankring i det moderni-

serade samhället. Han kommer också med en viktig brasklapp; medieforskare får inte stirra sig blinda på teknologiernas potential till förändring, vidgade horisonter eller ta utveckling för given; de nya kommunikationsmedierna kan också bidra till stabilitet.

Kapitel två är ett långt kapitel med syfte att mejsla fram medialisering som ett teoretiskt begrepp av explicit mediesociologisk karaktär. Utifrån en definition av medialisering som "en process där kultur och samhälle i allt högre utsträckning blivit beroende av medier och deras *logik*" (s. 17, min översättning och kursivering) betonar Hjarvard att hans perspektiv i första hand är ämnat för att studera institutioner, vilket också blir tydligt i bokens senare, empiriskt orienterade, kapitel. Med sin definition försvarar han Altheide och Snows i sammanhanget relativt omtvistade mediologikbegrepp, vilket enligt Hjarvard ska förstås som en strukturering utifrån mediernas olika egenskaper. Han menar vidare att mediologikbegreppet inte alls är så reduktionistiskt eller linjärt som många kritiker menar (se Lundby, 2009; Couldry, 2012; Hepp 2013). En diskussion som Hjarvard dock inte tar upp är begreppets starka koppling till journalistikforskning, där jag tycker det finns skäl att fråga sig om mediologikbegreppet är lika relevant för medialiseringsforskning som inte fokuserar lika mycket på journalistik.

I övrigt handlar teorikapitlet om att positionera sig mot Baudrillards gränsupplösande medialiseringsbegrepp, fördjupa diskussionen om medier som semi-oberoende institutioner och därmed intagandet av en dubbel roll som både integrerade i och utomstående kraft i förhållande till institutioners praktiker. Därutöver gör Stig Hjarvard en distinktion mellan direkt (stark) och indirekt (svag) medialisering, men påpekar att de inte är ömsesidigt uteslutande och att de båda är av lika stor vikt. Vidare beskrivs medialiseringens konsekvenser på såväl mikro- som makroplan. På förstnämnda nivå tar han hjälp av Goffmans etnometodologi och betonar mediernas betydelse för att strukturera social interaktion (*affordances*). Medialiseringens betydelse på makroplanet beskrivs utifrån mediernas tredelade funktion: (1) som ramverk för gemensam förståelse, (2) mötesplats för institutioner respektive (3) offentlig sfär. Dessutom finns också ett stycke om mediernas betydelse för institutioners geografiska friställning, där Hjarvard argumenterar för en ny rumslig komplexitet med parallella processer av globalisering och lokalisering respektive homogenisering och heterogenisering, vilket illustreras med en fyrfältare.

Som synes av ovanstående korta resumé är det många teoretiska diskussioner som Hjarvard tar sig an i detta utmejslande och positionerande kapitel.

De fyra nästföljande kapitlen – tre empiriskt orienterade och ett teoriprovande – visar att Hjarvard inte skyr de stora frågorna. De behandlar i tur och ordning medialiseringen av politik (parlamentarisk sådan), religion (institutionaliserad sådan), lek (eller snarare leksaksproduktion) och en senmodern socialpsykologisk personlighetstyp. Kapitlen har närmast en meta-empirisk karaktär utan någon riktigt empirisk konkretisering. Det är i och för sig förståligt med tanke på omfånget av dessa sfärer och att det är hela forskningsprojekt som sammanfattas. Samtidigt är det synd för när väl en sådan konkretisering görs glimmar texten till lite extra. Jag tänker framför allt på den täta beskrivningen av Legos produktionsmässiga strategier sedan 1990-talet där Hjarvard på ett alldeles utomordentligt sätt målar upp medialiseringsprocesser med Legos affärsstrategier som palett. Också medialiseringen av habitus är intressant, med sitt explorativa teoretiserande utifrån en av mikrosociologins klassiker, David Riesmans *Den ensamma massan*. I detta sammanhang hade man i och för sig kunnat tänka sig att Hjarvard hade kunnat hitta ytterligare stöd för sin argumentation i tidigare empirisk forskning.

När Hjarvard tar sig an fältet politisk kommunikation känns det som mindre banbrytande. Hela kapitlet är mycket systematiskt upplagt och med väl uppbyggd argumentation, men jämfört med de nämnda kapitlen är det här betydligt svårare att komma ifrån känslan av uppkörda hjulspår, där medialisering, något tillspetsat, reduceras till kampen mellan journalistik och – parlamentariska – politiska aktörer (jmf Asp 1986). Jag upplever det också som terminologiskt förvirrande beträffande skillnaden mellan termerna journalistik, medier respektive nyhetsorganisationer: å ena sidan finns ett stycke som ägnas åt att förklara skillnaden (s. 54), å andra sidan känns det som dessa emellanåt används synonymt. Det är också anmärkningsvärt att inte genus diskuteras som en central aspekt av frågan om konstruerandet av en politisk persona. Lisbeth van Zoonens (2006) studie av Tarja Halonens och Angela Merkels ambivalenta förhållande till medier och politisk personifiering visar på ett övertygande sätt att den medialiserade parlamentariska politikens villkor ser väldigt olika ut för män och kvinnor.

En närmast outtalad avgränsning Hjarvard gör är att begränsa sig till parlamentarisk politik. Nya politiska uttryck, medieaktivism och sociala rörelser eller den sociala världens medborgarkultur förblir odiskuterade i detta kapitel, vilket är synd med tanke på att medierna i detta sammanhang aktualiserar en rad intressanta frågor, till exempel om mediers betydelser som både politiska arenor och politiska

tillhyggen, om den delvis upplösta gränsen mellan medieproduktion och mediekonsumtion samt inte minst frågan om medierad politisk kommunikation som både transmission och ritual (jfr Carey, 1989).

Kapitlet om religion behandlar dels olika former av medialiserad religion, dels mediernas bidrag till en återmystifiering av världen. De tre identifierade formerna av medialiserad religion är religiösa medier, journalistik om religion samt banal religion, där det senare äsyftar fiktionens intresse för spirituella och metafysiska frågor, som till exempel *Da Vinci-koden* och *Harry Potter*. Kapitlet är intressant, inte minst då det uppmärksammar det till synes ökade intresset för metafysiska, existentiella och andliga frågor, en fråga där mediernas betydelse inte kan förbises. Dock känns perspektivet något begränsat med fokus på framför allt religiösa institutioner respektive institutionella medier. Den senmoderna sökande människan, hon eller han som vänder sig till new age, inspireras av österländska tänkare eller odlar sitt intresse för det paranormala, är inte lika framträdande.

Kapitlet om politik respektive religion kan med fördel tas som utgångspunkter för en generell diskussion om skillnader och friktion inom medialisering som forskningsfält. I en sådan kontext vill jag mena att bokens perspektiv till viss del begränsas av sitt relativt ensidiga fokus på just institutioner. Det är förvisso ingen falsk marknadsföring; Hjarvard är mycket tydlig med att det är just dessa institutioner som är det centrala. Men perspektiveringen har, som jag ser det, två betydelsefulla konsekvenser. För det första innebär det att den sociala världens medialisering – där personlig, kollektiv och massmedierad kommunikation bildar en flerdimensionell interaktionsväv – försvinner ur siktet. Man behöver kanske inte gå så långt som Nick Couldry som menar att människors mediepraktiker är *enda* vägen till förståelse för mediernas relation till samhället och världen (2011: ix). Däremot kan man hävda att begränsningen gör att Hjarvards perspektiv inte behandlar det medialiserade samhället utan 'enbart' medialiseringen av dess institutioner. Enligt samma resonemang blir det något paradoxalt att diskutera kulturens medialisering utan att uppmärksamma de sociala aspekterna. Kritiken här är således inte riktad mot perspektivet som sådant, men mot det sätt det beskrivs som relativt allomfattande.

För det andra, institutionsperspektivet i dessa fallstudier leder, i motsättning till vad som sägs inledningsvis i boken, till ett relativt mediecentrerat perspektiv. Diskussionen om religionen och politikens omvandling tecknar en process där medier och medie-inducerade förändringar i mångt och mycket

utgör utgångspunkt. Det i sin tur riskerar leda till en mediedeterministisk position som förbiser betydelsen av sociala förändringar bortom medier – och mediernas samspel med dessa. Här tänker jag exempelvis på utomparlamentarisk politik och medieaktivism respektive metafysiskt och paranormalt intresse, för att ta exempel relaterade till bokens fallstudier, och som samtidigt representerar fenomen som inte självklart kan förklaras med utgångspunkt i enbart mediasamhället. Den underliggande mediecentrismen menar jag står i strid med inledningskapitlets betoning på att medier inte längre kan betraktas som åtskilda från kultur och samhälle, att medialiseringsforskningen bör vara tvärvetenskaplig, kontextualiserande och med en utgångspunkt bortom medieringsprocesser.

Det leder till mina slutord. Stig Hjarvard har skrivit en mycket läsvärd bok som är både ambitiös, grundligt och brett teoretiskt förankrad och med mycket stringent argumentation. Den är på så sätt ett spännande tillskott till den allt rikare floran av litteratur om medialisering och den torde fungera i många sammanhang för såväl studenter som forskare. Det som kan diskuteras, och här återknyter jag till frågan från min inledning, är hur allomfattande Hjarvards perspektiv är. Som diskuterats ovan tycker jag det är en brist att den sociala världen inte ägnas någon större uppmärksamhet i boken. Det gör att den 'bara' befattar sig med delar av samhällets medialisering – för övrigt något som också skulle kunna sägas om många studier av livsvärldens medialisering. Samtidigt som skillnaden mellan, något förenklat uttryckt, ett livsvärlds- och ett institutionsperspektiv inte skall underskattas finns det ett värde i att undvika se dem som parterna i en kamp om positioner på forskningsfältet i vardande. Det är snarare möjligt att se dessa perspektiv som komplementära. Man skulle kunna tänka sig att den 'ultimata' studien av exempelvis politikens medialisering har ett tvädelat fokus, det vill

såga inriktad på såväl medialiseringen av politiska institutioner som medborgarkultur(er). Lyfter man blicken och synar hela medieforskningslandskapet med sina olika fält från ovan kan man notera att den växande andelen forskning som tar utgångspunkt i medialiseringsbegreppet är tämligen heterogen. Likaså är deras ingångar till detta fält väldigt skiftande. På det sättet representerar medialisering ett ramverk som samlar en mångfacetterad grupp forskare, snarare än ett teoretiskt perspektiv. Huruvida man har något att vinna på organisering och institutionalisering är fortfarande en öppen fråga.

Magnus Andersson

*Medie- och kommunikationsvetenskap
Malmö högskola*

Not

1. http://www.rj.se/svenska/var_forskning/var_forskning_i_urval/omradesgrupper (20130809)

Referenser

- Asp, Kent (1986) *Måktiga massmedier: studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Carey, James W. (1989) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Couldry, Nick (2012) *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practices*. Cambridge: Polity Press.
- Hepp, Andreas (2013) *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press.
- Lundby, Knut (2009) "Media Logic: Looking for Social Interaction", i Lundby, Knut (red) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang.
- van Zoonen, Liesbet (2006) "The Personal, the Political and the Popular: A Woman's Guide to Celebrity Politics", *European Journal of Cultural Studies*, vol 9(3): 287-301.

Risto Sarvas & David M. Frohlich:
From Snapshots to Social Media. The Changing Picture
of Domestic Photography
London: Springer, 2011, 199 s. ISBN 978-0857292469

Fotografiets historie er lang og komplisert. Det er en historie om pionerer og oppfinnere, om teknologiske nyvinninger, om entreprenører og driftige forretningsmenn. Og det er en historie om utviklingen av stadig nye billedgener med tilhørende praksiser og sosiale bruksformer. Og så er det selvsagt en historie om store og små fotografer, om berømte fotokunstnere, om pressefotografer som har preget vår oppfatelse av verden og om helt vanlige amatører og deres snapshots.

Mange av de nyere fotohistoriske fremstillingene forsøker å få alt dette med. Et eksempel er Michel Frizots *The New History of Photography* (1999) der de enkelte aspektene behandles av forskjellige medarbeidere slik at emner og perspektiver veksler fra kapittel til kapittel gjennom boken. Risto Sarvas og David M. Frohlichs bok bryter med dette collageprinsippet. For det første diskuterer de bare en bestemt slags fotografi – “domestic photography”, det vil si “vanlige menneskers fotografiske aktiviteter når de tar og bruker bilder til ikke-profesjonelle formål”, som de skriver (s. 1). For det andre forsøker de to forfatterne å integrere de ulike synsmåtene under en felles modell: De ser fotografi som “et socio-teknisk system som involverer forskjellige interaksjoner mellom teknologi, mennesker og de sosiale organisasjonene mennesker lever og arbeider i” (13). Både teknologien og de fotografiske forretningsmodellene har endret seg gjennom det historiske forløpet, og disse endringene har utspillet seg innenfor bestemte samfunnsmessige kontekster. Formålet med forfatterens historieskrivning blir da, som de understreker flere ganger, å belyse hverdagsfotografiets praksis og hvordan denne praksisen over tid har blitt påvirket av teknologiske og forretningsmessige faktorer.

For å sikre integrasjonen av de ulike aspektene utnytter forfatterne erfaringer fra STS, “science and technology studies”. Spesielt støtter de seg på en modell utviklet av blant andre Philip Anderson og Michael Tushman. Ifølge denne modellen kan teknologisk utvikling beskrives som et syklisk forløp: En etablert og stabilisert teknologi følger en «path», en bestemt bane der endringer skjer gradvis som tilføyelser eller utvidelser av et allerede foreliggende system. På et eller annet tidspunkt brytes den teknologiske banen av en radikal oppfinnelse eller av en annen stor forandring. Bruddet åpner “an era of ferment”, en gjæringsperiode, som ender med etable-

ringen og stabiliseringen av en ny teknologisk bane basert på «a dominant design». Som forfatterne selv antyder, er det nærliggende å forstå slike omveltninger som en slags Kuhn’ske paradigmeskift der grunnlaget for teknologisk viten, forretningsmodeller og industri plutselig endres og presser mennesker til å rekonfigurere tradisjonelle praksiser og utvikle nye.

Forfatterne er klar over at en slik modell kan føre til at fotohistorien blir historien om de “seirende” teknologiene. Derfor tar de i boken også for seg teknologier som ikke ble dominante, men som likevel hadde en viss virkning i bestemte faser av utviklingen. I tillegg forsøker de å redusere risikoen for teknologisk determinisme og “business determinism” ved hele tiden å forstå og fremstille utviklingene i deres sosiale kontekst.

Med utgangspunkt i modellen inndeler forfatterne privatfotografiets historie i tre faser eller tre “teknologiske baner”: Portrett-banen – atelierfotografenes periode (1830–1888); Kodak-banen – de små, familiekameraenes hundre år lange storhetstid (1888–1990); og den digitale banen – privatfotografiets integrering i digitale nettverk (fra 1990-tallet og fremover).

Kapitlene om disse banene syntetiserer en lang rekke tidligere fotohistoriske fremstillinger og teknologistudier. Det meste av stoffet er for så vidt velkjent, men ved hjelp av den overgripende modellen kaster forfatterne nytt lys over det fotohistoriske forløpet, og de presenterer ofte alternative svar på kjente fotohistoriske spørsmål. I kapitlet om “portrett-banen” diskuterer de for eksempel konkurransen mellom Daguerres og Talbots metoder i fotografiets første tiår. Talbots papirbilder var i starten langt ringere enn de skarpe daguerreotypiene. Likevel var det Talbots teknikk som seiret. Den vanlige forklaringen er at folk valgte Talbots teknikk fordi daguerreotypiene var unika som ikke kunne kopieres. Men Sarvas og Frohlich argumenterer for at de første privatpersonene som fikk laget daguerreotypier, ikke nødvendigvis var interessert i kopier av portrettene sine. De oppfattet trolig daguerreotypiene som en moderne form for portrettmalerier, dvs. som enkeltstående bilder beregnet til å vises frem innen for hjemmets fire vegger. Behovet for fotografiske kopier oppsto i stedet blant folk som ville bruke de nye bildene til vitenskapelige, dokumentariske formål. Og først da papirbildeteknikken var blitt stabilisert i slike sammenhenger, kom

den store boomen der privatmennesker begynte å kjøpe sett av kopier og utveksle fotografiske visittkort.

Den radikale hendelsen som bryter portrett-banen er selvsagt introduksjonen av Kodak-kameraet. Forfatterne beskriver utviklingen av rullefilm og av det billige bokskameraet og viser – som mange før dem – hvordan Kodak-markedsføringen fikk avgjørende betydning for definisjonen av familiefotografiets bruksformer og konvensjoner. Men underveis punkterer de samtidig myten om at det nå var «alle» som fikk mulighet for å dokumentere familieliv og fritidsaktiviteter. Helt frem til etter andre verdenskrig var denne type fotografering primært et middelklassesfenomen. Det tok et halvt århundre før arbeiderklassen hadde et innkomstmessig overskudd som matchet prisen på kameraer og film. Et annet poeng i dette kapitlet er at Kodak-æraen startet samtidig med at det ble mulig å reproducere fotografier i trykte medier ved hjelp av raster- eller halvtoneteknikk, noe som førte til at privat og “offentlig” fotografi skilte lag. 1800-tallets fotoalbummer inneholdt portretter av familie og venner, men også av kjente, offentlige personer. Inn på 1900-tallet blir slike album først og fremst familiemuseer, mens fotografier av offentlige personer og store begivenheter er noe man møter i aviser og tidsskrifter.

I kapitlene om den tredje fasen gir forfatterne en god og detaljert oversikt over introduksjonen av det digitale fotografiet og utviklingen av alle de elementene som i dag utgjør det digitale fotografiets infrastruktur. Dagens privatfotograf opererer med et nettverk av hardware, software, kabler, protokoller, skjermer, filformater osv. I overgangen fra bokskameraet til digital opptaksteknikk flytter privatfotografiet fra en fotografisentrert infrastruktur til en allmenn infrastruktur for informasjon og kommunikasjonsutveksling, en infrastruktur som ikke er spesielt designet for fotografi.

På 1800-tallet skjedde hele den fotografiske prosessen – fra fotografering til fremkalling og kopiering – utenfor hjemmet, i profesjonelle fotoatelierer. I Kodak-æraen opptok privatfolk selv bildene sine, mens fremkalling og kopiering foregikk på fabrikker. I den digitale æraen flytter den fotografiske fabriken inn i familiefæren. Det som i starten var tenkt som folks private fotolaboratorier, ble med tiden til

fotofabrikker som inngår i en generell kommunikasjonsstruktur. Forfatterne går gjennom hvordan privatfotografiets bruksformer har endret seg i løpet av perioden, og med utgangspunkt i deres underliggende modell er de selvsagt spesielt interessert i å oppspore de nye forretningspraksiser som utvikles i feltet. Men her støter de på problemer.

Digitaliseringen som begynte på 1980-tallet, er uten tvil en radikal omveltning som innleder et nytt paradigme. Men 30 år etter er den nye teknologiske banen ennå ikke etablert og stabilisert. Alle de gamle forretningsmodellene er brutt sammen, men det er ikke oppstått en dominerende forretningsmodell som samler alle aspekter av det nye privatfotografiet. At vi fremdeles befinner oss i en gjæringsperiode, er forfatternes fremstilling selv et vitnesbyrd om. Boken ble utgitt i 2011, og i årene som er gått siden er det skjedd ganske mye på feltet – så mye at forfatternes beskrivelse av typisk programvare og typiske praksisformer, sine steder virker temmelig foreldet. Det er ingen utsikt til at tingene vil falle til ro foreløpig. Faktisk er det slik at de turbulente forholdene på feltet får forfatterne til å tvile på om den teknologiske utviklingsmodellen de har brukt underveis, faktisk er velegnet til å beskrive den nye situasjonen.

Boken henvender seg primært til forskere og programutviklere i det digitale feltet, men også fotohistorikere og forskere innenfor visuell kultur vil ha glede av boken. Den gir en nyttig og opplysende fremstilling av familiefotografiets historie, en fremstilling som får frem det komplekse samspillet mellom teknologiutvikling, forretningsmodeller og praksisformer. At Sarvas og Frohlich så ikke klarer å forutsi hva som vil bli resultatet av privatfotografiets nåværende gjæringsperiode, er det ingen grunn til å bebreide dem. Det er alltid vanskelig å skrive den nærmeste samtids historie. Og det er også vanskelig å spå, spesielt om fremtiden – som danske Storm P. sa en gang.

*Peter Larsen
Institutt for informasjons- og
medievitenskap
Universitetet i Bergen*

Nete Nørgaard Kristensen & Unni From
Kulturjournalistik. Journalistik om kultur
 Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2011, 272 sider, ill.
 ISBN 978-87-593-1345-9

I journalistikkforskninga er det ingen mangel på produksjonsstudier, tekst-, sjanger- og innhaldsanalyser, eller publikums- og resepsjonsanalyser. Sjeldnare får vi belyst samanheng mellom produksjonsvilkår, redaksjonelle prioriteringar og eigenskapar ved tekstane, mellom tekst og lesargruppers tolking og bruk, eller korleis utvida kommunikasjon mellom redaksjon og lesarar, og større kunnskap om mediebruk og smakspreferansar, påverkar tekstproduksjon og stoffprioritering.

I boka *Kulturjournalistik. Journalistik om kultur* av Nete Nørgaard Kristensen og Unni From får vi det heile. Det er forholdet mellom avsendarar, tekstar og mottakarar som står i fokus, ikkje minst korleis dette forholdet har endra seg historisk. Eit omfattande empirisk materiale er mobilisert i dette ambisiøse prosjektet: Innhaldsanalyse av utvalde aviser dokumenterer kulturjournalistikkens form- og innhaldsmessige utvikling frå 1890-åra til i dag, ei kvalitativ resepsjonsundersøking gjev kunnskap om folks bruk og oppleving av kulturstoff i papir- og nettaviser, og intervju med kulturjournalistar og -redaktørar gjev innsyn i redaksjonelle arbeidsprosessar, interne diskusjonar, forhandlingar og prioriteringar, samvirke med lesarar og kulturaktørar, samt meir strategiske overlegningar kring målgrupper – i ulike aviser.

I kapitlet *Fra teori til empiri* gjer forfattarane greie for sine metodologiske overlegningar i samband med utforminga av desse undersøkingane, og det i lys av dei omgrep og sosiologiske teoriar og perspektiv som vert mobilisert for å forstå det komplekse samspelet mellom institusjonelle, kommunikasjonsteknologiske og kulturelle forhold som kan forklara kulturjournalistikkens utvikling og samfunnsmessige betydning i dag. Her får vi verkeleg innsyn i forskarverkstaden, dei dilemma og avvegingar ein som forskar står overfor når ein skal gje empirisk innhald til teoretiske omgrep, gripa relasjonar mellom aktørar, definera sjangrar og innhaldskategoriar, osb.

Denne boka presenterer seg som ei lærebok om dansk kulturjournalistikk, og det er treffande nok – og kanskje den også er ei lærebok i kulturjournalistikk, i den forstand at den historiske, mediasosiologiske og empiriske kunnskapen den forvaltar er noko einkvar oppegåande kulturjournalist bør reflektera over i sitt daglege virke. Men det sjenerøse og grundige innsynet vi får i dei forskingspraktiske operasjonar og overlegningar, og synleggjinga av korleis

studiens teoretiske perspektiv på samfunns- og medieutvikling heng saman med og formar dei empiriske undersøkingane, gjer at dette også er ei metodebok og ei lærebok i journalistikkforskning.

Tittelen *Kulturjournalistik. Journalistik om kultur* kan verka som ”dobbeltkonfekt”, men undertittelen skal signalisera at kulturjournalistikkens grenser er flytande, både form- og innhaldsmessig: Det blir skrive journalistisk om kultur og kulturelle fenomen utanfor kultursidene faste format og etablerte stoffmessige prioriteringar. Etter ein innleiande statusrapport om eksisterande kulturjournalistikkforskning, tematiserer forfattarane dette problemet med avgrensing av gjenstandsfeltet. Dette gjer dei gjennom ein kort og pregnant gjennomgang av ulike kulturomgrep, der dei samlar seg om ein ”brei tilgang” til kultur og kulturelle fenomen. Det er tale om kultur forstått som ”både kunst og finkultur, populær- og/eller mediekultur, men også livsstil og forbrug”.

I argumentasjonen for eit breidt kulturomgrep trekkjer forfattarane vekslar på resultat frå resepsjonsanalysen, t.d. at empiriske lesarar både forhold seg til kulturjournalistikkens omtale og vurdering av kulturuttrykk og kunstverk – og diskuterer denne, samstundes som eigen kulturbruk, val av aviser med ein bestemt kulturell profil, mv. inngår i smaksdistingverande og livsstilsmarkerande praksisar. Og sjølv sagt blir brukarane sitt djupe engasjement i mediekulturen generelt trukke inn i denne diskusjonen.

Same tette kopling mellom teoretiske perspektiv og empiriske forhold finn vi i presentasjonen av det som vel er det analytiske hovudgrepet i denne studien – å mobilisera teoriar om medialisering og kulturaliseringsprosessar i utforsking av kulturjournalistikkens utvikling og samfunnsmessige betydning.

Teoriar om medialisering av samfunnsliv kjem i mange fasongar og med ulike siktemål, og forfattarane tek utgangspunkt i den institusjonsorienterte retninga, som særleg Stig Hjarvard har vore eksponent for. Det er her i utgangspunktet tale om ein overordna teori eller tese om medienes sjølvstendigjering som samfunnsinstitusjon og auka innverknad på funksjonsmåten til andre samfunnsinstitusjonar, i slekt med Webers og Habermas’ utleggingar av samfunnsutviklinga i vestlege land som prega av ein tiltakande differensierings- og rasjonaliseringsprosess.

Grunntanken er, som forfattarane skriv: “at mediernes form og innholdsmessige logikker i stigende grad bliver viktige for og derfor integreres i andre

institutioners virke og interaksjon med medierna såvel som med andre aktører – og offentligheten”. Ei slik innsikt gjev eit godt utgangspunkt for å studera samspelet mellom medier og kulturinstitusjonar og -aktørar. Eit slikt samspel vert ikkje konkret utforska innanfor rammene av dette prosjektet, men vert indirekte trukke inn i resonnementa og tolkingane av resultatane frå produksjons-, tekst- og resepsjonsstudiene. I staden forfølger forfatarane, i samsvar med programmet til Hjarvard, ambisjonen om å “omsetja” medialiseringsteoriens generelle postulat i empirisk utforskbare hypoteser.

Eit steg i ei slik retning er å konstatera, med Hjarvard, at medialiseringssprossar kan utforskast på ulike nivå: Vi kan tala om mediene som *bindeledd* innan og mellom institusjonar, som ein sfære for etablering av *felles erfaringar*, og vi kan konstatera at mediene konstituerer politiske og kulturelle arenaer eller sfærer for interessekamp og *samfunnsmessig legitimering*. Nærare konkrete medieerfaringar kjem forfatarane med Winfried Schulz sine omgrep om medier som utviding av, substitutt for, samansmelte med og innvadering av eller integrering med sosiale og kommunikative praksisar av ulike slag, som særleg vert mobilisert i forståinga av bruk av internett og sosiale medier.

Teoriar om kulturalisering og simulering dreier om ei tese om konvergens mellom kunst, kultur og forbruk, og om at vårt forhold til kunst og kultur i stigande grad er relatert til opplevings- og identitetsdannande sider ved dei kulturuttrykk og -produkt vi forhold oss til og engasjerer oss i. Ei slik tese gjev blikk for trekk ved verkemåten til den kulturindustrien og mediekulturen journalistikken må forholde seg til, og som den delvis er ein del av, og for det landskapet vi som samfunnsborgarar og einskildindivid forhold oss til, og interagerer med, gjennom bruk av stadig meir sofistikerte kommunikasjonsverktøy.

Offentlighetsteori er òg med i verktøyarsenalet til forfatarane, ikkje som normativt grunnlag for å evaluera utviklingstrekk i journalistikk og samfunn, men for å tematisera mediernes og journalistikkens rolle som som ressurs for danning av fellesskap, samfunnsmessig refleksjon, demokratisk sinnelag og politisk engasjement. Dette fører over i refleksjon over ulike former for “kulturelt medborgarskap”, idealtypiske borgarroller med ulike grader av engasjement i politikk og sivilt samfunnsliv. I tolkinga av resultatane frå resepsjonsanalysen gjev dette så grunnlag for identifisering av ulike “bruksmønster”, dvs. korleis ulike brukargrupper orienterer seg og nyttar seg av tilgjengelege medier og kulturelle ressursar – alt etter utdanning, sosio-økonomisk bakgrunn, osv.

Dette er fruktbare teoretiske grep, og det dialektiske samspelet forfatarane syner fram – mellom teoretisk blikk for fenomen, kva som kan vera det empiriske innhaldet i teoretiske omgrep, og korleis empiriske forhold, t.d. folks konkrete erfaringar og sjølvrefleksjonar, kan gje innhald til teoretiske omgrep og postulat om relasjonar mellom fenomen – er mellom dei store styrkane til dette prosjektet.

I tillegg får vi i denne boka innsikter i medieinstitusjonars tekstproduksjon, korleis tekstar vert til i samspel mellom produksjonsvilkår og strategiske overlegningar om samfunnsoppdrag og brukarpreferansar, og korleis folk faktisk brukar mediene og dei kulturelle ressursane som er tilgjengelege. Og vi får kunnskap om samspelet mellom produksjon, produkt og bruk – og alt dette historisk og sosiologisk perspektivert og kontekstualisert. Vi får her både dei store linjer, og gode observasjonar av “small facts”, som i forfatarane sine skarpsindige tolkingar verkeleg “speak to large issues”, for å tala med Clifford Geertz.

Innan journalistikkforskinga står vi her altså overfor eit forbilledleg prosjekt. Det er imidlertid ein mangel, som òg forfatarane peikar på, og det er utforsking av samspelet mellom mediene, her kulturjournalistikk som institusjon og redaksjonell praksis, og ein mediekultur prega av kulturindustriell tenking der samansmelting av kunst, kultur og forbruk er framtrødande, og der opplevingsorienterte og identitetsmarkerande “brukargrupper” samverkar med og inngår i kalkulasjonane både til kulturindustriane og medieinstitusjonane som forvaltar kulturjournalistikken.

Dersom ein ut frå eit slikt perspektiv vil reisa spørsmålet om korvidt mediene, som journalistisk praksis institusjonalisert i mediebedriftenes kulturredaksjonar, verkeleg har oppnådd autonomi i høve til kulturfeltets aktørar og kulturindustriens påtrengande marknadsføring og deira kulturprodukts forførande (og mogleg frigjerande) kulturelle former, så er det spørsmål som ligg i forlenginga av Nergaard Kristensen og From sitt store og fortenstfulle arbeid.

Vil ein forfølga ei slik spørjeretning, må ein reisa normative problemstillingar som forfatarane ikkje vil ta eksplisitt stilling til i den føreliggjande studien: Er det slik at kulturjournalistikken forsyner oss, saman med samfunnets øvrige dannelsings-, utdannings- og kulturinstitusjonar, med kulturelle ressursar som gjer oss i stand til å vera myndige borgarar i demokratiske samfunn av vår type? Kva er dei verdiane kulturjournalistikken skal stå for, i møtet med kulturindustriens og kulturfeltets økonomiske interesser, og i formidlinga og vurderinga av kulturindustriane sine produkt?

Oppfølgjande studier av samspelet mellom kulturjournalistikk og kulturliv og -industri, vil – saman med forskinga kring politisk kommunikasjon og måtane mediene påverkar politikk og politiske prosessar – kunna kasta lys over slike spørsmål. Spørsmåla vedgår kjernen i medialiseringsteorien: Om det er medielogikken, medienes særeigne kommunikative form og format (slik Altheide og Snow opphavelig innhaldsbestemte dette omgrepet), som gjev mediene autonomi og påverknadskraft i høve til andre samfunnsinstitusjonar, og ikkje berre det faktum at medieinstitusjonane har lausrive seg frå geistlege og partipolitiske famntak, så er det tale om ein relativ autonomi. Om vi alle kan ta i bruk forma eller formene, og sjølv om det er sant at medienes “logikkar”

og kommunikative former og praksisar invaderer og pregar samfunnsinstitusjonar som politikk, økonomi og religion, må medienes autonomi forankrast normativt og ikkje berre i kraft av deira kapasitet til å formidla informasjon gjennom særskilte former og forståingsmåtar.

Nete Nørgaard Kristensen og Unni From har lagt eit solid grunnlag for også å forfølgja slike problemstillingar.

*Karl Knapskog
Institutt for informasjons- og
medievitenskap
Universitetet i Bergen*

Robert W. McChesney

Digital Disconnect. How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy

The New Press, New York/London, 2013, 320 p.

ISBN: 978-1-59558-867-8

Robert McChesney är välkänd för de flesta som studerat medier och naturligtvis särskilt för dem som intresserat sig för mediestruktur och den tilltagande koncentrationen av makt och ägande över de ”gamla” medierna

McChesney skriver i en radikal USA-tradition där Ben Bagdikian, Noam Chomsky, Edward Herman, Herbert Schiller, hans son Dan Schiller och Edwin Baker m.fl. intensivt och skarpsynt granskat den kapitalistiska mediemarknadens utveckling mot allt färre ägare och allt större likriktning och styrning av innehållet efter i stort sett politiskt gångbara mallar i USA, till stöd för USAs erövringar, handelsintressen, olika krigsäventyr under tiden sedan omkring 1960.

McChesneys bok *Rich Media Poor Democracy* har också i svensk översättning länge använts som lärobok tillsammans med Chomsky-Hermans *Manufacturing Consent* och Ben Bagdikian *The media monopoly* i universitetens undervisning i medie- och kommunikationsvetenskap.

McChesney har tillsammans med bl.a. Edwin Baker stått för en konsekvent kritisk linje mot dem som hävdar att medierna, trots det minskande antalet ägare, alltså kan fylla funktionen av en granskande och oberoende roll i en pluralistisk demokrati. Tanken att ägandet eller andra former av kontroll över medieföretagen skulle kunna vara frikopplat från hur mediediskursen eller medieinnehållet utformas har aldrig godtagits av denna kritiska forskningsinriktning.

Sverige, Europa och mediemakten

I Sverige och Europa finns förvisso också en hel del granskning av mediekoncentrationen, inte minst genom Europarådets envisa och återkommande diskussion av frågan, sedan femtio år tillbaka, i olika sammanhang, den parlamentariska församlingen, ministerrådet, kommittéer och stående utskott.

EU har också försökt sig på att utreda frågan, 1992 lades en ”grönbok” med ett förslag till reglering av ägandet på massmediemarknaden fram, men efter tio års kamp lades projektet ner – inte minst till följd av motstånd från brittiskt (både under Thatchers, Majors och Blairs tid) och tyskt håll, ibland även franskt. Man skall förstås inte tala om Berlusconi Italien.

EU lade i stället till slut, för bara två år sedan, efter återkommande påstötningar från Europaparlamentet, fram en omfattande teknisk utredning om hur

riskerna för mångfald i medierna skulle kunna systematiskt mätas och dokumenteras. Över tvåhundra olika kriterier som mätsystemet innehåller gjorde hela projektet utsiktslöst – vilket också var EU-kommissionens avsikt¹. Den i Sverige bosatte amerikanske medieekonomen Robert Picard medverkade i ledningen av projektet tillsammans med den briljanta belgiska mediejuristen Peggy Valcke – och inte minst Ernst & Youngs² experter.

Internet – medieägandet betydelselöst?

En motivering som ofta fördes fram när EU-lagförslaget kritiserades av regeringar och stora mediekoncernägare var att Internets ankomst radikalt förändrade läget för medierna och allmänhetens uttrycksmöjligheter: helt plötsligt kunde varenda människa med en dator göra fria inlägg som i teorin kan tas emot av alla människor. Ägandet av ”gammedierna” tycktes därmed bli en helt likgiltig fråga. Politikerna i EU och USA har också agerat som om detta vore fallet – och som om marknadsförhållandena för tidningar, radio, television, böcker, film, inspelad musik radikalt förändrats i riktning mot en total frihet från både statliga och privata makthavare.

I början av Internets existens tycktes också tusen blommor blomma och de stora traditionella mediekoncernerna i lugn och ro öka sina marknadsandelar och slå ut små konkurrenter. Tidningsmarknaden i Sverige kontrolleras numera av ett fåtal kedjor – samtliga med borgerlig traditionell förankring, även om de numera också innehåller tidningar som har socialdemokratisk ledarinriktning, som ett slags produktdiversifiering.

Vad McChesney gör i sin nya bok – och tidigare delvis också medieekonomen och juristen Edwin Baker gjort – är att slå sönder den bilden, grundligt, empiriskt väldokumenterat och övertygande.

De digitala (internetdistribuerade) medierna är i ännu högre grad än de gamla massmedierna koncentrerade till ett fåtal gigantiska ägare, och utvecklingen går snabbt, lika snabbt som nya former för medier och kommunikationsfora tillkommer.

De flesta nya aktörer som tillkommit har snabbt slukats upp av de stora aktörerna, delvis fristående från tidigare mediekonglomerat, men knappast mer fristående än dessa när det gäller förankring i finanskapital och affärsintressen.

Medierna och monopolkapitalet

McChesney har, nästan samtidigt som boken om digitala medier, också givit ut en mer teoretiskt granskande bok *The Endless Crisis*, tillsammans med John Bellamy Foster³, en marxistisk USA-ekonom, om hur monopoliseringen av kapitalismen har förändrat de västliga ekonomiska systemen långt bort från vad en ekonomisk liberalism förutsätter av fri konkurrens i en marknadsekonomi.

I själva verket är dagens kapitalism närmast motsatsen till en fri marknadsekonomi: den är styrd av ett fåtal aktörer som – för övrigt helt i linje med vad Adam Smith en gång befarade – gör allt för att undvika konkurrens och delar in marknaderna sinsemellan. Den svenska dagspressen är ett paradexempel på just denna typ av ”monopolistisk konkurrens”, i praktiken avsaknad av konkurrens eftersom varje tidning utövar monopol i sitt distributionsområde. I undantaget Stockholm finns två koncerner alltså (trots försök att gå samman för ett antal år sedan) kvar, om man inte räknar fådagarstidningar och pingströrelsens *Dagen*.

Man kan ha invändningar mot den vikt som författarna av den sistnämnda boken lägger vid tillväxt och att den kritik de riktar mot monopolkapitalet handlar om ”stagnation”, eftersom det av många skäl är orimligt att ens önska att dagens överkonsumerande kapitalistiska samhällen skall bli ännu rikare. En balanserad och hållbar utveckling skulle kanske snarare innebära i den rika världen fördelning av resurser till missgynnade grupper och att alltmer utrymme i världsekonomin överläts åt de fattigare folken, samtidigt med en ”balanserad avväxt” i överkonsumerande länder.

Marxistisk teori om att kapitalismen alltmer övergår i monopoliserade trustar och avveckling av konkurrens tycks dock på många punkter väl motsvaras av utvecklingen inom mediemarknaden, både när det gäller ”gammedierna” och de nya medierna. Efter en viss blomstring och mångfald för nya medier tas kontrollen över av ett fåtal privata operatörer. Allmänintresset, som i Europa alltså också har företagsmässig stabilitet i radio och TV i många länder, har svårt att göra sig gällande på nätet utöver rena informationsfunktioner för företag och myndigheter. Spel och kommunikationsplatser för enkel och ytlig halvprivat kommunikation, pornografi etc. dominerar, även om det finns viktiga undantag, där icke-vinstbaserad företagsamhet spelar en stor roll, som Wikipedia, och olika platser för information, webbtidningar, t ex den nu aktuella franska *Mediapart*, som också är kommersiellt bärkraftig, kan fungera fristående från de dominerande privata mediekapitalintressena.

I huvudsak har dock de allt färre medieaktörerna behållit sitt fasta grepp över den mediemarknad som trots Internet är den *ekonomiskt* betydelsefulla, i termer av stora köp och säljrelser på marknaden vilket t ex innebär att TV för professionell idrott medverkat till att priserna hissats upp på sanslösa höjder. Papperstidningar och television går tillbaka, men delvis är Internet bara en ny distributionskanal, delvis behåller de gamla medierna fortfarande sin dominerande opinionsbildande och politiska funktion – vilket självfallet gör tilltagande maktkoncentration där ännu mer bekymmersam för demokratin. Den grundläggande egenskapen för alla miljontals bloggar och inlägg på sociala medier är att de är reflexer på *andra* mediers nyheter och inslag – även om viktiga undantag finns.

De många små aktörerna – trots att det kan handla om hundratals miljoner som klickar – för information och inlägg som görs på nätet kan, åtminstone enligt Edwin Baker, snarare bidra till att de stora marknadsmässigt (köp och sälj...) dominerande aktörerna blir ännu tyngre när det gäller att dominera debatt, diskurser och språkbruk. Internet hade sålunda ingen som helst effekt när det gäller att avslöja lögnerna inför anfallet mot Irak – tvärtom har exempelvis *New York Times* skamset medgivit att man agerade helt enligt ritningarna i Chomsky-Hermans gamla bok från 80-talet om att ”tillverka samtycke” för sin regerings krigspolitik.

Den politiska ekonomin

McChesneys bok *Digital Disconnect* är alltså mycket väl empiriskt dokumenterad, men den har också, på gott och ont, en debattbokscharaktär. Ett exempel, centralt för författaren är, begreppet ”political economy” vilket ibland är liktydigt med den akademiska disciplin som kallas ”nationalekonomi” i Sverige. Hos McChesney får det en delvis annan innebörd, i syfte att undergräva en del av den ekonomiska forskningens pretention på att vara ”politiskt neutral”. 1970-talets vetenskapsteoretiska debatt utpekade ju särskilt nationalekonomin, men också andra samhällsvetenskaper som ”borgerliga” discipliner. Man kan sakna en diskussion av detta mer begreppsliga slag i boken, där andra termer, som ”economics” eller ”makroekonomi”, kan kontrasteras mot just den sammanflätning av politiska (=liberal-konservativa) hållningar i kapitalägarnas tjänst som termen ”political economy” avser framhäva.

Föreställningen att politik och ekonomi skulle kunna skiljas åt är ett flertusenårigt debatttema: redan Aristoteles definierade demokrati som de fattigas välde – och motsatte sig därför demokratin, inte lika

tydligt till förmån för ett slags aristokratisk diktatur som Platon, men dock. Den tysk-amerikanska filosofen Hannah Arendt var på denna punkt oenig med Aristoteles. Hon menade att ekonomin måste skiljas från det politiska, som handlar om hur medborgarna fattar beslut i frihet.

Vad göra?

Precis som den övriga kritiska USA-litteraturen om maktkoncentrationen i medierna är – naturligt nog – bokens fokus på just USA. Detta är ett problem eftersom avsaknaden av offentlighetsrättsliga medie företag av betydelse i USA till skillnad från i Europa gör en amerikansk diskussion bristfällig när det gäller vilka olika institutionella möjligheter som ett fritt och pluralistiskt mediesystem kan innehålla, med eller utan internet.

McChesney verkar vid ett universitet som utbildar journalister – och just journalistiken, i betydelsen av yrkesmässigt utövad produktion av innehåll, kan ofta te sig ensidigt fokuserad på ”seriösa nyheter”, samhällsbevakning etc. Andra typer av journalistisk verksamhet, mer eller mindre professionell, mer eller mindre seriös, mer eller mindre heltäckande – som i Ölandsbladet, sporttidningar, motorpress, pornografi, underhållning av annat slag som dominerar TV och radio – kan ofta innehålla inslag som produceras av yrkesmässigt kvalificerade personer, utan att för den skull vara väsentliga inslag i en samhällsdebatt eller för demokratin. Kina har massor med professionella journalister idag, utan att de arbetar för demokratin eller har ”uppdrag” för den politiska demokratin. Journalistik och den journalistiska yrkeskåren är ingen enhetlig företeelse, även om många utbildningsanstalter för journalister, journalistiska etiska koder, samhällsregleringar etc. ofta tycks ta det för givet och att journalister måste stå i det godas tjänst, annars är de inte ”riktiga” journalister.

En aldrig så professionell journalistkår kan, precis som andra medverkande i medierna, producera innehåll som är uniformiserat och politiskt oväsentligt, just därför att professionella bedömningar kan rikta produktionen, bortse från väsentliga konflikter, underliggande strömningar eller kulturella förändringsmönster.

Kulturproduktionen – varav medierna är en del – är just i första hand något som är *olikartat*, kan uttrycka olika grupp- eller individintressen, ibland underhållande, ibland föregelseväckande, mot privata eller offentliga makter, men oftast kanske ganska inordnad i just det allmänna synsättet, diskursen.

Vad kan man då göra åt koncentrationseländet? McChesney har egentligen ganska få förslag, han

står själv på den liberala demokratis grund och då är inskränkningar och kontroll inte det viktiga. Ett förslag är ”kuponger” eller ”citizen news vouchers”, ett slags subventioner till medborgarna för mediekonsumtion – ungefär som lunchkuponger för att medborgarna skall uppmuntras att äta ordentligt. McChesneys variant är anpassad till det amerikanska (snart svenska!) skatteavdragssystemet, 200 dollar som kan skänkas till icke-vinstdrivande seriösa medier och dras av från skatten.

Liknande förslag har förts fram tidigare och faktiskt (i Belgien) praktiserats på kulturområdet – ett slags ”valuta” med begränsat giltighetsområde.

Man skall inte avfärda sådana tankar, men nog ter de sig som en aning oskyldiga med tanke på de väldiga krafter som är i rörelse i globaliseringens tid på medieområdet, inte minst i en tid där ”finansialiseringen” av journalistik⁴ och medie företag är något som har kastat in hela samhällsdebatten i ett slags roulettsnurra som ingen egentligen ser någon utväg ur.

Ett av McChesneys konkreta exempel är motståndet från de stora medieaktörerna i USA för att etablera ett billigt bredbandssystem för alla. Detta var för de stora bolagen till en början en skräckvision och har senare lett till att i USA bredbandsuppkoppling kostar dubbelt så mycket som i Sverige. Den digitala klyftan har ökat kraftigt just i USA, i takt med den allmänt stegrade ojämlikheten i det landet sedan flera decennier. Prisnivån är enligt McChesney fråga om en kartell mellan de stora bredbandsoperatörerna, men tjänade inledningsvis också kabelbolagens och TV-kedjornas intressen. Kabelbolagen har numera i stället blivit dem som totalt behärskar bredbandsmarknaden – de gamla medieaktörerna har blivit de nya dominanterna. Bushregimen klassificerade om kabelnätets juridiska status från telekommunikationsnät till informationssystem, vilket medförde att skyldigheten att vidarebefordra all kommunikation upphörde. Därmed öppnades dammluckorna för en koncentration till de stora operatörerna av innehållsdistributionen i näten. Tidigare hade en stor mängd av internetbandleverantörer funnits, alla med skyldighet att leverera allt material, nu kunde man kontrollera hela kedjan. I stället för konkurrens skapades monopol/oligopol och karteller.

Staten hade i USA ett avgörande inflytande på alla kommunikationsmarknader (se s. 107 i boken), tele, kabel, satellit, radio, tv, film och musik – alla förutsatte licens eller tillståndsgivning, eller privilegier. ”Avregleringen” ändrade inte på detta, utan i stället kunde lobbyister från de stora aktörerna på ett avgörande sätt ändra regleringen till sin fördel, och avskaffa den konkurrens som den ursprungliga

lagstiftningen hade syftat till. USAs mediemyndighet Federal Communications Commission (FCC), oftast ledd av en regeringen närstående person (exempelvis Colin Powells son under en del av Busheran), är ännu mer dominerad av kommersiella intressen och deras lobbyister än kongressen. Ett av de stora stegen togs under Clintonperioden genom den nya *Telecommunications Act* 1996 som syftade till att öka konkurrensen och bevaka allmänintresset (den mest kända delen av lagen var förbud mot vissa pornografiska sändningar i nätet, ett förbud som omedelbart ogiltigförklarades av domstol). I praktiken överlät lagen genomförandet av reglerna till FCC, som effektivt ointetgjorde alla intentioner om ökad konkurrens.

En liknande kartellbildning – ett oligopol eller duopol mellan AT&T och Verizon – finns på mobiltelefonområdet: i USA betalas enligt McChesney i genomsnitt 635\$ för ett mobilabonnemang, i Sverige, Nederländerna och Finland ca 150\$ för en bättre tjänst...

Googles skapare tog till en början kraftigt avstånd från tanken på annonser på sökmotorn – idag grunden för att företaget är världens största... Just i dagarna har Facebook börjat smygannonsera mitt bland alla inlägg till kontoinnehavare.

Internets föregångare *Arpanets* skapare Vint Cerf m fl hade själv tanken att USAs postsystem skulle ta hand om nätet, för att ge det en offentligrättslig ställning – lagstiftningen kom att gå åt ett helt annat håll under Reaganepoken – och i stället överlåta makten över nätet till privata operatörer och deras organisationer. Cerf själv gick in i telebolaget MCI där han skapade det första kommersiella e-postsystemet.

För WWWs skapare Tim Berners Lee 1990 var det otänkbart att det skulle patenteras eller avgiftsbeläggas... (s.103), 1999 undrade Lee om Internet var en teknisk dröm eller en juridisk mardröm, så mycket hade patenten invaderat nätet.

I själva verket hade Internetsystemets infrastruktur i USA och därmed i stort sett hela världen privatiserats 1994-1995, när det överläts från den amerikanska forskningsrådsorganisationen till privata aktörer. Detta skedde enligt McChesney helt utan politisk debatt, parallellt med de lika okända överläggningar som föregick *Telecommunications Act* 1996. Hur det gick till i detalj redovisar han dock inte – i Sverige var ju också föregångarna till Internetinfrastrukturen normalt offentligägda, t ex genom universiteten, och staten stod för de stora investeringarna, precis som i

USA där militära investeringar var ryggrad i utvecklingen.

Storebror är digital

Samarbete mellan polis, säkerhetstjänster och Internet är numera i USA – trots bristen på lagstöd – regel. George W Bushs inrättade ”Säkerhetsdepartement” söker således rutinmässigt igenom Facebook och Twitter på spaning efter ”säkerhetsrelaterade” inlägg – AT&T har hundra anställda enbart för spanings-sändamål för myndigheterna, Verizon sjuttio. I och med användningen av smarta telefoner har restriktionerna för avlyssning av ”vanlig” kommunikation i praktiken satts ur spel, eftersom kommunikationen är i stort sett öppen för inspektion av myndigheter. Motsvarande fullmakter finns i praktiken i Sverige hos Försvarets Radioanstalt.

Också Google (s.166), enligt en av dess grundare Sergey Brin, medverkar nu i denna spaningsverksamhet, som sker utan att de efterspanade får reda på det eller om de vet har rätt att tala om det... Storebror är här i stället för den totala frihetens digitala skyddsänglar.

Ja läsningen av McChesneys bok – han var senast i Sverige i maj 2013 – kan få håren att resa sig på den mest skällige. Den är ett pionjärbete när det gäller granskningen av den nya medievärlden och borde läsas av både forskare, medarbetare och medielagstiftare.

*Jens Cavallin
Linnéuniversitetet
Kalmar Växjö*

Noter

1. Muntlig information från chefen för det ansvariga direktoratet i samband med en konferens om presstöd i Haag.
2. Revisorsbyrån betjänar också Rupert Murdochs News Co.
3. John Bellamy Foster och Robert W. McChesney. 2012. *The Endless Crisis*. NY: Monthly Review Press.
4. Se Nuria Almiróns bok ”*Journalism in Crisis – Corporate Media and Financialization*” New Jersey: Hampton Press, 2010 för en grundlig behandling av detta tema.

