

# Fra ideologisk invasion til kulturelle møder

Om dansk forskning i udenlandske, internationale og globale medieforhold

Af Stig Hjarvard

*Dansk medieforskning har interesseret sig for medieforhold uden for landets grænser længe før globalisering blev et tema. Den måde, hvorpå interessen dyrkes i dansk medieforskning, og det perspektiv der lægges på disse forhold er derimod ikke kontinuert. I sin artikel skitserer Stig Hjarvard, hvordan betoningen er skiftet fra en interesse for udenlandske (fortrinsvis anglo-amerikanske) forhold, via internationale (især europæiske) til globale problemstillinger. Dermed har perspektivet på genstandsfeltet også ændret sig. Hvor man førhen især bedømte medieudvikling og påvirkning fra det danske samfunds udsigtspunkt – dvs. 'indefra' – undersøges disse aspekter idag i langt højere grad globalt-olympisk, altså 'oppefra'. Men der er også en gennemgående tråd i dansk medieforsknings historie: nemlig den nøgterne eller 'usentimentale' holdning til en fælles national kultur. Det er denne holdning, som skal bære fremtidig forskning i globale medieforhold, som vil blive en udfordring for og et centralt tema i medieforskningen fremover. Udfordringen består nemlig i at fastholde både det globale perspektiv og den faglige specialisering.*

Tvunget af en indre nødvendighed i vort materiale, der imidlertid blot genspejler en almen nødvendighed ved studiet af bl.a. massemediefænomener, har vi således måttet udvide studiet. Fra at være et autonomt ideologikritisk tekststudium inden for en nutidig national forståelseshorisont har undersøgelsen udviklet sig til et både historisk og geografisk langt mere omfattende studium... (Tegneserier – En ekspansions historie, s. 8, 1973)

Medieforskningen i Danmark var ganske tidligt præget af en orientering mod udenlandske og internationale medieforhold. Som det fremgår af ovenstående citat fra rapporten fra det kollektive forsknings- og undervisningsprojekt om tegneserier ved Aarhus Universitet i begyndelsen af 1970'erne, var der tidligt en erkendelse af, at analysen af massemediers tekstlige og produktionsmæssige forhold ikke kunne begrænses til en national forståelsesramme. Også for en analyse og forståelse af medietekster i Danmark måtte horisonten bredes ud til at omfatte en udenlandsk og først og fremmest anglo-amerikansk kontekst. En betydelig del af dagsordenen i dansk medieforsknings første 10-15 år var i konsekvens heraf optaget af studier af medietekster af udenlandsk herkomst herunder specielt den kommercielle og anglo-amerikanske kulturindustri og dens medieprodukter:

tegneserier (Andersen et al., 1973), film (Andersen et al., 1974; Andersen & Larsen, 1989), kulørt ungdomslitteratur (Drotner, 1977), hårdkogt kriminallitteratur (Michaëlis, 1978), tv (Giersing, 1982), populærjournalistik (Mortensen, 1984) m.m.

De første årtiers forskning i udenlandske og internationale medieforhold førte i dansk sammenhæng ikke til en selvstændig eller specialiseret virksomhed eller skole, som man finder det i det internationale forskningsmiljø (f.eks. med retninger som »international communication«, »intercultural communication« m.m.), men var generelt en del af det samlede medieforskningsmiljø. Miljøets lidenhed tillod ikke i de første 10-15 år nogen større specialiseringer, hvorfor de enkelte forskere vekslede mellem lokale, nationale og internationale genstandsfelter. Mere afgørende har imidlertid været, at landets størrelse gjorde det åbenbart, at medieudviklingen i Danmark foregik i snæver sammenhæng med den internationale udvikling, og denne fundamentale afhængighed gjorde forståelsen af de internationale medieforhold til en vigtig refleksionsramme for hovedparten af medieforskningen.

I konsekvens af den manglende specialisering har forskningen i internationale medieforhold – på godt og ondt – fulgt de almindelige faglige kon-

junkturer i dansk medieforskning; teoriudviklingen har fulgt den samme bevægelse fra en tidlig fransk og tysk teoriorientering til en senere næsten enerådende anglo-amerikansk teoriimport, og genstandsfeltet har gennemgået de samme udviklingsfaser begyndende med et fokus på selve medieteksten, dernæst en stigende grad af institutionsanalytisk beskæftigelse for senere at blive mere orienteret mod receptionen af medieprodukter.

Orienteringen mod den udenlandske og internationale medieudvikling skal i lyset af den nymarxistisk inspirerede ideologikritik og Frankfurterskolens kritiske teori, der dominerede medieforskningens første årti, lige så meget ses på baggrund af den analytiske intention om en omfattende *kontekstualisering* af teksterne som en egentlig interesse for de udenlandske og internationale medieforhold i sig selv. Kontekstualiseringen af medieteksternes ideologiske strukturer blev således ofte sat i relation til mere generelle forhold ved den internationale medieindustri: dens privatkapitalistiske indlejring, dens rolle i bevidsthedsdannelsen i et borgerligt samfund, dens rolle i den kolde krig og imperialistiske krige etc. Som for andre af datidens tekstanalyser gjaldt det, at koblingen mellem tekst og (internationalt) samfund fandt sted på et meget generelt og abstrakt niveau, hvor sædvanligvis kun medieproduktionsforholdene blev gjort til genstand for empirisk analyse. Receptionen af teksterne blev ikke undersøgt empirisk, og i stedet blev sammenhængen mellem tekst, samfund og bevidsthedsdannelse forsøgt etableret gennem brug af fortrinsvis tysk psykoanalyse (Freud), kritisk teori (Frankfurterskolen), socialisationsteori (Lorenzer, Krovoza) og fransk semiologi og myteanalyse (Barthes, Metz m.fl.).

Allerede tidligt finder man en *ambivalens* i danske medieforskeres forhold til den udenlandske populærkultur. På den ene side begribes den fremmede populærkultur teoretisk og analytisk inden for rammerne af, hvad man bredt kunne kalde en nymarxistisk forståelsesramme og er således genstand for både politisk og kulturel afstandtagen. På den anden side fornemmer man – og det har primært fornemmelsens ubestemmelige karakter – en udpræget fascination af den kommercielle populærkultur blandt flere af de selvsamme forskere. Den amerikanske kulturindustris voldsomme dynamik og evne til at få folket og arbejderklassen i tale gjorde den til et betydeligt mere interessant genstandsfelt for analyse end mange af den danske og europæiske kulturs mere konservative, stille-

stående og harmløse produkter. Det var således hverken den danske filmkomedie eller den danske provinspresse, der var de foretrukne analyseobjekter for den ideologikritiske tradition, men meget ofte den »rigtige« kulturindustriprodukter, den ægte vare fra USA.

Forskerne var spundet ind i et normativt dilemma, en modsætning mellem to positioner: på den ene side var der en interesse for udenlandsk populærkultur, fordi den udgjorde folkets smag og var i opposition til den etablerede højborgerlige smag; og som sådan udgjorde selve udpegningen af den kommercielle populærkultur som forskningsfelt en universitetsgenerations oprør mod en borgerlig akademisk kultur. På den anden side var der en vis afstandtagen til populærkulturen, fordi selvsamme kulturindustri udbyttede folket. Denne ambivalens var tillige præget af det forhold, at Danmark var (og er) et både lille og vestligt land. Man var set med datidens optik på en og samme tid placeret i kapitalismens centrum (vesten) og dermed »medansvarlig« for imperialismen og som lille land udsat for en kulturimperialisme fra USA.

Ambivalensen blev til et reelt politisk problem, da medieforskerne efterhånden fik institutionaliseret feltet og søgte at opnå indflydelse på den statslige mediepolitik. Skulle en mediepolitik have et forsvar mod den kommercielle kulturindustri som vigtigste formål, og risikerede man dermed ikke blot at forsvare de nationale og borgerlige kulturinstitutioner? Eller skulle en mediepolitik radikalt satse på en Enzenbergersk græsrodsstrategi med lokal orientering, hvor enhver passiv modtager skulle forvandles til en aktiv afsender, men risikerede man dermed ikke at prisgive den nationale public service institution den udenlandske mediekapital? Forståelsen af de internationale medieforhold var ved indgangen til 1980'erne ikke længere kun af teoretisk-analytisk interesse, men var blevet et mere konkret og aktuelt politisk anliggende – også for medieforskerne.

## Modtagerorientering og europæisering

I første halvdel af 1980'erne begyndte Cultural Studies traditionens nyorientering mod receptionen af medier at slå igennem i dansk medieforskning, og den blev ikke mindst anvendt til en revision af de udenlandske medieprodukter betydning og indflydelse. Anne Hjorts (1984) komparative

analyse af danske kvinders reception af den amerikanske soap Dallas og den danske serie Krigsdøtre var et første større og vellykket forsøg på empirisk at belyse modtagernes forskelligartede reception af amerikansk og dansk produceret fiktion. Arven fra den ideologikritiske tradition var i de første studier både herhjemme og i den anglo-amerikanske Cultural Studies-tradition stadig tydelig, idet der teoretisk blev lagt vægt på at belyse oppositionelle læsninger i forhold til teksternes dominerende ideologiske budskaber; som sådan var der fortsat tale om ideologikritik, men perspektivet havde forrykket sig betydeligt: fra teksternes ideologiske strukturer til den livsverden som modtageren modtog og anvendte medieteksterne i.

Receptionsanalysens øgede fodfæste i dansk medieforskning i sidste halvdel af 1980'erne blev ikke mindst opnået gennem studier, der havde udenlandske medier og deres reception som genstandsfelt (Jensen, 1986; Drotner, 1988; Schrøder, 1988b). I kølvandet på receptionsanalysen kom en revurdering af den kommercielle og amerikanske medieindustri produkter og deres indflydelse på bevidsthedsdannelse og kulturformer i Danmark, men denne revurdering fandt dog ikke sted uden betydelige sværdslag, hvor udtryk som »værdirelativisme«, »populistisk radikalisme«, »den gode smags tyranni« m.fl. blev brugt til at karakterisere de forskellige positioner i kontroversen (Schrøder, 1988a; Bondebjerg, 1988). Det var karakteristisk, at denne faglige debat også foregik i og med en bredere offentlighed (dagspressens kulturspalter), hvor ikke mindst amerikanske serier som Dallas og Dynasty blev gjort til en slags sindbilleder på den kulturelle forandring.

Ud over selve fokusskiftet fra tekst til reception var et vigtigt resultat af disse faglige diskussioner tillige, at den uproblematiserede normative orientering, der lå i såvel nymarxismen som kulturradikalismen, blev afløst af en kultursociologisk og empirisk diskussion af kvalitet og smag, hvor ikke mindst Pierre Bourdieus sociologi kom til at spille en vigtig rolle til forståelse af smag og kvalitetsnormer. Kvalitet blev gradvist rykket ud af et politisk-normativt gebet og gjort til genstand for videnskabelig refleksion, hvilket blandt andet førte til en erkendelse af, at kvaliteten ved et givent medieprodukt, herunder de udenlandske, blandt andet måtte vurderes i forhold til genrebestemte kriterier og ikke ud fra en absolut norm.

I 1990'ernes receptionsanalyse ændredes den analytiske optik i forhold til det nationale ud-

gangspunkt. Hvor der tidligere havde været et mere eller mindre eksplicit nationalt udgangspunkt, blev der i stigende grad et internationalt eller globalt syn på modtagelsen af kulturprodukter. Hvor man i 1980'erne fandt det naturligt at sammenligne det udenlandske med det danske, fandt der i 1990'erne en relativisering af den danske kontekst sted. Man foretog fortsat komparative analyser, men i stedet blev der sammenlignet på tværs af en række lande for at påpege empiriske forskelle og ligheder og udvikle teori og forklaringsmodeller på receptionen på tværs af nationale specificiteter. Kollektive og internationale forskningsprojekter som »News of the World« (Jensen, 1998), der sammenlignede reception af nyheder, og »Himmelweit«-projektet (Lemish et al., 1998), der sammenlignede børn og unges mediebrug, markerede, at dansk medieforskning i stigende grad var blevet en del af et internationalt forskningsmiljø, hvor den nationale kontekst ikke længere afgrænsede en given forståelseshorisont, men snarere udgjorde én blandt flere mulige empiriske »samples« eller case-studier.

Sideløbende med receptionsanalysens vækst kom der i 1990'erne flere institutionsanalytiske bidrag om internationale medieforhold fra danske medieforskere. Hvor der i 1970'erne og 1980'erne havde været et stærkt fokus på specielt USA's medieindustri, men også enkelte landes medieudvikling (især Tyskland, Frankrig, Italien), var der fra slutningen af 1980'erne og gennem 1990'erne en betydelig forskning rettet mod europæiske medieforhold. Dette var naturligvis et resultat af EU's stigende involvering i mediepolitiske og -industrielle anliggender (støtteprogrammer til europæisk medieindustri, medielovsharmonisering, protektionisme over for USA m.m.), som gradvist satte den europæiske dimension på dagsordenen. Sepstrup (1990) leverede således en omfattende analyse af tv-programimport og -eksport i Europa, og fra den politologiske forskning kom bidrag om udviklingstendenser i europæisk mediepolitik (Siune & Truetzschler, 1992) og komparative studier af medieforhold i de enkelte lande (Østergaard, 1997). Hjarvard (1995) havde ligeledes et stærkt fokus på den europæiske dimension i sin historiske studie af den internationale handel med tv-nyheder.

Som for receptionsanalysernes vedkommende var også institutionsanalyserne i 1990'erne kendetegnet ved en relativisering af den nationale forståelseshorisont. Synsvinklerne var komparative mellem europæiske lande eller koncentreret om (fælle-

s) europæiske medieforhold og -politik. Det betød ikke, at danske medieforskere overtog en EU-optik på medieudviklingen. Tværtimod har det været karakteristisk, at studier af europæiske medieforhold har været ganske kritiske over for EU's mediepolitiske initiativer og blandt andet har leveret empirisk dokumentation for manglende politisk konsistens bag de forskellige EU-tiltag. Endelig skal det tilføjes, at tekstanalyser af udenlandske medieprodukter i et komparativt perspektiv ikke forsvandt fra medieforskningens dagsorden, men gennem 1990'erne vedblev at udgøre et vigtigt forskningsfelt (f.eks. Bondebjerg, 1993).

I 1990'erne ser man tillige en stigende interesse for feltet *interkulturel kommunikation* blandt medieforskere (Jensen & Løngreen, 1995). Feltet var allerede opdyrket i en række miljøer inden for sprog- og kulturfag (f.eks. SPRØK på Handelshøjskolen i København og SPIRIT på Aalborg Universitet), men uden de store forbindelseslinier til medieforskningen. I interkulturel kommunikation står medieaspektet ikke nødvendigvis i centrum for analysen, og nationen udgør ikke den centrale kulturelle enhed, sådan som det er tilfældet i de komparative landestudier. Inden for feltet interkulturel kommunikation er individets og gruppens identitetsdannelse gennem kommunikation i kulturelle møder det centrale undersøgelsesfelt. Parallelt med denne udvikling finder man også en stigende interesse for *medieetnografiske* studier af udenlandske mediekulturer (Tuft, 2000), hvor det ikke er receptionen af medieprodukter, der er i centrum for analysen, men selve omgangen med medier og genrer i den hverdagslige kontekst, der udgør undersøgelsens genstandsfelt.

Fremvæksten af forskning i *computerbaserede medier og informationsteknologi* gennem 1990'erne indebærer en yderligere relativisering af eller måske snarere opløsning af en national forståelseshorisont. Selvom computer- og IT-forskning i udpræget grad har været genstand for national politisk opmærksomhed og været støttet af nationale industri- og forskningspolitiske initiativer, har denne forskning helt overvejende været præget af en forståelse af disse medier og medieteknologier som transnationale eller globale fænomener. I det omfang man kan tale om et dansk perspektiv i denne forskning, har det ligget i det teori- og metodeperspektiv, som traditioner i dansk medieforskning har tilført computer- og IT-forskningen, først og fremmest en betydelig vægt af humanistiske teoridannelser og kvalitative metoder (Andersen et al.,

1993). Det er således forskningsperspektivet, der har haft et vist dansk særpræg, hvorimod genstandsfeltet overvejende har været forstået som værende af transnational eller global karakter.

## Indefra – oppefra

Den mest iøjnefaldende udvikling inden for forskning i udenlandske og internationale medieforhold har været den ændrede position, som medieforskningen har indtaget i forhold til genstandsfeltet. I de tidlige studier blev udviklingen *set indefra og ud*, d.v.s. det naturlige udsigtspunkt var placeret i det danske samfund, hvorfra man så ud på det fremmede. Det fremmede var noget, man fik øje på, når det nærmede sig de danske grænser (typisk når det blev sendt i dansk tv eller blev tilgængelig via satellit), eller som man rejste af sted for at studere »over there«. Omend man i kraft af kritisk og nymarxistisk teori opfattede Danmark som en integreret del af den vestlige verden, fik den kommercielle kulturindustri i medieforskningens optik umiskendelig karakter af at være af *udenlandsk* oprindelse.

Den noget abstrakte karakter ved den samfundsmæssige kontekstualisering, der blev de udenlandske og fortrinsvis amerikanske medieprodukter til del, hang også sammen med, at det direkte kendskab til disse medieprodukter og deres reception i praksis var begrænset, også blandt medieforskere. Først da satellit-tv og -radio og siden Internet gjorde den udenlandske og transnationale medievirkelighed tilgængelig på en langt mere konkret og omfattende måde for alle, var der skabt basis for en mere nuanceret og detaljeret forståelse af de udenlandske kulturprodukter og deres reception.

I 1990'erne undergik denne »indefra«-synsvinkel en markant ændring. Mediernes udvikling ansues i langt mindre grad ud fra et dansk synspunkt, og i stedet indtager forskningen et internationalt eller globalt-olympisk *syn oppefra og ned*. Der er ikke noget spontant eller naturligt nationalt (dansk) centrum for analysen, og nationerne udgør ikke nødvendigvis den centrale sociale kategori for komparativ analyse. Selv analyser, der empirisk sætter sig for at belyse den danske udvikling inden for et bestemt mediefelt, vil som kontekst for analysen have en global eller regional udviklingstendens (nordisk, nordeuropæisk, EU etc.), som den danske udvikling udgør en variation over. En »indefra«-synsvinkel fremstår derfor i dag som

et bevidst *valg*, en afgrænsning foretaget på baggrund af faglige, praktiske, emnemæssige eller mediepolitiske kriterier og hensyn. Som »spontan« synsvinkel på udviklingen er den ikke længere mulig uden at fremstå som naiv eller usamtidig.

Denne udvikling afspejler på den ene side en generel globalisering af samfundet, som også medieforskningen påvirkes af, hvor nationen generelt har mistet sin status som det indlysende og naturlige sociale referencepunkt, omend der ikke er tale om, at nationen er overflødiggjort eller nødvendigvis af mindre betydning. På den anden side afspejler denne udvikling også en forskningsintern udvikling, hvor medieforskningen i stigende grad har udviklet sig til en mere international akademisk-forskningsmæssig disciplin uden klare anknætningspunkter til politiske eller andre sociale projekter. Den globale – og til en vis grad relativistiske – optik, der præger nyere forskningsprojekter, vidner også om en afpolitisering af medieforskningen, hvor det er den indre forskningsmæssige dagsorden, der afgør, om mediefænomener er værd at underkaste analyse, og ikke nationale politiske eller kulturpolitiske dagsordener, der udpeger genstandsområder for medieforskningen.

Dette har imidlertid ikke betydet, at medieforskningen er mindre involveret i nationale politiske beslutningsprocesser omkring mediespørgsmål. Tværtimod er der god grund til at understrege, at dansk medieforskning aldrig har været så involveret i ministerielle udvalgsarbejder, tænketanke, rådgivningsopgaver og lignende som op gennem 1990'erne. Men medieforskernes rolle har ændret sig. Hvor medieforskere tidligere så det som en opgave at *politisere* bestemte aspekter af medieudviklingen, eksempelvis pege på de kulturpolitiske konsekvenser af indførslen af hybridnet og satellit-tv, ser medieforskere i dag det snarere som deres opgave at *sagliggøre* den politiske stillingtagen til medieudviklingen, eksempelvis uddybe og nuancere forståelsen af forskellige medieteknologiers indflydelse, af forskellige modeller for public service institutioner o.lign.

Som helhed har danske medieforsknings beskæftigelse med udenlandske og internationale medieforhold haft en betydelig tyngde såvel i kvantitative termer, idet området har fyldt ganske meget i den samlede medieforskning, som i kvalitativ forstand, idet forskningen på dette område har leveret meget solide og velreflekterede arbejder, også målt med en international forskningsmålestok. Ikke mindst udmærker området sig med en

betydelig *empirisk* tyngde, der har vist sig i kortlægning af europæiske programstrømme, af analyser af amerikansk tv's struktur og historie, af europæisk mediepolitik, af Eurovisionens historie og struktur og af receptionen af (udenlandske) medieprodukter (nyheder, børne- og ungdomsmedier) i komparativt perspektiv etc.

Der har dog også været nogle markante »huller« i dansk medieforsknings beskæftigelse med medierne uden for landets grænser. Det er således bemærkelsesværdigt så lidt forskning, der har beskæftiget sig med mediernes rolle i forhold til den 3. verden. Der findes enkelte arbejder (Lautrop, 1979; Retbøll, 1979, 1991; Løngreen, 1987; MedieKultur, 1994; Holm, 1987; Hjarvard, 1998), men de har sjældent tiltrukket sig nogen større opmærksomhed i dansk medieforskning som helhed. Det er endvidere karakteristisk, at nogle af disse arbejder har fokuseret mere på vestlige mediers behandling af 3. verdenslande end på medieforhold i den 3. verden. Danske medieforskere hyppige deltagelse i den internationale medieforskernesammenslutning IAMCR's (International Association for Mass Communication Research) konferencer, hvor spørgsmål om mediernes rolle i den 3. verden hyppigt har været på dagsordenen og behandlet i arbejdsgrupper, har ikke haft en afsmittende virkning på dansk medieforskning. Med enkelte undtagelser har danske medieforskere også holdt sig på afstand af IAMCR's involvering i Unescos mediepolitik og kravet om en New World Information and Communication Order, NWICO.

En udtalt mangel på forskningsinteresse har i særlig grad gjort sig gældende i forhold til de øst-europæiske lande og det tidligere Sovjetunionen. Hverken mediernes rolle under kommunismen i disse lande eller mediernes forandring og betydning i de post-kommunistiske samfund i 1990'erne har været viet nogen synderlig interesse i dansk medieforskning. Det var således karakteristisk, at da MedieKultur i 1996 udgav et temanummer om medier og politik i Europa, kunne man ikke finde danske medieforskere, der kunne belyse østeuropæiske medieforhold. Ser man på dansk medieforsknings geografiske prioriteringer må man derfor sige, at der gennem alle årene – uafhængig af forskellige forskningsparadigmers kommen og gåen – har været en betydelig koncentration omkring vesteuropæiske og angloamerikanske medieforhold og et meget ringe udblik til medier og kulturer uden for den vestlige verden.

## En usentimental tradition

Dansk medieforskning var i de første årtier ikke kun påvirket af nymarxisme og kritisk teori, men var i kraft af sine stærke rødder til litteratur- og kulturkritikken tillige præget af kulturradikalisme. De normative orienteringer i kulturradikalismen skabte problemer for medieforskningen i mødet med den angloamerikanske populærkultur, idet værdinormer undertiden stillede sig i vejen for en mere nuanceret analyse af populærkulturen. Til gengæld viste den kulturradikale klangbund sin styrke i dansk medieforskningens usentimentale omgang med forestillinger om en fælles national kultur.

Imens den offentlige medie- og kulturpolitiske debat i 1980'erne talte om forholdsregler rettet mod den forestående medieinvasion fra luften (satellitterne) og gennem jorden (hybridnettet), var der en betydelig skepsis i dansk medieforskning mod såvel kulturel protektionisme og fremhævelse af særlige kvaliteter ved det danske. Peter Larsen spurgte således i en artikel: »Det er dansk – men er det dejligt?« (Larsen, 1987), og Frands Mortensen spurgte: »Radio og tv på tværs af landegrænserne – hvad er der egentlig galt med det?« (Mortensen, 1989)

De danske mediers ideologiske guldalderkonstruktioner af danskheden blev i forlængelse af denne skepsis sat under kritisk belysning. Agger (1990) påviste således, hvordan der i lyset af en voksende internationalisering kunne iagttages en øget fokus på det særlig danske i populærkulturen, eksempelvis i reklamer. Schou (1990) tog skridtet videre og påviste, hvorledes de kulturformer, der sædvanligvis bliver trukket frem og fremhævet som en del af den danske kulturarv, allerede i udgangspunktet har været stærkt præget af om ikke ligefrem et produkt af udenlandsk påvirkning ikke mindst fra USA. Men fordi påvirkningen er foregået over tid, har der fundet en »glemsom assimilation« sted, hvorved sporene af den udenlandske påvirkning fortoner sig. Marguerite Viby og Hans W. Petersen var eksempelvis ikke pæredanske, argumenterede Schou, men tog model efter Ginger Rogers og Fred Astaire. Og Schou (1987) gjorde sig til talsmand for sin generations kulturerfaring, da han tilsluttede sig Dan Turells udsagn om, at vi er »amerikaner-danskere«: »Det var ikke os og Mageduddi, det var os og Tutti-Frutti« (Turell, 1976).

Den danske kultur har set i dette lys ikke nogen selvstændig og uspoleret kerne, men er resultatet af

et kontinuerligt møde med andre kulturer fra andre lande. Denne usentimentale opfattelse af forholdet mellem medier, kultur og (national) identitet udgør for mig at se både en rød tråd gennem megen dansk forskning i internationale og udenlandske medier gennem tiden og en vigtig tradition at bygge videre på i fremtidige analyser af en stadig mere globaliseret medievirkelighed. I nyere international medie- og kulturforskning (f.eks. medieetnografi, interkulturel kommunikation m.m.) fremhæves det ofte som en ny erkendelse, at kulturel identitet skabes i en kontinuerlig dialog over tid med andre kulturer, men en sådan opfattelse er ikke af nyere dato eller noget, man behøver lede efter i den angelsaksiske faglitteratur; den har længe været en del af kulturforståelsen i en del af dansk medieforskning.

## Den globale udfordring

Ved begyndelsen af det 21. århundrede har en række samfundsmæssige forandringer sat sig igennem med en sådan styrke, at der gradvist er ved at aftegne sig en revideret dagsorden for studiet af udenlandske og internationale medieforhold. Globaliseringen af både samfund og kultur samt nationalstatens ændrede rolle sætter nye præmisser for forståelsen af mediernes rolle i og relation til samfund og kultur.

Igennem det meste af det 19. og 20. århundrede har massemediernes, først pressen og dernæst radio og tv, bidraget til udviklingen af en national (enheds)kultur og et fælles socialt og kulturelt rum, hvori danskerne kunne føre en fælles samtale. Heri ligger der ikke nogen speciel dansk mediehistorie. Tværtimod er det denne »nationaliseringsproces«, som massemediernes generelt har understøttet i de fleste europæiske lande og siden også i en række 3. verdenslande.

Medierne har ikke altid været knyttet til det nationale projekt. Da Berlingske Tidende begyndte at udkomme i midten af 1700-tallet, blev avisen udgivet i tre forskellige udgaver på hvert sit sprog: dansk, tysk og fransk. Det afspejlede, at 1700-tallets Danmark ikke var en nation eller et nationalt fællesskab på samme måde som i dag, og at forskellige sociale klasser og lag i det danske samfund havde forskellige udenlandske orienteringer og forbindelseslinier, og danske medier afspejlede og understøttede en sådan differentiering. En sådan flersproglighed kunne man ikke forestille sig selv den mest internationalt orienterede avis ville leve

op til i dagens Danmark. Med de nationale byggeprojekter fra 1800-tallet og frem forsvandt gradvist denne sproglige og kulturelle pluralisme til fordel for et mere homogent samfund. I opbygningen af et sådant samfund måtte nogle kulturformer nødvendigvis gå tabt, og for mange af nationalstatens og siden den nationale velfærdsstats pionerer var dette ikke blot et nødvendigt onde, men direkte ønskeligt.

Set i lyset af nutidens stadige hyldest til og forsvaret for næsten enhver kulturel særegenhed og gruppedannelse uanset dens lidenhed eller usamtighed, kan det virke befriende at lytte til nogle af velfærdsstatens arkitekter og deres usentimentale forhold til de nødvendige kulturelle tab, som måtte finde sted. En kulturarkitekt som Julius Bomholt anså således radio og tv som vigtige redskaber til at »sprænge«, »opløse« og »afskaffe« tilbagestående kulturformer og bringe en bedre kultur for dagen:

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 proletariet skal fordeles, må Danmarks Radio have en væsentlig del af æren. (Julius Bomholt, i DR Årbogen 1963-64, »Stil Ind«, side10.)

Bomholts udsagn kan i denne sammenhæng ses som en reaktualisering af oplysningstidens universalisme. I modsætning til romantikkens hyldest til det partikulære og relative, var oplysningstiden præget af fortalere for det universelle og fælles. Denne universalistiske fordring fandt man tilsvarende i socialismen og arbejderbevægelsen, og det prægede de socialdemokratiske arkitekter bag velfærdsstaten.

På samme måde som dannelsen af nationen som et kulturelt fællesskab indebar en afsked med en række kulturformer, vil også de igangværende sociale processer, der bredt kan betegnes under begrebet globalisering, medføre både kulturelle tab og etableringen af nye kulturformer. En videreførelse af den usentimentale tradition vil indebære, at man ikke i udgangspunktet opfatter det som problematisk, at der ved dannelsen af nye kulturformer sker en erosion eller direkte tab af eksisterende kultur. Globaliseringen kan i nogle tilfælde også betragtes positivt som en udfordring til lokale kulturer, der gennem en appropriering af fremmede

kulturformer kan fastholde deres særegenhed og derigennem demonstrere deres levedygtighed (Miller, 1995). Det indebærer tillige, at man forholder sig usentimentalt til nye og fremmede kulturformer og nøgternt analyserer de økonomiske, politiske og teknologiske forhold, der ligger bag dem, herunder bag de medier, der formidler dem.

En usentimental tilgang betyder også, at man forholder sig skeptisk til kosmopolitanismens og interkulturalismens nye »guldalderkonstruktion«: Hyldesten til det udfordrende liv i det socialt hybride og multikulturelle samfund. Bortset fra at der i denne nye guldalderkonstruktion er et betydeligt stænk af den velaflagte kosmopolits begejstring for en eksotisme, som han eller hun kun oplever med den rejsendes øjne (Friedman, 1999), er der heller ingen garanti for, at et kommende mere kulturelt hybridt samfund vil blive et mere rart eller interessant sted at opholde sig i end den nationale enhedskultur. Det kommende, mere globale samfund vil præcis som det gamle nationale samfund være præget af sociale og kulturelle uligheder, og placeringen i de sociale og kulturelle hierarkier vil bestemme ens velbefindende i den nye orden.

De igangværende sociale og kulturelle processer, der ofte beskrives under overskriften globalisering, udvider og redefinerer feltet for den hidtidige forskning i internationale og udenlandske medier. Globaliseringsprocesserne indebærer en udvidelse af genstandsfeltet både i den simple forstand, at medieudviklingen ét sted i verden i stigende grad har betydning for eller påvirkes af medieudviklingen et andet sted i verden, og i den videre forstand at der må indtænkes flere »geografiske lag« i analysen. Medieudviklingen går til dels på tværs af grænser og lader sig ikke længere – alene – forstå som en udveksling mellem nationale enheder; både de konkrete strømme af medieprodukter og de kulturelle konsekvenser heraf finder sted på mange forskellige niveauer: lokale, regionale, nationale, transnationale og globale niveauer. Globaliseringen indebærer tillige en redefinering af forskningsfeltet, idet de nationale institutioner, herunder den politiske og kulturelle offentlighed, som medierne typisk har været indrammet af, ikke længere så entydigt knytter an til de medieskabte offentligheder og kommunikationsrum.

Førend jeg går videre med en diskussion af mediernes rolle i globaliseringsprocesserne, skal det præciseres, hvad der forstås ved globalisering. I den akademiske litteratur findes en række mere el-

ler mindre udførlige definitioner af, hvad der skal forstås ved globalisering (se Giddens (1991), Tomlinson (1999) og Waters (1995) for nogle af de bedre definitioner), men jeg vil selv tage afsæt i den definition, som Held et al. (1999) arbejder med:

Accordingly, the concept of globalization implies, first and foremost, a *stretching* of social, political and economic activities across frontiers such that events, decisions and activities in one region of the world can come to have significance for individuals and communities in distant regions of the globe. In this sense, it embodies transregional interconnectedness, the widening reach of networks of social activity and power, and the possibility of action at a distance. (Held et al., 1999: 15, fremhævelse hos Held et al.)

I forlængelse af denne forståelse indebærer globalisering tillige, at forbundetheden over afstand intensiveres, således at udvekslingernes omfang vokser i volumen og rækkevidde, og at interaktionens hastighed forøges. Nu er sådanne transregionale forbundetheder ikke noget nyt fænomen, men kendes helt tilbage fra antikken. Det afgørende ved den igangværende globaliseringsproces er, at forskellige sociale områder (økonomi, teknologi, politik, militær, kultur etc.) på samme tid (omend ikke på samme måde) gennemgår en omfattende udvidelse og intensivering af social forbundethed over geografisk afstand. Held et al. (1999) konkluderer således på baggrund af den hidtidig mest omfattende – og empirisk forpligtende – analyse af globaliseringsprocesser inden for flere sociale felter, at

In sum, although there exist important continuities with previous phases of globalization, contemporary patterns of globalization constitute a distinctive historical form which is itself a product of a unique conjuncture of social, political, economic and technological forces. (Held et al., 1999: 429)

Denne udvikling indebærer ikke nødvendigvis, at nationen har mistet betydning som social institution, men i stedet er der snarere tale om, at nationen har fået en ændret rolle og betydning for samfundet. Fremfor at være centrum for eller væsentligste regulator af hovedparten af sociale aktiviteter, får nationen i tilgift en formidlende, medierende rolle mellem andre niveauer, lokale, regionale og globale. Som sådan placerer argumentet hos Held et al. (1999) sig mellem to yderpoler i opfattelsen af globalisering: mellem på den

ene side »hyper-globalisterne«, for hvem nationen er enten død eller stærkt på retur, og på den anden side »skeptikerne« eller traditionalisterne, der kun ser de igangværende forandringer som gammel vin på nye flasker.

Medierne spiller en vigtig rolle i globaliseringen, både inden for andre sociale områder (politik, økonomi etc.) og som en afgrænset social institution, der selv er genstand for globalisering. En første differentiering af mediernes rolle i globaliseringsprocesser vil være at skelne mellem tre forskellige måder, hvorpå medierne bidrager til globaliseringen af samfundet. For det første fungerer medierne som *kommunikationskanaler*, der muliggør informationsoverførsel og interaktion over store afstande, og som sådan udgør de moderne medier en mulighedsbetingelse for andre institutioners øgede forbundethed over geografisk afstand. For det andet fungerer medierne som *budbringere* om en mere global verden (Hjarvard, 1993b). Den stadig større strøm af medieprodukter over kloden (gennem satellit og kabler) og den øgede mulighed for hurtigt og let at opsøge information på tværs af grænser (f.eks. gennem Internet) har som sin mest generelle sociale konsekvens, at den *kulturelle refleksivitet* øges. Praktisk talt ingen kultur på kloden kan i dag udvikle sig uden fortløbende at blive gjort opmærksom på andre kulturers eksistens og deres levevis og udseende. Som sådan må enhver kultur udvikle sig i en dialog med andre kulturformer, som man kan tilnærme sig eller afgrænse sig fra. Mediernes globalisering indebærer, at alle kulturer må leve i et mere eller mindre udtalt konkurrenceforhold med andre kulturer, hvis livsvilkår til stadighed er tilstede via medierne som alternativer.

For det tredje spiller medierne en rolle i globaliseringen ved gennem selve *mediestrukturen* at etablere og favorisere forskellige interaktionsmuligheder og rollefordelinger i de sociale relationer. I diskussioner af ikke mindst de nye, computerbaserede mediers betydning for ændringer i samfundsstrukturen og for sociale relationer mellem deltagerne i kommunikationen er det ofte blevet fremført, at de nye medier på en eller anden måde vil udvirke en form for »tilbagevenden« til en mere nær eller lokal kommunikationsstruktur, men nu i global målestok. Som sådan høres der i aktuelle diskussioner af IT-samfundet et stærkt ekko af Marshall McLuhans idé om den globale landsby; eksempelvis finder man det i Manuel Castells tale om »the electronic huts« i netværkssamfundet (Castells, 1996).

Denne forestilling om en form for tilbageven-



den til kommunikationsformer og sociale relationer, der har en mere overskuelig og/eller lokal karakter, ligner en guldalderkonstruktion, der projicerer forestillingen om en svunden og mere »nær« verden ud i en fremtid, hvor tekniske nyskabelser skal muliggøre den tabte overskueligheds genkomst. Bortset fra den implicite romantisering af tidligere lokale og mundtlige kommunikationsformer er der heller ikke synderligt belæg for, at de sociale relationer, der fremmes af nye medier, skulle antage sådanne mere overskuelige og »nære« former. De interfaces eller interaktionsflader, der udvikles til nye medier, vil ganske rigtigt i stigende grad mime den nære interpersonelle kommunikationsformer (Hjarvard, 1997), men de sociale relationer og interaktionsformer, der stimuleres af de nye medier, vil i større grad være præget af en *kulturel og mental urbanisering*. Det er således heller ikke noget tilfælde, at byen udgør en hyppigt anvendt metafor i fortolkningen og formgivningen af IT-medier (Donath, 1997; Gotved, 1999).

Hvis det nationale industrisamfund banede vejen for den materielle og geografiske urbanisering, vil det globaliserede samfund præget af nye medier bane vejen for en kulturel og mental urbanisering. Fremfor en tilbagevendende til »nære« førmoderne livsformer vil de nye medier – i sammenhæng med andre sociale processer – bringe os videre ind i højmoderniteten, hvor det ikke er landsbykulturen, men derimod den globale metropol, der kommer til at udgøre den kulturelle og mentale tilstand.

De nationale medier, pressen og public service-radio og -tv, bidrog i et vist omfang til at skabe en form for helhed, overskuelighed og sammenhæng i den moderne velfærdsstat. De indgik i et bevidst forsøg på at skabe en række forpligtende kulturelle og politiske fællesskaber, hvor der til forskellige sociale felter hørte et sæt af afgrænsede sociale roller. Medierne søgte gennem deres kobling til nationale institutioner at skabe en sammenhæng mellem, hvad der blev kommunikeret i det offentlige rum og hvad der blev (politisk) handlet i forhold til. Hvad man kunne få information om og nære følelser for i de nationale medier, var koblet til social handlen gennem nationale institutioner.

Nye medier med mere global rækkevidde såsom satellit-tv og Internet er kendetegnet ved andre sociale kvaliteter, der har lighedspunkter med den måde, hvorpå mennesker omgås i storbyen (se f.eks. Wirth (1938)). Satellit-tv og Internet kan således siges at lægge op til en brug og en interaktion,

der åbner mulighed for mange, mindre forpligtende interaktioner og fællesskaber. Der er en flerhed af sociale roller til rådighed for den enkelte, og der behøver ikke være konsistens på tværs af rollerne, idet individets adfærd i én situation ikke er synlig i andre situationer. Som sådan lægges der op til en attitude-relativisme, en rolle-fleksibilitet. Der er tillige en reduceret kobling mellem viden, følelser og social handlen. Der er praktisk talt ingen grænser for, hvad man kan få information om eller nære følelser for via satellit-tv og Internet, men denne viden og følelsesaktivering er uden en klar kobling til sociale handlingsagenturer.

De nationale medier etablerede en tidlig enhed for alle: de skabte gennem deres udgivelsesfrekvens og programvirksomhed en fælles og synkron tid for alle. De skabte tillige en række fællesoplevelser gennem direkte transmissioner. Nye medier som satellit-tv og Internet er kendetegnet ved en større grad af tidsfleksibilitet i forhold til den enkelte bruger, og dette vil blive endnu mere fremherskende i takt med interaktive medieydelsers fremvækst. I den globale metropol holder medierne åbent døgn rundt, hvad der på den ene side er en fordel for den individuelle forbruger, men som på den anden side mindsker oplevelsen af at gøre noget fælles med andre på samme tid. Brugeren af de nye medier må tillige opgive at navigere i medieudbuddet ud fra et kendskab til helheden og de samlede muligheder. Som i storbyen er uoverskueligheden et grundvilkår på Internettet og i satellit-universet, og man må navigere på baggrund af tidligere rejseerfaringer, henvisninger man får undervejs og styret af individuelle behov. Uanset hvor længe man bliver i denne metropol, vil der fortsat være nogle steder og områder, der forbliver udforskede (Hjarvard, 2000).

Globaliseringen sætter – som antydnet og eksemplificeret ovenfor – nogle ændrede præmisser for forståelsen af forholdet mellem medier på den ene side og kultur og samfund på den anden side. Samtidig bidrager mediernes udvikling til globaliseringen på forskellig måde, herunder en forandring af de sociale og kulturelle relationers karakter i en mere global, urban og højmoderne retning. Denne ændrede dagsorden er allerede blevet reflekteret i noget af den nyere medieforskning, jvf. det tidligere omtalte skifte fra et »indefra-og-ud« til et »oppefra-og-ned« perspektiv. Men den globale udfordring bør og vil givetvis blive et mere centralt tema i medieforskningen fremover.

## To tendenser

Udviklingen i dansk medieforskning rummer to tendenser, der til en vis grad trækker forskningsperspektivet i hver sin retning: på den ene side en øget global orientering, på den anden side en øget specialisering. Den del af medieforskningen, der har beskæftiget sig med medierne uden for den nationale kontekst har således bevæget sig fra en beskæftigelse med *udenlandske* medier, der enten befandt sig »over there« eller kom ind over de danske grænser, til studier af *internationale* medieforhold typisk gennem komparative landestudier eller regionale (europæiske) studier, og frem til en behandling af *globale* medieforhold, hvor nationen ikke længere entydigt udgør den centrale analyseenhed, og hvor lokale, nationale og transnationale medie- og samfundsforhold gensidigt påvirker hinanden.

Det betyder ikke, at nationale medieforhold og den nationale ramme omkring medierne helt er ved at forsvinde fra medieforskningens horisont. Der er derimod tale om, at nationen – netop i kraft af globaliseringen – har mistet sin selvfølgelighed og er blevet genstand for den refleksivitet, der kendetegner højmoderniteten. På denne måde har globaliseringen sat nationen på dagsordenen – både problematiseret og aktualiseret den – også i medieforskningens regie.

Hvor medieforskningen i Danmark i 1970'erne og i det meste af 1980'erne ikke var præget af en større specialisering, har der fra slutningen af 1980'erne og i 1990'erne gradvist udviklet sig en række fagopdelinger baseret på genstandsfelt (tv, radio, IT-medier, lokal/national/international, forskellige genrer, publikumssegmenter (unge, indvandrere) etc.) og på teori og metode (interkulturel kommunikation, receptionsanalyse, institutionsanalyse, medietnografi etc.). Denne tendens til øget specialisering skal ses i sammenhæng med medieforskningens konsolidering og institutionalisering som undervisnings- og forskningsfelt på praktisk talt alle højere læreanstalter i Danmark. Endelig afspejler det også danske medieforskeres øgede internationale samarbejde, hvor man i stigende grad knytter an til mere specialiserede forskningsmiljøer og forskellige skoler. Medieforskningen i Danmark har altid haft et betydeligt udblik til udenlandsk teori og metode, men dette udblik er i stigende grad blevet udviklet til mere forpligtende samarbejder (Hjarvard & Søndergaard, 1998).

En vigtig udfordring for den fremtidige medieforskning bliver at kunne fastholde både et globalt perspektiv og en faglig specialisering. Den faglige specialisering er en både naturlig og nødvendig del af en videnskabs udvikling og modning, men den rummer samtidig en risiko for indsnævring af perspektivet og i sidste instans også af forståelsen af mediernes rolle i samfund og kultur. Netop fordi globaliseringen skaber en øget og ændret forbundethed mellem alle geografiske niveauer, og påvirker såvel medieproduktion, tekstformer og -indhold, samt reception af medier, er det vigtigt at fastholde det globale helhedsperspektiv som en forståelsesramme også for meget specialiserede forskningsprojekter. Omend den tidlige medieforskning fordring om en helhedsforståelse og en omfattende kontekstualisering af mediernes rolle i samfund og kultur udsprang af en noget snæver teoretisk dagsorden, er behovet for helhedsforståelse og kontekstualisering ikke mindre nødvendigt i dag, tværtimod. Udsprang denne fordring om en omfattende kontekstualisering tidligere af fortrinsvis teoretiske antagelser, er den i dag først og fremmest givet i kraft af den empiriske virkelighed, det globale samfund er ved at forme.

## Litteratur:

- Agger, Gunhild (1990) »Gensyn med guldalderen. Det nationale i øst og vest«, in *MedieKultur* nr. 13, august 1990.
- Andersen, Lissi Ørvad et al. (1973) *Tegneserier. En ekspansions historie*, Aarhus: GMT.
- Andersen, Michael Bruun et al. (red.) (1974) *Film Analyser*, København: Røde Hane.
- Andersen, Michael Bruun & Larsen, Peter (1989) [manuskript afsluttet 1981] *Film og Samfund*, København: Institut for Film, TV og Kommunikation.
- Andersen, Peter Bøgh; Holmqvist, Berit og Jensen, Jens F. (red.) (1993) *The Computer as a Medium*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bondebjerg, Ib (1988) »Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning«, in *MedieKultur* nr. 7, marts 1988.
- Bondebjerg, Ib (1993) *Elektroniske Fiktioner. Tv som fortællende medie*, København: Borgen.
- Castells, Manuel (1996) *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture*, volume I, Oxford: Blackwell.
- Donath, Judith Stefania (1997) *Inhabiting the virtual city: The design of social environments for electronic communities*, Ph.D.-thesis, MIT, <http://judith.www.media.mit.edu/Thesis/>
- Drotner, Kirsten (1977) *Drengemagasiner – Magasindrenge*, Aarhus: GMT.

- Drotner, Kirsten (1988) *English Children and their Magazines, 1751-1945*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Friedman, Jonathan (1999) »The Hybridization of Roots and the Abhorrence of the Bush«, in Featherstone, Mike & Lash, Scott (red.): *Spaces of Culture. City, Nation, World*, London: Sage.
- Giddens, Anthony (1991) *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.
- Giersing, Morten (1982) *TV i USA*, København: Gyldendal.
- Giersing, Morten & Sepstrup, Preben (1984) *De Nye Medier i USA*, Aarhus: Institut for Markedsøkonomi ved Handelshøjskolen i Aarhus.
- Gotved, Stine (1999) *Cybersociologi – Det samme på en anden måde*, Ph.D.-afhandling, <http://akira.ruc.dk/~gotved/Stinephd.htm>.
- Held, David; McGrew, Anthony; Goldblatt, David, og Perraton, Jonathan (1999) *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*, Cambridge: Polity Press.
- Hjarvard, Stig (1993a) »Kritisk status over eit paradigme: 'The Structure of Foreign News'«, in Hagen, Ingunn & Helland, Knut (red.) *Verda på skjermen – om nyheter og fjernsyn*, Oslo: Det Norske Samlaget.
- Hjarvard, Stig (1993b) »Globaliseringens Budbringer«, in *Grus* nr. 41, 1993.
- Hjarvard, Stig (1995) *Internationale TV-nyheder*, Akademisk Forlag.
- Hjarvard, Stig (1996) *Grænseløse Medier – Nye Sociale Fællesskaber?*, København: Statsministeriets Medieudvalg.
- Hjarvard, Stig (1997) »Simulerede samtaler: Om forholdet mellem interpersonel kommunikation og medieformidlet kommunikation«, in *MedieKultur* nr. 26, april 1997.
- Hjarvard, Stig (1998) »TV News Exchange«, in Boyd-Barrett, Oliver & Rantanen, Terhi (red.) *The Globalization of News*, London: Sage.
- Hjarvard, Stig & Søndergaard, Henrik (1998) »Media Research in Denmark«, in *Sekvens 1998*, København: Institut for Film- & Medievidenskab.
- Hjarvard, Stig (2000) *Mediated Encounters*, Working Papers no. 2, Copenhagen: Global Media Cultures, Department of Film & Media Studies.
- Hjort, Anne (1984) *Når Kvinder Ser TV*, upubliceret magisterspeciale, Institut for Litteraturvidenskab.
- Holm, Hans-Henrik (1987) *Danskernes billede af Afrika*, forskningsrapport, Project Image of Africa no.5, Århus: Institut for Statskundskab.
- Jensen, Iben & Løngreen, Hanne (red.) (1995) *Kultur og Kommunikation*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Jensen, Klaus Bruhn (1986) *Making Sense of The News*, Aarhus: Aarhus University Press.
- Jensen, Klaus Bruhn (1998) *News of the World. World Cultures look at television news*, London: Routledge.
- Larsen, Peter (1987) »Det er dansk – men er det dejligt?«, in *MedieKultur* nr. 5, marts 1987.
- Lautrop, Susanne (1979) »Massemedier og Vestlig Kulturimperialisme i U-landene«, in Giersing, Morten & Holter, Alf (red.): *Fremtidens TV?*
- Lemish, Dafna; Drotner, Kirsten; Liebes, Tamar; Maigret, Eric & Stald, Gitte (1998) »Global Culture in Practice: A Look at Children and Adolescents in Denmark, France and Israel«, in *European Journal of Communication* no. 4.
- Løngreen, Hanne (1987) »Kulturimperialismens nye ansigt. Mediestrømme i den 3. verden«, in *MedieKultur* nr. 5, marts 1987.
- MedieKultur (1994) *Tema: Medier, Kultur og Udvikling*, særnummer om Latinamerika, juni 1994.
- MedieKultur (1996) *Tema: Europa: Medier og Politik*, nr. 25, september 1996.
- Michaëlis, Bo Tao (1978) *Portræt af småborgeren som privatdetektiv*, København: Medusa.
- Miller, Daniel (1995) »Den lokale Coca Cola og den globale Coca Cola«, in *Tendens. Tidsskrift for Kultursociologi*, 7. årgang, nr. 2, 1995.
- Mortensen, Flemming (1984) *Journalistik som oplevelsesforskning. En analyse af Bild-Zeitung*, Skriftrække fra Institut for Litteraturvidenskab (SIL), nr. 11, København: C. A. Reitzels Forlag.
- Mortensen, Frands (1989) »Radio og tv på tværs af landegrænserne – hvad er der egentlig galt med det?«, in *Grus* nr. 27.
- Retbøll, Torben (1979) *Kampuchea og den vestlige presse 1975-1978*, København: Forlaget Oktober.
- Retbøll, Torben (1991) *Massemedier og menneskerettigheder: nyhedsformidling i internationalt perspektiv*, Århus: Klim.
- Sepstrup, Preben (1990) *Transnationalization of Television in Western Europe*, London: John Libbey.
- Schou, Søren (1987) »Det er dansk – eller er det?«, in *MedieKultur* nr. 5, marts 1987.
- Schou, Søren (1990) »Det gamle guld og det ny glimmer. Internationaliseringen af dansk nationalfølelse«, *MedieKultur* nr. 13, august 1990.
- Schrøder, Kim (1988a) in »Oplevelsens kvalitet. Om kvalitetskriterier i kunst og kulturindustri«, *MedieKultur* nr. 7, marts 1988.
- Schrøder, Kim (1988b) »The Pleasure of Dynasty«, in Drummond, Phillip & Paterson, Richard (red.) *Television and its Audience*, London: BFI.
- Siune, Karen and Truetzschler, Wolfgang (1992) *Dynamics of Media Politics*, London: Sage.
- Tomlinson, John (1999) *Globalization and Culture*, Cambridge: Polity Press.
- Tufte, Thomas (2000) *Living with the Rubbish Queen – telenovelas, culture and modernity in Brazil*. London: University of Luton Press.
- Turell, Dan (1976) kronik i *Politiken* d. 5. januar 1976.
- Waters, Malcolm (1995) *Globalization*, London: Routledge.
- Wirth, Louis (1938) »Urbanism as a way of life«, optrykt i Wirth, Louis: *On Cities and Social Life*, 1981, Chicago: The University of Chicago Press.
- Østergaard, Bernt Stubbe (red.) (1997) *The Media in Western Europe*, 2. udgave, London: Sage.

Stig Hjarvard er lektor ved Institut for Film- og Medievidenskab, Københavns Universitet

# Medielandskabet Post Mediasaurus?

Udfordringer til medieforskningen efter massemedierne<sup>1</sup>

Af Jens F. Jensen

*Der er mange bud på, hvilken betydning informationsteknologi vil få for fremtidens medielandskab. Disse bud spænder fra forestillinger om en ny skelsættende medierevolution, som vil få de kendte massemedier til at forsvinde, til påstande om, at der med de 'nye' multimedier egentligt ikke er noget nyt under solen. I stedet for at kaste sig ud i usikre spådomme om, hvad fremtiden måtte bringe, forsøger Jens F. Jensen i denne artikel at skitsere de aktuelle forandringer i medielandskabet. Desuden diskuteres de udfordringer, som disse forandringer stiller medieforskningen overfor. Det drejer sig om følgende tema-tikker: interpersonel kommunikation vs. massekommunikation, mediekonvergens vs. divergens, de nye mediers 'indhold' og rebalancering af push- og pull-medierne. Artiklen munder ud i en påpegning af, hvordan medieforskningens genstandsfelt er ved at forandre sig, idet stadig større dele af hverdagslivet og virkeligheden bliver medierede: indkøb, banktransaktioner, underholdning, 'smarte' forbrugs-genstande etc. Dermed bliver de også i det mindste potentielt objekter for kommunikations- og medieforskningen.*

## Mediasaurus?

Michael Crichton, forfatteren til bogen *Jurassic Park*, har i en artikel med titlen »Mediasaurus« sammenlignet massemedierne med dinosaurerne. Massemedierne, skriver han, er blevet til kæmpe-mæssige, kluntede skabninger, der ikke er tilpasset den nye informationsteknologiske verdens population af fleksible, intelligente minimedier og computerbaserede netmedier. De er derfor på vej til at blive forældede, uddaterede, udslettede – »[a] dinosaur, ... on the road to extinction«. Crichtons centrale spådom lyder derfor: »Today's mass media is tomorrow's fossil fuel« (Crichton 1993).

Hvis Crichton har ret i sin forudsigelse – at dagens massemedier er uddøende og kommer til at udgøre morgendagens fossile brændstof – så er spørgsmålet naturligvis: Hvad er dagens massemedieforskning så? – og dagens massemedieforskere?

En anden skribent med sans for de hurtige formuleringer, George Gilder, taler om 'Life after Television'. Gilder beskriver på mange måder udviklingen i samme termer som Crichton. Han hævder, at »television, in technical terms, ... [is] dead«, at på samme måde som den centralistiske mainframecomputer og IBM kollapsede i 1980'erne til fordel for PC'en, så vil den samme centralistiske tv-struktur nu kollapse, således at: »In coming years, the very words »telephone« and »televi-

sion« will ring just as quaintly as the words »horseless carriage«, »icebox«, »talking telegraph«, or »picture radio« ring today« (Gilder, 1994: 12).

'Er der et liv efter tv og broadcasting?' er Gilders centrale spørgsmål. '— For massemedieforskningen?' kunne man fristes til at tilføje. Gilders svar på det første spørgsmål er: Ja, det hedder PC eller 'telecomputeren'. Men hvad er svaret på det andet spørgsmål?

Redaktørerne af det trendsættende computer- og livsstilsmagasin *Wired* mener ikke, at tv og massemedierne, som vi kender dem i dag, slet og ret vil uddø. Derimod mener de, at der vil opstå et nyt medielandskab, domineret af netværket – »The ever-expanding network model that started with the postal system and telephones is being transplanted to this new ecology« (Kelly et al. 1997: 22) – og at broadcasting blot vil komme til at udgøre en enkelt kanal i dette nye netværk af konvergerende medier, hvor der vil opstå helt nye 'mediearter':

As everything gets wired, media of all kinds are moving to the decentralized matrix known as the Net. While the traditional forms – broadcast, print – show few signs of vanishing, the Net is being invaded by new media species ... Yet with each additional node ... the media the Internet can support become richer, more complex, more nuanced (Kelly et al. 1997: 12).