

politikeres verden bliver tilgængelig for befolkningen, mænds verden bliver tilgængelig for kvinder, almindelige menneskers intime tanker og problemer bliver offentlige osv.

Hjarvards ærinde i bogen er at vise, at det selskabelige samfund er en realitet langt ud over selve mediebrugen og medieindholdet. Medieteknologier er ikke passive kanaler, men tværtimod aktive miljøer, som påvirker menneskers normer, holdninger og adfærd, og som ophøjer de selskabelige samværsformer til norm på alle niveauer i samfundet, og som påvirker vores oplevelse af så forskellige institutioner som politik, kongehus og familie.

Hjarvard går i dybden med disse norm- og adfærdssændringer i de enkelte essays. Hvert essay leverer skarpe og indsigtfulde analyser, hvoraf nogle vil være *MedieKulturs* læsere bekendt (om mediernes simulerede samtaler, MK nr. 26, og reality genrens definatoriske træk og appel til forskellige seergrupper, MK nr. 34). Selvom bogens essays kredser om det samme overordnede perspektiv, kan de uden problemer læses som enkeltstående essays. Der gør bogen velegnet til det brede læsende publikum, men også til undervisningsbrug, hvor essayene kort og tydeligt repræsenterer en klart markeret position i medieforskningen – og generelt viser, hvad medieforskningen som disciplin er i stand til.

Bogen er desuden skrevet i sprog, hvor der er gjort umage med ikke at overdosere med akademiske termer og forbehold, også selvom der undervejs refereres rundhåndet til sværvægttere som fx Giddens, Eco og Goffman. Essayene bliver bestemt heller ikke mindre læsevenlige af, at Hjarvard udnytter essaygenrens mulighed for at formulere generaliserende og kontante udsagn, som fx "børne- og ungdoms-tv (bliver) mere og mere voksenagtig (...), voksenunderholdningen mere og mere teenageragtig" (s. 13). Dog skal det tilføjes, at Hjarvard aldrig svigter et akademisk ideal om at se tingene fra flere sider. Derfor er bogen ikke en fuldstændig afmontering af informations-samfundet, som Hjarvard erkender, at der trods alt er noget om. Med bogen har Hjarvard imidlertid etableret et nyt grundlag at vurdere og diskutere informations-samfundet på. Det gør han ved at analysere mediekulturen og det medialiserede samfund dér, hvor det for alvor bliver interessant, nemlig med fokus på den konkrete praksis. Det vil sige, hvad vi rent faktisk gør med medierne, og hvad medierne rent faktisk betyder for vores adfærd. Det er dette fokus, der bringer Hjarvard på sporet

af det selskabelige samfund, og som gør bogen til meget inspirerende og tankevækkende læsning.

Bent Steeg Larsen
Analysechef
Dagbladet Politiken

Stig Hjarvard (red.):
Media in a Globalized Society,
Northern Lights.
Film and Media Studies Yearbook.
Copenhagen: Museum Tusulanum Press,
University of Copenhagen, 2003, 292 sider.

Antologien *Media in a Globalized Society* leverer et interessant bidrag om mediernes rolle i en globaliseret verden. Bidragsyderne undersøger mediernes rolle i en verden under kulturel og social forandring, og bogen bidrager med indblik i forskellige facetter af det komplicerede globaliseringsfænomen fra et medieperspektiv.

Antologiens artikler er udarbejdet i forbindelse med projektet 'Globale Mediekulturer' (1998-2001), og bidragsyderne er både danske og udenlandske. I 1990'erne blev der stillet spørgsmål ved, om globaliseringsbegrebet nu også var det bedste til at forklare tidens omvæltninger og strømninger i medier og samfund. Der har siden været flere store verdensbegivenheder, som har vist, at begrebet dækker et globalt fænomen, og eksemplerne i denne antologi slår fast, at begrebet er kommet for at blive.

Antologiens vigtigste bidrag til globaliseringsdebatten er dens udforskning af eksisterende teorier samt dens empiriske eksempler på globale mediefænomener som olympiader, snakkeprogrammer (talkshows), internationale skønhedskonkurrencer, satellit-tv-nyheder samt mediefremstillinger af national kultur. Det er dog slående, at teorierne hovedsagligt er vestlige, samt at omdrejningspunktet for analyse og diskussion i de fleste bidrag er globaliseringsprocesser under amerikansk indflydelse. Det er i sig selv paradoksalt, at en antologi om globalisering med enkelte undtagelser hovedsagligt beskæftiger sig med vestlige/danske eksempler og undersøger vestlig/amerikansk indflydelse på vestlig/dansk produktion. Antologien byder ikke på fælles teoriudvikling eller nogen form for systematisk tilgang til de empiriske eksempler, ligesom der er få krydshenvisninger mellem de forskellige forskeres resultater og diskussioner. Ikke desto

mindre er alle bidrag læseværdige med hver deres globaliseringshistorie.

En gennemgående problematik i antologien synes at være dobbeltheden i mediernes rolle i globaliseringsprocesser. Jeg vil i det følgende fokusere på, hvorledes de enkelte bidrag forholder sig til globaliseringens dobbeltheder – *dualismer* og *paradokser* – og hvorledes mediernes rolle tilskrives i disse processer af enten/eller – både/og.

I den første artikel 'A Mediated World' indrager Stig Hjarvard sociologiske teorier i en diskussion af, hvad globalisering indebærer. Hjarvard pointerer, at en rationel kapitalistisk logik gennemsyre verden, og han skriver detaljeret om, hvorledes samfundet som helhed er præget af forbrugerskisme. Mens mange forskere blot bruger Georg Ritzers (1999) begreb 'McDonalising' som buzz word og synonym på globaliseringens homogeniserende effekt, går Hjarvard et skridt videre med en forklaring på dens logik. Som man måske kunne forvente, medfører rationelle og effektive produktionsmetoder ikke kun kulturel *homogenisering*, men er på forskellig vis også medvirkende til kulturel *differentiering*. Mere problematisk er den polarisering, som giver globaliseringsbegrebet en negativ klang, nemlig fænomenerne *McWorld* og *Jihad*, der fremprovokerer både uniformitet og splittelse (s. 50). Kapitlet er velegnet som et oversigtsværk om globalisering og medier, fordi det inddrager både kulturelle og økonomiske aspekter. Jeg bruger bl.a. selv Hjarvards kapitel som oversigtslitteratur på et kommunikationsfag på CBS.

Globalisering har hidtil i høj grad været forbundet med amerikanisering og vestligt hegemoni. Daniel Biltereyst kritiserer i sin artikel 'Globalisation, Americanisation and politicisation of media research' tidligere forskning. Det paradoks, man kan udlede af hans artikel, er kort fortalt, at kulturimperialistiske studier har legitimeret nationale kulturpolitikker, og at tværkulturelle receptionsstudier har gjort det stik modsatte. Denne *circulære* argumentationsform kan ifølge Biltereyst kun afsluttes, hvis forskere i globalisering med amerikanisering på dagsordenen er mere selvrefleksive både metodisk og teoretisk.

Tre artikler udforsker de dialektiske processer mellem det globale/amerikanske (som Biltereyst beskriver) og danskhed: Henrik Søndergaard viser i sin artikel 'Globalization and National Identity in Danish Television', hvorledes deregulering og kommercialisering har fået tv-stationerne til at give køb på traditionelle nationale kulturelle og politiske pligter. Samtidig med at dansk tv har taget

ved lære af Hollywoods forretningsmodeller, planlægningspraksis og genreformater, har der været en stigende tendens til, at programmernes indhold afspejler en 'danskhed'. Globaliseringsprocesser betyder således ikke blot en spredning af amerikansk forbrugerkultur, men også at populærkulturel nationalisme får en stigende indflydelse. Paradokset i dette er, at national identitet ikke vil forsvinde, da den dannes af selv samme globaliseringsprocesser, som den har til opgave at modsætte sig (s. 125).

Hanne Bruun undersøger i artiklen 'Global Genre and the Complexity of Proximity' publikums modtagelse af det danske talkshow-program 'Det Ny Synnøve' og sammenligner med publikums reaktioner på det amerikanske 'Ricky Lake'-show. Bruun konkluderer, at danske shows godt kan efterligne amerikanske genrer, men at de for at få succes skal tage hensyn til danske kulturelle, følelsesmæssige og sociale normer. Dobletheden i Bruuns artikel er således, at de danske producenter skal tage hensyn til 'danskhed' for at få succes med udbredelsen af udenlandske genrer.

Endelig er Kirsten Frandsens artikel 'Globalisation and localisation' et eksempel på, hvorledes det globale (Olympiaden i Sydney) – gennem det regionale (Europa) – formidles til de lokale (danske). Frandsen beskriver, hvorledes den olympiske tv-organisation i Sydney (SOBO) uddeler materiale fra olympiaden til de europæiske public service-stationer, som må dele dette visuelle materiale med deres kommercielle konkurrenter. Materialet, der er til rådighed, er således ens for alle – homogent. Imidlertid kan forskellige pakkeløsninger (afhængig af økonomisk formåen) forhandles, hvilket giver mulighed for en tilpasset, hjemlig TV2-udsendelse – differentieret. Frandsen excellerer ikke i teoriudvikling og begrebsliggørelse af globaliseringsfænomenet, men hun leverer et substantielt bidrag om produktionsstrategi bag skærmen på flere niveauer.

De tre artiklers eksemplificering af henholdsvis det danske mediesystem, dansk receptionsanalyse og kommercielle tv-produktionsstrategier danner en spændende mulighed for brug af teksterne i undervisningen.

Og nu til noget helt andet: Kevin Robins' artikel 'Beyond Imagined Community?' viser i et eksempel på tyrkiske immigranternes brug af satellit-tv effekten af globaliseringens dualismer i national, kulturel formidling i Europa. Han konkluderer, at satellit-tv virker både kulturelt *homogeniserende* på tværs af grænser – men også dynamisk og *heterogeniserende*.

Norbert Wildermuth analyserer i sin artikkel 'Miss World Going 'Deshi'', hvorledes den indiske Miss World Konkurrence i 1996 præsenteres for publikum. Mediebegivenheden skal ifølge Wildermuth ses som en 'glocaliseringsproces' og ikke som en lokal reaktion mod globalisering. Wildermuth introducerer som eneste bidragsyder begrebet 'hybrid' til at beskrive resultatet af udbredelsen af en global genre, som får et stærkt nationalt præg.

Sidst, men ikke mindst stiller Klaus Bruhn Jensen i artiklen 'Communicating Models: The Relevance of Models for Research on the Worlds of the Internet' spørsmål ved, om man kan bruge eksisterende kommunikationsmodeller til begrebsliggørelse af nye globaliserede medier som Internettet: "How could anyone hope to model the Internet?" (s. 285). Bruhn Jensen har på trods af svarets kompleksitet konstrueret en model, som dækker både vores mentale modeller af verden samt vores meningsdannelsesprocesser i interaktivitet med det verdensomspændende net. Modellens empiriske anvendelighed må komme an på en prøve.

Artiklerne har således forskellige empiriske og teoretiske foci, men giver et rigt indblik i komplekse processer i medierede møder mellem det globale og det lokale. Artiklerne er velskrevne og kan med stor nytte bruges i undervisning samt læses af mediepraktikere, forskere og studerende, som har interesse for mediernes rolle i et global(isere)t samfund.

Lisbeth Clausen
Lektor, Ph.D.

Institut for Interkulturel Kommunikation
og Ledelse
Copenhagen Business School

Nete Nørgaard Kristensen:
Journalister og kilder – slinger i valsen?
Århus: Forlaget Ajour/CFJE, 2004,
315 sider.

I *Deciding what's News* (1980) sammenligner den amerikanske sosiologen Herbert Gans relationen mellem kilder og journalister med en dans. Det trengs to i en tango, men bare en av partene kan føre. Denne metaforen har inspirert Nete Nørgaard Kristensen til en spørrende tittel på sin nye bok, *Journalister og kilder – slinger i valsen?*

Boken bygger på hennes Ph.D.-avhandling med samme tittel fra 2003, men er forkortet og omarbeidet. Studien er altså i utgangspunktet en vitenskapelig avhandling, men endringene gjør den utvilsomt lettere tilgjengelig for et bredere publikum, inkludert de som står i fokus for undersøkelsen, journalistene.

Bokens hovedemne er interaksjonen mellom journalistene og deres kilder, og det empiriske datagrunnlaget er i første rekke en survey blant danske journalister. Forfatteren drøfter spesielt forandringer i forholdet mellom journalister og kilder i en tid, hvor kildene stadig profesjonaliserer sitt samspill med mediene. Stikkord som spin, strategisk kommunikasjon og plantede lekkasjer (sentrale momenter i den populære danske film *Kongekabalen*) har i flere år både stått sentralt i internasjonal medieforskning og i den offentlige debatten om journalistikkens utvikling.

Boken er inndelt i åtte kapitler. Det første kapitlet gir en kortfattet (og relativt elementær) orientering om sentrale begreper som agenda-setting, priming og framing, først og fremst som en bakgrunn for å forstå journalistenes og kildenes kamp om mediedagsordenen. Det andre kapitlet, også det teoretisk orientert, går nærmere inn på mediens roller i samfunnet og journalistiske nøkkelbegreper for samspillet med kildene. Deretter følger noen kapitler (3-5), hvor surveydataene om journalistenes syn på relasjonene til kildene presenteres og drøftes. Kapittel 6 omhandler kulturjournalistikken spesielt og skiller seg fra de andre, fordi det også dras veksler på mer utdypende, kvalitative intervjuer med journalister/redaktører og representanter for PR-aktører i bransjen. Kapittel 7 omhandler journalister som profesjonelle kilder, dvs. tendensene til at journalister opererer på 'begge sider av bordet', slik at de dels er representanter for nyhetsinstitusjonen, dels arbeider som informatører. I det avsluttende kapitlet drøfter Nørgaard Kristensen de utfordringene kildenes profesjonalisering innebærer for journalistikken, hun tar opp tendenser til journalistiske selvbedrag og gir til slutt noen normative synspunkter og løsningsforslag.

Bokas fremste styrke er etter mitt syn, at forfatteren har en bred, teoretisk oversikt over sitt emne, hun kjenner den internasjonale forskningslitteraturen på feltet meget godt og kan nettopp derfor begrense referanser og litteraturhenvisninger til det, som er relevant for hennes eget forskningsprosjekt. Her finnes ikke spor av unødvendig og abstrakt teoretisering ('se så mye jeg har lest'-syken), og hun evner samtidig i den empiriske analysen, så