

DET HYBRIDE NORDISK MEDIESYSTEM: ET FORSØG PÅ AT LAVE EN MODEL

Speciale i Journalistik på Roskilde Universitet.

Af Lars Holm Granerud - 57860

Vejleder: Mark Blach-Ørsten

Tegn: 181.441

Abstract

This thesis discusses the theoretical implications of perceiving the Nordic media system as a hybrid system as both a product of material conditions and a societal construction. It starts by going through the relevant literature on the Nordic media system with a focus on the newest research. An understanding of Western media systems as hybrid entities, as a result of digitalization, is then presented as the theoretical backbone of the thesis, together with a model of how-to analysis digital infrastructure. This is then all combined in a model, that through an operationalization presents a possible way to analyze the Nordic media systems as hybrid, material, and societal institutions. This model is then qualified by an introduction of relevant data about the Danish media system.

The model combines theories of digital infrastructure with a more technology-orientated approach and theories of media as social institutions in a holistic approach, that through hybridity points toward a way to understand and analyze the Nordic media systems. The thesis operationalizes a couple of key terms, that suggest further research, such as a hybrid understanding of political parallelism, that also focuses on a re-politized conversation online, and a hybrid understanding of professionalization, that also sets a focus on the corporation between the journalist professionalism with that of political communication.

Indholdsfortegnelse

Abstract	1
Problemfelt.....	4
State of the art.....	7
Det komparative udgangspunkt	7
Blue jeans og Coca Cola – Differentiering og homogenisering	10
Velfærd og digitalisering – Et nordisk statsbegreb.....	11
Hvad har forandret sig? – udfordringerne	11
Hvad er forblevet det samme? - Idealerne.....	12
Mellem markedet og staten – Pest eller kolera?	14
"Vil du være med i hulen, Mulle?" – Boundary maintance	15
"Please sir, can I have some more soup?" – Statens forhold til medierne	16
"Greed is good" – Forholdet til markedet.....	17
'Kongekabale', nu på app – Det politiske felt og konklusionerne	17
Betyder 'krise' bare 'mulighed' på kinesisk?	18
Anden del: Teoretiske (mis)forståelser	21
Med 'hoved '-begrebet under armen: Hybride mediesystemer	21
Mere end en anekdote	21
Den politiske informations cyklus: En orkan uden øje	23
Normer, praksisser og andre usynlige eventyrvæsner	25
I det kolde Nord.....	27
Tese: Bekræftet	27
Det tredje aspekt: Skoven man ikke ser for bare træer	29
Den teoretiske ramme: Den (forhåbentlige) røde tråd.....	31
Tredje del.....	33
Det hybride nordiske mediesystem: Modellen vi alle har ventet på	33
Det (næsten) materielle niveau, grundlag, basis, etc.....	36
Sociale niveauer, foruden medier og andre gode sager	39
Udvalgte datapunkter.....	49
Det materielle niveau	49
Hardware	49
Software/platforme.....	50
Sociale niveauer.....	53
Aktører.....	53

Interne grænsedragninger.....	54
Systemernes sammenstød	57
Diskussion	59
Hvor meget tog jeg så egentlig fejl?	59
Det store skyts	60
Hvordan kan man tjene penge på at lave nyheder?	60
Er der et nordisk mediesystem?	61
Flensburg vs Syvertsen – The final countdown	61
Konklusion – Eller i det mindste noget, der ligner	62
Problemformulering - Revisited	63
Perspektivering.....	63
Litteratur.....	66

Problemfelt

For første og måske eneste gang i dette speciale vil jeg hoppe direkte til sagen. I dette speciale vil jeg på baggrund af den eksisterende litteratur omkring mediesystemer lave en model over, hvordan man kan betragte det nordiske mediesystem som et hybridt mediesystem. Altså har vi at gøre med to forskellige former for litteratur her, den ene der beskriver det nordiske mediesystem, og den anden der beskriver det hybride mediesystem, som jeg vil kombinere til at skabe en sammenhængende systematisk model, der kan forstå og analysere på nordiske mediesystemer som hybride. Men det stopper faktisk ikke der, da jeg også trækker et materielt perspektiv ind på den digitale infrastruktur, som jeg mener er ret centralt i forståelsen af et mediesystem, der til en stor grad eksisterer online.

Dette er ikke en lille opgave, og jeg regner stærkt med, at når det sidste punktum er sat, så er jeg tættere på maksimum end minimum. Jeg vil derfor i dette problemfelt ikke vil lave en decideret forklaring af, hvad jeg forstår med hvert begreb, så meget som jeg vil forklare mine motivationer til at skrive dette speciale, hvilket også kan kaste lidt lys på det første.

Læseren vil blive sparet en lang anekdote om, hvorfor jeg valgte at studere journalistik. Men interessen for at betragte mediesystemet som en selvstændig institution kommer delvis af Habermas' idealer om den herredømmefri samtale som en normativ position for journalistik at tage i den større samfundsmæssige kontekst. Også Chomskys værker, herunder specielt "Manufacturing Consent", som argumenterer for, hvordan journalistik, i hvert fald i USA, fejler storslået i at have en selvstændig position i den større samfundskontekst. Derudover kan jeg heller ikke komme udenom Hallins teori om de tre sfærer, der i en mere pragmatisk tone påpeger mange af de samme utilstrækkeligheder hos det amerikanske mediesystem som Chomsky. Disse tre ideer illustrerer i stor grad potentialet i at analysere mediesystemet, som en intuition blandt andre samfundsintuitioner.

For at gå til det mere nære så er specialet også motiveret af et ønske om at konceptualisere det nordiske eller danske mediesystem i konteksten af den teknologiske udvikling, der har forandret mediesystemet bare i min studietid. Hallin og Mancinis værk "Comparing Media System" farver de fleste journalistik-studerendes syn på det danske mediesystem, men er trods alt blevet skrevet før Facebook kom til på verdensscenen, endvidere så er deres homogeniserings-tese blevet udfordret adskillige gange i nyere litteratur. Ligesom Ida Willigs artikel om segmentpressen har fyldt meget i mit syn på det danske medielandskab både i en historiske og i en samtidsmæssig forstand, er dens konklusion, at gratisaviserne er det nye sort, viste sig ikke hele sandhed. Altså har dette speciale også været drevet af et ønske om at gøre brug af teorier, der kunne analysere på de nyeste tendenser i medielandskabet.

Ideen om gerne at ville fokusere på den nye teknologi satte også gang i et ønske om at inkorporere en forståelse af den digitale infrastruktur i dette speciale. Personligt vidste jeg ikke meget om dette emne inden specialet, det stod dog klart i løbet af processen, at grundlaget for den digitale kommunikation var vigtigt for at kunne forstå det mediesystem, der tenderer mod at blive næsten udelukkende digital. En interessant pointe i dette perspektiv, som min vejleder bliver ved med at påpege, er, hvordan vi digitaliserer vores samfund mere og mere, uden at have en reel samfundsdebat om konsekvenserne og målene for dette, hvilket selvfølgelig også har drevet dette speciale.

Sidst, inden jeg kommer til spørgsmålet om, hvad alt denne motivation så har drevet mig til at begå af akademiske drengestreger, vil jeg blot 'name-droppe medialiseringen'. "Four Phases of Mediatization" af Strömbäck har nok sammen med Chomsky og Hallin været med til at forme mit tidligere syn på forholdet mellem mediesystemet og det politiske system og den udvikling af professionalisering, der foregår på begge side af hegnet mellem de to systemer – et hegn med mange svingdøre. Ideen om en større afhængighed for det politiske system af mediesystemet ræsonnerer i mit hoved godt med, at der opstod flere og flere medier direkte forbundet med politiske partier, igen. Hvilket på det første semester af min kandidat drev mig til at skrive et projekt omkring den nye form for "parti-presse", som blandet andet DF's DitOverblik er et symptom på. Vores konklusion her var, at selvom der var nogle samfundstendenser, der gentog sig, så var der også meget nyt på færde. Til eksamen gik jeg ud ad en tangent omkring behovet for en nye historieforståelse, som I vil blive sparet for her. Men disse tanker omkring et nyt og muligvis re-politiseret mediebillende gik meget stærkt igen i min bevidst, da jeg først var i to-ugers praktik hos Danske Kommuner, og derefter et år i praktik hos A4/Avisen.dk. Sidstnævnte er arvtagerne af (Det fri) Aktuelt, og vi havde kontorer i FH (Tidl. LO) huset. Kort tid inden min praktik startede mistede A4 faktisk sit frihedsbrev. Som en anden Jane Foster blev jeg vældig optaget af, hvordan den samlede journalist-bestand hos A4 modsatte sig de fleste forsøg på fornyelser fra ledelsens side, om det var content marketing eller en mere direkte talerørs-rolle for FH. Dette synes jeg egentlig også var interessant, da der på redaktionen både arbejde Villy Søvnalds gamle spindoktor fra hans tid som udenrigsminister, Bertel Haarders spindoktor fra risengrøds-skandalen og en tidligere pressechef for Landbrug & Fødevarer. Overordnet vil jeg sige, at jeg havde svært ved at se de klare skillelinjer mellem journalistik og kommunikation, hvilket blev understreget af overdrevne brug af Tuchmanns begreb om tilstræbt objektivitet. Jeg måtte konkludere, at jeg ikke havde en særlig klar sammenhængende forståelse af det danske mediesystem i dens nuværende form.

Jeg ved ikke, om dette speciale har hjulpet mig med det, men i det mindste kan man blive forvirret på et højere niveau. I denne ånd vil dette speciale stræbe efter at skabe en sammenhængende forståelse af den form for mediesystem, der dominerer i Danmark, hvor jeg stiller mig på Hallin og Mancinis nedtrådte

skuldrer og definerer en form for nordisk mediesystem. Jeg vil basere denne forståelse på digitalisering som en transformation af mediesystemet, samt en konceptualisering af systemet, som todelt i både en materiel og sociokulturel forstand. Altså vil dette speciale stræbe efter at koble teorier om det materielle niveau, der er mere teknologisk-orienterede med mere abstrakte teorier omkring medie, der ser dem som en social konstruktion. Så på den ene side skal jeg undgå en for abstrakt og eksemplarisk tilgang, der ikke siger noget konkret og på den anden side en teknologisk determinisme, der prædiker, at samfundet er et produkt af den teknologiske udvikling. Hybriditets-begrebet bliver i vid udstrækning det, der forhåbentligt kan koble disse to tilgange sammen. Denne rammeforståelse vil ikke udelukkende se ind i mediesystemet, men også på dens grundlæggende relationer til staten, det økonomiske og det politiske system. Denne rammeforståelse eller nærmere model vil være specialets resultat.

Grundlaget vil blive præsenteret i første del med en gennemgang af litteraturen, der beskriver det nordiske mediesystem. Derefter vil jeg drage Chadwicks teori om det hybride mediesystem ind i anden del, som vil fungere som en form for "grand-theory". Derudover vil teorien om den digitale infrastruktur også blive inddraget her. Disse to teorier vil sætte rammerne for forståelsen af det moderne og digitale mediesystem. Denne ramme vil blive udfyldt i tredje del, hvor jeg først konstruerer modellen ved at koble de to dele sammen. Herefter vil jeg på baggrund af udvalgte datapunkter forsøge at kvalificere modellen med data om det danske mediesystem, hovedsageligt fra Slots- og Kulturstyrelsen. Til sidst vil jeg diskutere modellen og så komme med en kort, diskussion, konklusion og perspektivering. Min problemformulering lyder:

"Hvordan kan man forstå det nordiske mediesystem som et hybridt mediesystem både i en materiel og social forstand?"

State of the art

Startpunktet for dette speciale vil være det teoretiske grundlag for en forståelse af de nordiske mediesystemer. Jeg vil starte med Hallin og Mancinis værk "Comparing Media Systems", som kan kaldes jordemødrene for moderne mediesystemsteori, videre vil fokuset være på de nordiske mediesystemer. "The Media Welfare state" forklarer statens rolle og de teoretiske argumenter for, at dens forhold til medierne ikke har forandret sig grundlæggende siden 70'erne på trods af digitaliseringen. Helle Sjøvaags bog "Journalism: Between the State and the Market" vil videre underbygge forståelsen af de skandinaviske mediesystemers forhold til de økonomiske og statslige systemer. Til sidst vil der blive redegjort for Thomas Olesens artikel "Media and Politics: The Danish Media System in Transformation?", der som den nyeste artikel vil understrege hvilke teoretiske parametre, der vil være relevante at diskutere videre i specialet.

Det komparative udgangspunkt

Når man støder på nogle, der referer til mediesystemteori, er der store chancer for, at de enten henviser direkte til Hallin og Mancinis centrale værk, eller hurtigt gør klart, at de netop ikke hentyder til dette værk. Det samme gør sig gældende i komparative studier af mediesystemer på tværs af den vestlige verden. Uagtet hvorvidt man følger deres modeller religiøst eller ej, kan man ikke komme udenom, at de fundamentalt har præget vestlig medieforskning. Deres grundide var at opsætte en række parametre for nationer/staters mediesystemer og dermed inddele dem i en række idealtyper af mediesystemer. De endte med at opdele den vestlige verden i tre geografiske områder, som korresponderede med tre klassificeringer (selvfølgelig med variation indenfor hver kategori af mediesystemer): Den nord/centraleuropæiske, den Sydeuropæiske og den atlantiske/Vesteuropæiske. Men da bogen udkom i 2004, kan det ikke siges, at ideen med at inddele mediesystemer var videre original. Helt tilbage i 1956 udkom bogen "Four Theories of the Press", som Hallin og Mancini står på skuldrene af, hvilket de anerkender i starten af deres værk. Præmissen, som Hallin og Mancini går videre med, kan koges ned til, at for at forstå variationerne i de forskellige pressesystemer, må man analysere på den samfundsmæssige kontekst, da pressen er vokset frem under nogle juridiske, økonomiske, politiske og sociale omstændigheder, som er dikteret af det omkringliggende samfund (Hallin & Mancini 2004: 8). Hallin og Mancini kritiserede dog, at Siebert et. al.'s "Four Theories of the Press" faktisk ikke har analyseret på de reelle og materielle samfundsmæssige forhold for mediesystemerne, men derimod blot de "filosofier og teorier", der legitimerede dem (Ibid: 9f). Denne gennemgang af Hallin og Mancinis værk er inspireret af Ida Willigs kapitel i bogen "Klassisk og moderne medieteorier" (Willig 2021).

Hallin og Mancinis model har fire hovedparametre, der ligger til grund for deres inddeling i idealtyper. Hvert parameter bliver i sin essens præsenteret som kvantitativt, men de argumenterer for, at de

efterlader plads til kvalitative aspekter til hvert parameter, hvorved de mener, at de stræber efter at omfavne kompleksiteten af parametrene (Ibid: 21).

Det første parameter er *mediamarkedets udvikling*, hvor der er et stort fokus på, i hvilken grad der eksisterer massemedier i et givent land og den brede efterspørgsel og forbrug af disse. Derudover bliver det også inddraget, hvorvidt mediemarkedet er præget af geografiske og/eller klassemæssige inddelinger, og altså om man kan kalde medierne sande massemedier (Ibid: 22f).

Politisk parallelisme er det andet parameter. Her menes sammenhængsgraden mellem det partipolitiske spektrum og mediebilledet. Præmissen for dette parameter er, at al journalistisk er formet af det omkringliggende samfund, og at der ikke kan trækkes en grænse mellem politisk motiveret journalistik og det kommercielt motiverede. Således kan politisk parallelisme eksistere i forskellige former, hvor den mest åbenlyse er erklærede politiske ideologier hos medier, eller når et medie er ejet af et parti eller en interesseorganisation. Her kan man forestille sig, at den politiske parallelisme kommer til udtryk i mediernes indhold, men generelt kan man også se politisk parallelisme i forhold til mediernes ansatte og læserskarer, altså om disse grupper tenderer til hovedsageligt at bestå af mennesker af *en* politisk overbevisning eller partiforhold (Ibid: 28).

Det tredje parameter er *professionalisering*, der kan defineres som en form for autonomi for faget, hvor der måles på, om professionens egne idealer dikterer produktionen, eller hvorvidt den kommer udefra. Her kan man blandt andet se på, om det journalistiske arbejde bliver overset af andre journalister. Eller hvorvidt der er opstået specifikke journalistiske uddannelser (Ibid: 34f). Det understøtter og hænger sammen med udviklingen af journalistiske normer, skabt i rummet styret af journalister, mest synligt i former for selvregulering såsom 'Pressenævnet'. Disse normer definerer, hvad der er god og dårlig journalistik og journalistisk opførelse. En meget central norm her er ideen om "public service" som normativ manifestation af det journalistisk systems relation til de andre samfundssystemer (Ibid: 35ff).

Statens Rolle er det sidste parameter i Hallin og Mancinis model. Her måles der på, i hvor høj grad staten er involveret i mediemarked, enten i form af "public broadcasting", som er sanktioneret af staten, eller i form af involvering i den "frie" del af mediemarkedet. Her kan der både være tale om økonomisk støtte direkte og indirekte eller lovgivning, der sætter rammer for det journalistiske arbejde (Ibid: 43).

Disse fire parametre ledte gennem deres empiriske undersøgelse til tre idealtyper af mediesystemer i den vestlige verden. Den første, Hallin og Mancini beskriver, er den *polariserede pluralistiske model* også kaldet *Middelhavsmodellen*, da de lande hvis mediesystemer mest ligner denne idealtipe er placeret i Middelhavsområdet. Her er der tale om en lav *udviklingsgrad af mediemarked* med få trykte aviser, der i høj grad kun læses af eliten og en lav grad af *professionalisering* og dermed få fælles normer, der binder branchen sammen. Omvendt er der en høj grad af *politisk parallelisme*, hvor mange medier hænger

sammen med politiske bevægelser og organisationer i samfundet. På samme måde er *statens rolle* at være meget involveret i medierne (Ibid: 73). I kontrast hertil er den *Liberale model* eller den *Atlantiske model*, som geografisk er de britiske øer, USA og Canada, der har en lav grad af *politisk parallelisme* og *staten*, der har en meget lille *rolle* i mediasystemet. Derimod er mediasystemet meget markedsorienteret, hvilket historisk har betydet, at mediemarkedet – og dermed massemedier – udviklede sig tidligt, men i forhold til de nordiske lande er der et lavere medieforbrug i den brede befolkning. *Professionaliseringen* er høj, men ikke formaliseret (Ibid: 75).

Den sidste model er den vigtigste for dette speciale, da det er den idealtipe, som de nordiske lande ligger tættest på. *Den demokratisk korporative model* eller den *nordiske-/centraleuropæiske model* har ikke et hav at centrere sig om, men strækker sig mere eller mindre fra Schweiz til Nord-Norge, fra Finland til Belgien, men de klareste eksempler på denne idealtipe er de tre skandinaviske lande og Finland. På alle fire parametre scorer denne idealtipe højt. *Mediemarked* er i høj grad udviklet, hvilket betyder, at der er en række medier, som mange forbruger uanset klasse og geografi. *Den politiske parallelisme* er høj og har stor historisk betydning, da mange medier startede som parti-medier, men over tid er blevet formelt uafhængige. Dog kommer politiske parallelisme stadig til udtryk i forhold til andre parametre. *Professionaliseringen* er tydelig i form af uddannelser, selvregulering og udtalte normer, specielt "public service". *Statens rolle* er også stor, specielt på det økonomiske område, men der er også en stærk liberal tradition for pressefrihed. Hallin og Mancini påpeger, hvordan man har antaget, at flere af de træk, der definerer den demokratiske korporative model, var modstridende, men at de historisk har eksisteret side om side (Ibid: 74f).

Disse modstridende karakteristika har Hallin og Mancini formuleret som tre 'par', der kan virke modstridende. Den første er, at der har eksisteret kommercielle massemedier, samtidig med at der har eksisteret en udtalt partipresse; den anden, at der eksisterer en høj grad af politisk parallelisme, samtidig med at der er en høj grad af professionalisering; og til sidst at der har været en stærk liberal tradition for pressefrihed og en stærkt involveret stat (Ibid: 195f). Den dynamiske sameksistens ses ikke kun i forhold til disse karakteristika, men kommer også til udtryk i, hvordan det politiske system historisk er opstået og har relateret sig til pressesystemet. På grund af den høje grad af læsefærdigheder i den brede befolkning og en tendens til organisering blev mange grupperinger i samfundet tidligt repræsenteret gennem medier. Simultant med dette begyndte disse organiserede grupperinger også at udøve politisk magt i begyndelse af det tyvende århundrede. Dette førte til en institutionel inddragelse af forskellige grupper i samfundet på statsniveau. Det er denne dynamik, der fik Hallin og Mancini til at døbe modellen "korporative", da de så en norm om samarbejde og inddragelse for det "fælles gode" som grundlæggende og dermed også den

”demokratiske” del. Idealiseret foregik dette ”samarbejde” også som forhandling eller debat i medierne, hvor alle parter argumenter kunne præsenteres, og det bedste kunne vinde (Ibid: 196). Heri ses grundlaget for mediesystemet, der er præget af et tæt forhold til det politiske system, men samtidig er præget af stærke normer om oplysning af befolkningen og en fri debat. Fællesskabet kunne således også i enighed gennem staten understøtte debatten med ”public service” (Ibid.). Dette kan i dag virke som en meget idealiseret udlægning af det historiske forløb, dog vil det historiske ideal for samarbejde mellem forskellige samfundsinstitutioner være en del af det teoretiske grundlag for dette speciale.

Blue jeans og Coca Cola – Differentiering og homogenisering

Hallin og Mancini argumenterer i slutningen af deres bog for, at forskellen mellem mediesystemer bliver mindre og mindre over tid. De profeterede, at der var en tendens til *en* global mediemodel, der vil ligne den *liberale mediemodel*. Denne tese bygger de på den sociologiske teori om differentiering. Med udgangspunkt i den franske sociolog Durkheims værker fra slutningen af 1800-tallet skitserer de en teoretisk forståelse af det moderne samfund, som et der bliver mere og mere differentieret – altså mere og mere komplekst gennem en større og større grad af arbejdsdeling i samfundet. Blandt andet med udgangspunkt i Parsons og Luhmann redegør Hallin og Mancini for, hvordan denne teoretiske tendens også gør sig gældende i mediestudier (Ibid: 76ff). Dette betyder således, at medier i stigende grad vil løsrive sig fra andre institutioner i samfundet som stater og partier og dermed opnå en form for autonomi og selvstændig logik. Denne tese om, at jo mere moderne et samfund bliver, jo mere bliver medierne gennem differentiering løsrevet fra andre samfundsinstitutioner, mener Hallin og Mancini, peger på, at alle mediesystemerne udvikler sig mod den liberale model, da den bliver set som den mest differentierede, fordi der er tale om en lav politisk parallelisme og lille indblanding fra staten, men en høj grad af professionalisme. De omtaler det som en decideret homogeniseringsproces, som bliver hjulpet på vej af globalisering (Ibid: 251ff).

Hallin og Mancini anerkender dog, at der siden slutningen af 1800-tallet har været en række kritikpunkter af differentieringstesen, de tager blandt andet fat i Habermas og hans tese om, at den offentlige sfære bliver koloniseret af logikkerne fra det økonomiske system – eller blandt venner ”systemet” – og at der derfor faktisk er tale om en reel dedifferentiering, da medierne således ikke bliver et selvstændigt system med egen logik, men derimod ”blot” en integreret del af ”systemet”. Dette underbygger i udgangspunktet Hallin og Mancinis tese, at der er tale om en homogeniseringsproces, men som de påpeger sætter spørgsmålstegn ved, om man således kan kalde den liberale model den mest ”udviklede og moderne” (Ibid: 81).

Man skulle næsten tro, at Hallin og Mancini arbejder i kommunikationsfeltet, når man læser slutningen på deres momentale bog, hvor de i endnu en profetisk vending lige får dækket bagsmækken til ved at pointere, at deres bog kun er et skridt på vejen, og at de håber og forventer, det vil blive diskuteret (Ibid: 302).

Da Hallin og Mancinis model er essentiel, bliver jeg nødt til at tage deres homogeniseringstese til eftersyn, for er denne model i det hele taget stadig relevant, og hvor hurtigt er mediesystemet på vej mod en liberal mediemodel? Der er gået 17 år, og ifølge visse forskere kunne det tyde på, at specielt forholdet mellem medierne og staten faktisk er ret statisk og har været siden slutningen af 1800-tallet.

Velfærd og digitalisering – Et nordisk statsbegreb

Man kan ikke komme udenom, at mange af akademikere lider af en af journalistikkens dødsynder; sensationisme, ønsket om at vise det banebrydende og de store forskelle, men hvad nu hvis udviklingen i virkelighed er sublim, og det er det kontinuerlige, der er det interessante? Sat lidt på spidsen kan Syvertsen, Enli, Mjøs og Moes ærinde i bogen "The Media Welfare State" koges ned til det. Deres hovedargument kunne lyde, at en stærk stat i samarbejde med andre aktører på mediemarkedet med udgangspunkt i nogle fælles værdier har tilpasset det nordiske mediesystem til den digitale alder på trods af forskelligartet pres udefra (Syvertsen et. al. 2017: 2f).

Hvad har forandret sig? – udfordringerne

Båndet mellem mediesystemet og velfærdsstaten var stærkt fra begges spæde begyndelse, hvor velfærdsstatens legitimation blev styrket af medierne, og velfærdsstatens uddannelsessystemer og infrastruktur styrkede medierne (Ibid.: 4). Her kom også det første af fire valg eller udfordringer, som Syvertsen et. al. mener, har formet de nordiske velfærdsstaters forhold til medier, nemlig en anti-autoritær tilgang (Ibid: 16). Med stor fanfare peger de på, at det er idealer fra oplysningstiden, der i 1700-tallet gjorde nordiske lovgivere meget påpasselige med at ville indskrænke ytringsfriheden for meget. Dette skabte et rum til udviklingen af et meget liberalt mediemiljø, hvor få udtalelser kunne tænkes som kriminelle, og indblanding i, hvad medierne trykte, var meget begrænset (Ibid: 125). Dette ideal om lille indblanding fra staten rent redaktionelt, mener Syvertsen et. al., stadig er tydelig blandt andet på indekser over pressefrihed, hvor de nordiske lande altid dominerer toppen (Ibid: 19), men også i sammenstød over idealer for pressefrihed som for eksempel Muhammed-krisen (Ibid: 126).

I slutningen af 1800-tallet udbyggede mange politiske bevægelser sig selv med en partiavis, men hen over midten af 1900-tallet begyndte partipressen at forsvinde, og medier skulle i større grad kunne være kommercielt bæredygtige, hvilket efterlod spørgsmålet, "hvordan kan man tjene penge på journalistik?".

Som i andre dele af samfundet var man bange for, at markedskræfterne ville skabe ulighed både i folks adgang til medierne, men også i indholdets kvalitet og diversitet (Ibid: 16). Dette var den anden udfordring. Som reaktion på dette blev der blandt andet indført en ambitiøs mediestøtte, der sammen med en udvidelse af public-broadcasting gjorde staten til en investeret aktør i mediesystemet, hvor den i dag stadig er til stede i de nordiske lande i en version, der i høj grad er tilpasset digitaliseringen. Denne periode bliver også kaldt "den gyldne tid" for velfærdsstaten, hvor næsten hele befolkningen lyttede til de samme radiokanaler og så det samme statssponsorerede TV, hvilket skabte en stor grad af homogenitet i forhold til holdninger og kultur (Ibid: 13f).

I slutning af 1900-tallet kom en tid med deregulering og øget kommercialisering, hvilket man næsten kan sige kulminerede ved årtusindeskiftet, gennem at digitaliserings hastighed kom i femte gear (Ibid: 119). Dette har i stor grad åbnet mediemarkedet i Norden for resten af omverdenen, og globaliseringen har udfordret systemet og skabt en frygt for, at medier på tværs af grænser vil blive standardiseret. Store internationale medieaktører har også presset på for at kunne udvide deres portefølje til at indeholde nordiske medier, dette er den tredje udfordring. Selvom det sidstnævnte ikke er blevet forhindret, har en standardisering ikke indfundet sig i de nordiske lande, da de nordiske medier, specielt public-broadcasting-medierne, er blevet opfattet som værktøjer til at opretholde de kulturelle og sproglige særegenheder. Dette er kommet til udtryk som krav til øget mediestøtte (Ibid: 124).

Den sidste udfordring, Syvertsen et. al. nævner, er social-fragmentation, hvilket de ser som en udfordring for de nordiske lovgivere, da der har været en tradition for, at man ikke rigtig ville acceptere opdelinger i samfundet, uanset om de er baseret på etnicitet, religion, geografi eller økonomi, da dette strider imod de universelle i velfærdsstaten (Ibid: 16). Selvom der er blevet indført 'policies' for at modgå denne udvikling, virker det dog stadig til, at tendensen peger imod større social fragmentering, hvilket specielt er tydeligt i en større og større grad af niche-medier (Ibid: 125).

Hvad er forblevet det samme? - Idealerne

Når Syvertsen og resten af bandet argumenter for, at de nordiske velfærdsstaters forhold til mediesystemerne har været præget af kontinuerlighed på trods af de ovenstående udfordringer, peger de på, at det er synligt på to niveauer:

- På det principielle og idealprægede niveau, selvom den politiske proces og organiseringen af medierne i systemet har ændret sig, er principperne og handlemønstrene bag mediepolitikken og organiseringen blevet bekræftet og styrket også i den digitale alder.
- På et mere håndfast niveau peger de på, at mediernes dagligdag i mediesystemet er det samme, hvis man kigger på forbrugsmønstre, indhold og institutionel organisering (Ibid: 120).

Nu hvor jeg kan pege på, hvad systemet har overkommet gennem historien, og hvordan Syvertsen og co. empirisk har begrundet det, er jeg tilbage med spørgsmålet om, hvilke karakteristika ved systemet, der har sikret kontinuiteten. Syvertsen og hendes gæve medforfattere udpeger fire 'hjørnesteen', de identificerer som støtterne, der har præget velfærdsstaternes mediepolitik i al denne tid. I det følgende vil de blive gennemgået sammen med argumenterne for, at de er kontinuerlige.

Den første hjørnesteen er, at adgangen til medier er en *universal service*, som velfærdsstaten skal understøtte på samme måde som ældrepleje eller vandforsyning. Denne opfattelse stammer fra den samme periode i 1800-tallet, hvor uddannelse, postvæsen og lignende infrastruktur blev set som grundlaget for at op/udbygge demokratiet og implicit en lige tilgang til information. I 1900-tallet kom det til udtryk først gennem et statsmonopol på radio og senere TV for at sikre sig, at der var ligelig adgang for den brede befolkning. Da monopolerne blev ophævet i løbet af 80'erne og 90'erne kom det til udtryk i krav om geografisk udbredelse til hele befolkningen. Kravet om ligelig udbredelse er blevet ved i forhold til statens involvering i internettets infrastruktur. Syvertsen og de andre påpeger også, at netop synet på internettet som en universel infrastruktur, som velfærdsstaten skal levere til dets befolkning, forklarer, hvorfor de nordiske lande er de globale ledere i digitalisering og høje grader af internetadgang i alle dele af landene (Ibid: 17f).

Redaktionel frihed er den anden 'hjørnesteen' i mediepolitikken ifølge Syvertsen og de andre nordmænd. Historisk hænger denne hjørnesteen stærkt sammen med det tidligere nævnte "anti-autoritære" ideal for presseskik. Det er blevet opretholdt af partierne på tværs af det politiske spektrum og igennem tiden. I Sverige er der åbenbart stor ære i, at man indførte pressefrihed allerede tilbage i 1766 (Ibid: 18), men det er lige så gældende på internettet i dag, som det var i trykken dengang. Syvertsen kobler denne frihed sammen med selvregulering af pressen, som i de nordiske lande i høj grad er institutionaliseret (Ibid: 51f).

I kontrast til den første hjørnesteen handler den tredje hjørnesteen; *en aktiv kulturpolitik* om medieindholdet og at sikre, at det er oplysende og forskelligartet. Syvertsen og co. sporer også denne hjørnesteen tilbage til 1700-tallets oplysningsprojekt i forsøget på at opbygge demokratier. Den aktive kulturpolitik gjorde, at der i starten af 1900-tallet blev stillet krav til indhold af radio-udsendelserne. Da TV opstår som medie, kommer de samme krav til denne medieform. Da partierne stoppede med at eje de trykte medier, udviklede politikken sig også til at omfatte dem, da de blev afhængige af mediestøtten. Denne aktive kulturpolitik blev således også bolværket mod globalisering og standardisering, som nævnt tidligere. Disse idealer om oplysning til den brede befolkning på tværs af klasse, køn og geografi er stadig i live i kravene til at få mediestøtte i dag (Ibid: 18f).

Den sidste hjørnesteen er velfærdsstatens præferencen for *samarbejde* med de involverede partnere. Ifølge Syvertsen et. al. er det kernen af selve velfærdsstatens legitimitet, der kommer til udtryk her. Dette samarbejde hviler på den fælles forståelse af, at staten er den aktør gennem vis handlinger, den brede befolknings ønsker og behov bedst kan komme til udtryk. Specielt på medieområdet i Norden virker det til, at alle andre aktører har accepteret statens rolle som facilitator og velgører, samtidig med at staten ikke agerer enerådigt. De peger på, at der historisk har været en tendens til, at der bliver indgået kompromiser mellem staten, erhvervslivet og andre aktører i kontrast til en mere *lassize-faire*-model eller en mere statsdiktet-model (Ibid: 19). Den vedvarende frivillige forpligtigelse fra aktørerne, mener Syvertsens og bandet, kan forklare den høje digitaliseringsgrad og en meget informeret befolkning, da dette har været i alle involverede aktørers interesse (Ibid: 121). Specielt i krisesituationer har dette samarbejdet været vigtigt, da det har sikret, at statens mediepolitik og mediesystemet som helhed kunne tilpasse sig i stedet for at lade sig omvælte, og dette er et af Syvertsens og de gæve nordmænds centrale argumenter for, hvordan det kan være, det stadig er de samme idealer og praksisser, der definerer den nordiske mediepolitik, nemlig at man indenfor rammerne af disse idealer og praksisser i fællesskab med de involverede aktører har kunne finde et kompromis, der vedligeholder disse, men også tager højde for forandringerne (Ibid: 119).

Mellem markedet og staten – Pest eller kolera?

En relevant kritik af Syvertsen og bandets bog er, at den er meget statsorienteret, i forhold til en analyse, der vil se på sammenhænge mellem de forskellige systemer. Så er det heldigt, at Helle Sjøvaag i 2019 har forfattet en bog om, hvordan mediesystemerne i de nordiske landes forhold til stats- og markedssystemerne har forandret sig i nyere tid. Før bogen i det hele taget har fået sidetal bliver det præsenteret, at Sjøvaags bog er en del af en serie omkring disruption i journalistik på baggrund af digitalisering. Dette – kan man mene – tyder på, at Sjøvaags udgangspunkt er, at noget har grundlæggende forandret sig ved journalistikken på grund af digitaliseringen (Sjøvaag 2019).

Sjøvaags grundtese er, at journalistikken har et grundlæggende problem, som kan kontekstualiseres i en systemisk forståelse af mediesystemets forhold til staten og markedet. For at kunne overleve må journalistik over hele verden læne sig op ad den ene eller den anden, og de fleste steder er det op ad begge, men i stærkt varierende grader. En stor årsag til ustabilitet hos mediesystemet er derfor, at disse forhold er evigt ændrende (Ibid: vi). I Norden er disse forhold, ifølge Sjøvaag, defineret ved, at der altid har været en hårfin balance mellem staten og markedet. Den politiske kultur og journalistiske-professionalisme har i nyere tid stræbt efter at sikre, at hverken stat eller marked skulle få for stor indflydelse over mediesystemet som institution i samfundet (Ibid: 9). Gennem privat ejerskab, trykkefrihed og ytringsfrihed

har mediesystemet klaret at holde afstand til staten (Ibid: 1). Gennem den sociale kontrakt om at pressen skal fungere som den fjerde statsmagt, er mediesystemet blevet institutionaliseret og professionaliseret, hvilket har sikret statsstøtte og forståelsen af journalistik som uafhængigt af økonomiske interesser, der sikrer mediesystemets afstand til markedet (Ibid: 4). Dette er dog ikke en statisk størrelse, der er konstant en kamp for økonomisk indtægt og samfundsmæssig legitimitet som fjerde statsmagt (Ibid: 5). Den første kamp har altid været centeret om enten at sælge "vælgere" eller "forbrugere", alt efter om dem, der puttede penge i medierne ville promovere en vare eller et politisk budskab (Ibid: 3). Kampen om legitimitet har altid været institutionel, da den har omhandlet at definere, hvad journalistik er, for at sikre at opfattelsen af journalistik ikke blev "forpurret" af elementer, der blev set som ikke gode nok (Ibid: 5). Sjøvaags grundtese er, at dette spil til en vis grad er blevet forstyrret af digitaliseringen, hvilket er årsag til, at hun har re-kontekstualiseret disse forhold i sin bog (Ibid: 2).

"Vil du være med i hulen, Mulle?" – Boundary maintenance

Det mest grundlæggende faktum om, hvordan mediesystemet agerer i sit forhold til de andre systemer, opsummeres af Sjøvaag i slutningen af hendes bog, nemlig at et system altid vil vælge den retning, der sikrer dets egen overlevelse, magt og position i samfundet. Uanset om det er en reaktion på et publikum, der anklager dem for at være blevet for kommercielle eller opgør internt i systemet over etisk adfærd, vil professionens normer og myter blive mobiliseret til at sætte grænserne mellem, hvad der kan blive defineret som inde i systemet og uden for systemet, altså 'boundary maintenance' (Ibid: 94). Dette kan komme til udtryk ved, at en brancheorganisation sætter regler op for, hvordan man skal kunne kende forskel på reklamer og redaktionelt indhold, eller et medie kan kritisere et andet medie for ikke at overholde nogle uskrevne regler om presseskik. Disse handlinger stræber efter, bevidst eller ubevidst, at etablere eller opretholde definitioner for, hvad der er god og dårlig journalistik. I Skandinavien er denne form for professionalismisme ret stærk, da mange regler og normer er nedskrevne enten hos fagforeningen eller organisationer som Pressenævnet, og hvor forholdet mellem stat og medier i stor grad er defineret ved lov (Ibid: 67).

Derfor er der mange aktører i mediesystemet, der bevidst stræber efter at overholde disse normer, da det ellers kan være svært at få ens produkt anerkendt som journalistik (Ibid: 94). Sjøvaag identificerede dog alligevel en stærk stigning i konkurrenceformer for informationsudbredning i form af alt fra ubetalte bloggere til koordineret propaganda. Mediesystemerne i Skandinavien er engageret i kampagner for at klargøre for den brede befolkning, hvad forskellen mellem deres produkter og disse produkter er. Dette er hovedsageligt baseret på "den journalistiske metode", altså alt fra mængden af kilder, til brug af udråbstegn, til brug af hacking til at indhente information (Ibid: 78). Sjøvaag peger på, at fremvæksten af

partiske medier i Skandinavien også bliver udsat for 'boundary maintenance'. Hun peger på eksempler, hvor disse medier anerkender grænserne for professionalisme ved at søge om medlemskab i brancheorganisationerne og til størst mulig grad følger de samme normer og regler som de mere etablerede medier. Selvom at de institutionelle rammer for professionalisme i mediesystemet i Skandinavien ser ud til at håndtere de aktører, der udfordrer rammerne for, hvad der kan defineres som journalistik, peger Sjøvaag på, at den sande lakmusprøve må være publikummet. Vil medieforbrugerne prioriterer de etablerede medier, der så at sige har slugt skovsneglen eller, vil de opsøge medier, der kan give dem en anden form for information og overvejelser end de etablerede medier? Problemet er ikke kun, hvorvidt det udfordrer grænserne for, hvad journalistik er, men også mediernes indkomst (Ibid: 79).

"Please sir, can I have some more soup?" – Statens forhold til medierne

Hvorvidt billedet af de danske medier, der som en anden Oliver Twist står og tigger, er passende, kan selvfølgelig diskuteres, men Sjøvaags konklusion er, at mediesystemet i Skandinavien rykker tættere på staten, specielt i spørgsmålet om finansiering. Private medier søger i højere og højere grad mediestøtte og argumenterer for en øgning af dette på baggrund af behovet for at beskytte de etablerede danske medier fra udenlandske konkurrenter og aktører, der ikke holder sig indenfor "grænserne" af deres definition af journalistik (Ibid: 97).

Ifølge Sjøvaag lytter de skandinaviske stater til deres medier og deres bønner. Der er en stigende opmærksom i medie-policy på at sikre lokale og nationale aktørers overlevelse, blandt andet ved at beskytte mediernes indtægter fra Google og Facebook, der i stigende grad dominerer annoncemarkedet. Disse ændringer mener Sjøvaag kan ses som et skift fra at se medie-policy som kulturpolitik til at se det som handelspolitik. Endvidere er der et større fokus fra staten på at understøtte borgernes medieforbrug, da dette ikke kun ses som en forudsætning for mediernes overlevelse, men også for en oplyst debat. Denne stigende intervention fra statens side, der er ønsket fra mediernes side, argumenterer Sjøvaag for, er beviset for, at mediesystemet rykker tættere på staten (Ibid: 71).

Et interessant paradoks, Sjøvaags påpeger, er, at selvom medierne argumenterer for mere statsstøtte og intervention, kritiserer de samtidig public broadcasting-medierne for at skabe en unfair konkurrence. Public broadcasting-medierne har nemlig ikke oplevet den krise, faldende annonceindtægter har forårsaget. Grænsen mellem stat og medier er altså flyvende, men der er en række forhold, som mediernes specielt bruger til at opretholde og markere en afstand. Privat ejerskab af medierne og trykkefrihed er to centrale punkter, men også professionalismen, peger Sjøvaag på. Med sit historiske ophav i opløsningen af partipressen, har professionalismen været en del af udviklingen af institutionel autonomi og markerer grænserne mellem politik og journalistik. Sjøvaag nævner også tre andre forhold, som hun mener, er

definerende for forholdet mellem stat og medier i de skandinaviske lande. De er politisk parallelisme og korporatisme, som defineret af Hallin og Mancini, og til sidst center-periferi skillelinjen i samfundet. Det sidste definerer hun som pressens rolle som debatrum og identitetsskaber for periferien og som bindeled og værktøj mellem de politiske interesser i periferien og den politiske struktur i centeret (Ibid: 51f).

"Greed is good" – Forholdet til markedet

Ligesom med forholdet til staten konkluderer Sjøvaag, at mediesystemet rykker tættere på markedet. Dette sker både ved en mere uklar linje mellem reklamer og journalistik, men også gennem en vareliggørelse af medieforbrugerne gennem udnyttelse af deres data (Ibid: 97). Den uklare linje mellem journalistik og reklamer er central i Sjøvaags analyse, da hun udpeger 'content marketing', som et klart symptom på, at markedslogikken dominerer mere og mere i mediesystemet (Ibid: 93). At journalister bliver aktivt involveret i at producere "ikke-journalistiske"-produkter, mener Sjøvaag, er et af de steder, hvor grænserne bliver mest uklar mellem mediesystemet og markedet (Ibid: 88). Men hvorfor er der ikke "boundary maintenance" i gang?

Som Sjøvaag påpeger er der klare institutionelle årsager til, at det er i mediesystemets aktørers interesse at åbne for disse nye finansieringsmuligheder. Grundlæggende er der et behov hos medieinstitutionerne for at holde en afstand fra staten for at sikre sin legitimitet som fjerde statsmagt og den redaktionelle frihed, altså sin grund-identitet til en vis grad. Derfor er indtægt selv skrabet sammen ofte at foretrække for ejerne og redaktørerne af medierne, da dette handler om deres overlevelse som medie (Ibid: 95). Hos medarbejder på 'gulvet' betyder arbejde med 'content marketing' og lignede ikke bare, at deres arbejdsplads overlever, men det er også ekstra arbejdsopgaver til dem på et arbejdsmarked, hvor der ikke er den højeste efterspørgsel efter arbejdskraft (Ibid: 88).

Således argumenterer Sjøvaag for, at det er en grundlæggende institutionel handling at sikre finansiel bæredygtigt i medievirksomhederne, da det er i aktørernes egne selvtænde. Dette er på trods af, at denne ageren kan skabe uklare grænser for, hvad der er journalistik og derfor er til fare for mediesystemet som helhed (Ibid: 95).

'Kongekabale', nu på app – Det politiske felt og konklusionerne

Sjøvaags overordnede konklusion peger på den dualitet, journalistik operer under, som krystalliseres i mediesystemets forhold til staten og markedet. På den ene side af mønten er journalistik en uafhængig magt, der beskytter demokratiet og borgeren fra staten eller andre magtcentre. Det er en social kontrakt, der bliver holdt oppe af normer og myter, og som mange medieinstitutioner stræber efter at beskytte, for hvis dette fundament bliver udfordret, kan hele deres eksistensgrundlag forsvinde. På den anden side af

mønten er medieinstitutioner, i stor grad virksomheder, hvis mål er at tjene penge til ejere og aktionærer gennem salg af produkter (reklamer, abonnementer, etc.) eller gennem indflydelse, der giver andre institutioner interesse i at sponsorere dem enten for at styrke demokratiet eller en konkret ideologi (Ibid: 2).

Digitaliseringen har udfordret begge sider af mønten, og i et forsøg på at overleve denne 'disruption' er mediesystemet rykket tættere på markedet og staten. Denne form for institutionel logik om at bevare sin position i samfundet kommer således til udtryk ved delvis opsøgning af nye indtægtskilder og 'boundary maintenance'. Sjøvaag identificerer et internt pres, som udfordrer de normer og myter, der definerer journalistikken, hvilket hun ser som den farligste udfordring til den bestående orden, men også et eksternt pres fra aktører, der sigter efter at blive inkorporeret i mediesystemet (Ibid: 94f).

Den sidste konklusion, der mangler at blive nævnt her, er, at mediesystemet også rykker nærmere det politiske felt. Dette identificerer Sjøvaag blandt andet på baggrund af en stigning af partiske og populistiske medier, der agerer etablerede medier, men har en udtalt politisk ideologi (Ibid: 95). Dette kobler hun sammen med en generel fragmentering af medielandskabet, gennem at medierne differentierer for at sikre sig en identificerbar og stabil gruppe af medieforbrugere (Ibid: 51).

Betyder 'krise' bare 'mulighed' på kinesisk?

Når man læser Sjøvaag, er man ikke i tvivl om, at hun argumenterer for, at der er en krise i skandinavisk journalistik. Thomas Olsen bruger i sin artikel 'Media and Politics – The danish media system in Transformation' denne krise som den ene del af baggrunden for hans observationer. Han definerer krisen som et fald i læsertal, reklameindtægter, tiltro fra befolkningen og udfordringer af selve journalistikkens professionalisme. Den anden halvdel af baggrunden for hans observationer er medialiseringen af det vestlige demokrati (Olsen 2020: 417).

Olsen er dog ikke overbevist om, at krisen er så dyb og problematisk. Hans overordnede konklusion er nemlig, at forskning tyder på, at de danske medier ikke er ved at blive udvasket eller irrelevante (Ibid: 427). Aviserne er stadig en bastion af originalt nyhedsindhold (Ibid: 425), og TV overskygger stadig sociale medier i stor udtrækning som den primære kilde til nyheder for de fleste danskere (Ibid: 428). I forhold til, at digitaliseringen skulle have skabt digitale ekko eller fake-news, peger Olsen på, at førende forskning i Danmark ikke kan påvise det (Ibid: 427).

Tværtimod argumenterer Olsen for, at digitaliseringen har skabt en meget større grad af direkte dialog mellem politikerne og den brede befolkning, og samtidig gjort det nemmere at lave politisk organisering. Grundlæggende mener Olesen, forskningen peger på, at medialiseringen ikke har fjernet hverken

mediernes eller politikernes autonomi. Det er stadig to uafhængige institutioner, der kan udfordre hinanden (Ibid: 426f).

Dog kan det ikke benægtes, at reklameindtægterne er faldet for medierne, samtidigt med at medierne stræber efter at producere flere produkter uden at hæve antallet af journalister. Dette øgede produktionskrav opleves af journalisterne som en udfordring af deres professionelle autonomi og gør dem mere modtagelige overfor ukritiske gengivelser af PR-materiale fra interesseorganisationer og virksomheder. Samtidig er der kommet nye aktører ind i mediesystemet, grundet decentraliseringen af informationsdistributionen (Ibid: 425f).

Mediernes rolle i Danmark er så historisk stærk, at Olsen ikke kan se den forsvinde, men det er klart, at der er sket en transformation af det "kommunikative landskab" (Ibid: 424). Medialiseringen er blevet accelereret af digitaliseringen, hvor både professionelle og amatør-kommunikatører gennem flere og flere platforme kan komme i mere og mere direkte kontakt med den brede befolkning. Medieringen af information sker derfor mindre og mindre gennem de traditionelle platforme som aviser og tv, og en klar hybrid medialisering kommer til udtryk i blandt andet politikernes brug af både sociale medier og traditionelle medier. De traditionelle medier er dog stadig vigtige og beholder i stor grad deres rolle som vagthund, dog deler de den i større grad med en række andre aktører, der også kommunikerer budskaber til den brede befolkning. Derfor mener Olesen, at man skal se på interaktionen af de forskellige aktører, der nu kommunikerer til befolkningen (Ibid: 428).

Denne interaktion i det hybrid-mediesystem mellem traditionelle/etableret medier og nye aktører, vil blive teoretisk diskuteret i dette speciale i en nordisk kontekst. På baggrund af de ovenstående teorier er en række forhold, der vil være i fokus. Inspireret af Hallin og Mancini kan jeg pege på, at nogle af disse er modstridende, og derfor af ekstra interesse, da dette kan pege på spændingsfelter i den teoretiske forståelse. Det overordnet kan udtrykkes som forholdet mellem traditionen for samarbejde/korporatisme og boundary maintenance. Hvordan kan det traditionelle samarbejde mellem medier, stat og marked finde sted, når visse medieinstitutionerne aktivt prøver at afskære nogle aktører fra at blive stemplet som "medier" i deres definition? Dette sætter delvist fokus på statens rolle af facilitator af samarbejdet gennem mediepolitikken, men også som medieejer af public-broadcasting medierne. Omvendt sætter det også fokus på markedet rolle, da som Sjøvaag peger på, at det kan tyde på, at de nye indtægtsformer for medier er modstridende med de idealer, som delvist opretholder den sociale kontrakt, men som også ligger til grund af 'boundary maintenance'. Oven i det er der spørgsmålet om, hvordan man kan forstå, at der kommer flere ikke uddannede aktører ind i det kommunikative landskab, samtidig med, at der er en stigning i antallet af journalister, der arbejder som journalister, og flere og flere institutioner, der tilslutter sig

selvregulerende instanser som Pressenævnet. Dette vil en teoretisk ramme, der sigter efter at forstå det medielandskab forhåbentlig gøre mig klogere på.

Anden del: Teoretiske (mis)forståelser

Hvad end de kalder det en krise eller mener, at det ideologiske grundlag er forblevet det samme, peger litteraturen på, at der er en transformation i gang i det nordiske mediesystem drevet i høj grad af digitalisering. Hvor denne udvikling peger hen af, har man brug for en krystalkugle for at spå om, men hvis man accepterer, at der er en udvikling i gang – hvilket man kunne argumentere konstant er tilfældet – så er det centralt at have et begreb, der kan belyse denne transformation. Det er også godt at have en model for det mere tekniske grundlag, der muliggør udviklingen.

I denne del af specialet vil jeg først redegøre for Chadwicks overordnede forståelse af "hybrid-begrebet". Herefter vil jeg gennemgå hans begreb "politisk informationscyklus", der er en del af præmissen for hans forståelse af, hvordan mediesystemer fungerer i Vesten i dag. Efterfølgende vil komme et afsnit om, hvordan han teoretiserer dannelsen af nye normer. De vil blive efterfulgt af et afsnit om brugen af hybriditet i forbindelse med nordiske medier ved at gennemgå en række forskningsartikler, som gør brug af hybriditets-begrebet og en enkelt, der ikke gør. Herefter vil jeg dykke ned i grundlaget for det hybride mediesystem, nemlig den digitale infrastruktur, der må forstås som det materielle grundlag for digitaliseringen. Til sidst vil denne del af specialet slutte af med en opsamling, der forhåbentligvis kan sætte en sammenhængende teoretisk ramme, som kan danne baggrund for den sidste del af specialet.

Med 'hoved'-begrebet under armen: Hybride mediesystemer

Andrew Chadwick lader ikke sine læsere slippe så let i værket "The Hybrid Media System: Politics and Power", hvor han udpensler idehistorien bag hybriditet som akademisk term. Han præsenterer begrebet "Hybride mediesystem", som vil være hovedbegrebet for dette speciales efterstræbelse på at forstå det nuværende nordiske mediesystem. Chadwicks sande interesse for begrebet hybriditet virker ikke til at komme af lange historiske overvejelser, som kun kunne være fremkommet i et mahognibrunt rum fyldt med læderindbundne bøger, piberøg og gamle hvide mænd. Nej, hans interesse for begrebet begrundes han i dets udbredte brug i de socialvidenskabelige discipliner i dag. Han redegør for, hvordan begrebet er centralt i alt fra postkolonial kulturvidenskab til regimeforskning i politologi (Chadwick 2013: 9ff).

Mere end en anekdote

Chadwicks baserer hybriditets-begrebet på Bruno Latours aktør-netværk teori, specielt Latours opgør med modernitets-begrebet og dets enten/eller tankegang. Latours forståelse af, at agens ligger hos såvel teknologien som hos mennesket, og at der derfor ikke kan gøres brug af en skillelinje mellem aktør og netværk, mener Chadwick selv er central (Ibid: 13). Hybriditet kan altså ses i den gensidige indflydelse mellem mennesket og teknologien, der reelt opløser subjekt-objekt dikotomien, som efterlader os

akademikere befriet fra enten/eller-opdelinger, men skaber behovet for en holistisk forståelse af forholdet mellem mennesket og samfundet (Ibid: 14).

Chadwicks præsentation er meget højtflyvende og baserer sig på, hvor mange andre, der tager udgangspunkt i Latours ideer. En af de grundlæggende præmisser for at betragte et systemet gennem linsen af hybriditet er, at man fokuserer på forandringerne og processen, hvor gamle normer bliver erstattet af nye, men processen bliver ikke anskuet som lineær. Den grundlæggende præmis i forhold til systemers transformationer er at betragte processen som præget af kompleksitet, der kan belyses af den samtidige udvikling af modstridende sociale, kulturelle, økonomiske og politiske praksisser og normer (Ibid: 10). Transformation bliver således heller ikke betragtet som enten fragmentering eller integration, men derimod typisk en blanding (eller hybrid!) af tendenser. Modstridende elementer og processer kan altså eksistere samtidigt og således give indtryk af et organisk meningsfuldt system, men det er reduktivt at betragte det sådan (Ibid: 15). Systemer er i deres natur præget af ustabilitet og kan kun kontekstualiseres i asymmetrisk form, da de i høj grad er præget af aktører, teknologiske som menneskelige, der er i konkurrence over ressourcer (Ibid: 16f). Men dette kaotiske billede er dog ikke hele kompleksiteten i Chadwicks forståelse af hybriditet som et analytisk begreb. En anden grundlæggende præmis i hans begreb er ideen om, at alle parter af systemer er indbyrdes afhængige af hinanden. Der er nemlig værdi i at være en del af systemet eller "netværket", hvilket kan forstås som en form for "magt", der faciliteres af de forskellige normer og praksisser, som systemet består af. Denne 'magt' er altså, hvordan Chadwick forstår de enkeltes aktørers incitament til at blive en del af systemet, hvilket således er årsagen til den indbyrdes afhængighed. Men eftersom der eksisterer konkurrence i systemer, opstår der situationer, hvor en aktør eller struktur får overtaget og bliver dominerende, hvorved de forskellige aktører er gensidigt afhængige og har dermed en grundlæggende asymmetrisk relation (Ibid: 17).

Et system kan også være statisk, samtidig med at have en asymmetrisk form og indeholdende en vis grad af modstridende elementer. Altså er hybriditet ikke altid synligt, når systemet ikke er i et stadie af transformation (Ibid: 10). Råderummet i denne statiske situation er baseret på "magten" til at gøre brug af systemets ressourcer i den videst mulige forståelse, og dette er i høj grad defineret af teknologien, der både muliggør, tilbageholder og selv udøver agens i systemet. Denne agens bliver ofte mødt af forsøg på at kontrollere og gendefinerer grænser i systemet i kampen om dominans (Ibid: 15). Men som sagt er det ikke en lineær proces, så en dominerende aktør eller elite kan meget taktisk vælge at afgive "lommer" af ressourcer og/eller magt i systemet for at bibeholde andre "lommer" af ressourcer og/eller magt for at kunne opretholde en position af dominans i systemet (Ibid: 10). Således bliver en elite ikke en til en erstattet af en ny, ligesom de nye normer og praksisser, der over tiden i et system bliver dominerende ikke

er opstået ud af den blå luft, men nærmere kan ses som relateret til de tidligere normer og praksisser (Ibid: 15).

Chadwicks hybriditets-begreb er i det ovenstående præsenteret ekstremt flyvsk og teoretisk, men i de følgende vil det blive udbygget og sat i den konkrete kontekst af medier og politisk kommunikation. Hans forståelse af udvikling som ikke-lineær, samt hans magt og agens begreber vil være centrale i resten af specialet.

Chadwick er meget glad for at argumentere anekdotisk for hans begreber, og derfor får jeg indtrykket, når jeg læser hans værker, at hans empiri er enkelte historiske tilfælde, der illustrer hans pointer. Som den ovenstående præsentation forhåbentligt har understreget, er hans teoretiske rammer for hans analyse dog andet end bare anekdotiske, og det er dem, der vil blive udpenslet i det følgende.

Den politiske informations cyklus: En orkan uden øje

Som sagt er Chadwick glad for anekdoter, og en af hans første værker omkring det hybride mediesystem er netop centeret omkring en episode i hans hjemland, England, hvor et lækket uddrag af en bog om mobning hos den britiske premierminister førte til en fem-dags periode i 2010, hvor mange forskellige slags aktører kæmpede og samarbejdede på kryds og tværs for at påvirke nyhedshistoriens udfoldning i medierne (Chadwick 2011). Jeg vil ikke dykke ned i denne episode, men derimod udlede de overordnede indsigter omkring den proces, Chadwick kalder den politiske informations cyklus, og som han knytter til sit begreb – det hybride mediesystem.

Grundlaget for, at Chadwick følte, der var et behov for et nyt begreb, i stedet for at 'genbruge' nyhedscyklus-begrebet, er, at internettet har forandret, hvem der deltager i cyklussen. Der er en mere åben og flydende struktur under udvikling med større mulighed for, at ikke-elitære aktører kan blande sig i realtid i agendaen og dermed lettere holde politikere og medier til ansvar (Ibid: 5). Disse ikke-elitære aktører agerer næsten udelukkende online og har overvejende et ærinde i at promovere eller udfordre specifikke historier eller vinkler på historier. Dette fører til realtids interaktion ikke kun internt mellem disse aktører, men også mellem ikke-elitære aktører og elite aktører som politikere og journalister. Aktivister gør brug af dette til at påvirke agendaer ifølge Chadwicks udvalgte eksempel. Denne interaktion foregår på tværs af platforme, der ikke kun er sociale medier. Det hybride aspekt er, at denne online interaktion en til en bliver integreret i det traditionelle journalistiske arbejde. Altså er det ikke kun, at der bliver reageret på nyhedshistorierne i de traditionelle medier på de digitale platforme, men de traditionelle medier reagerer også på, hvad der foregår på de sociale medier. Online-kilder og -praksisser er altså blevet en del af hverdagen i det journalistiske arbejde. Så i forhold til den gammeldags nyhedscyklus, der i høj grad blev dikteret i redaktionslokalerne, er den nye politiske informationscyklus noget, der også foregår i et offentligt

online-miljø, hvor elite og ikke-elitære aktører kan kommentere og kommunikere på et en-til-en-niveau. Dette foregår både som konflikt, konkurrence eller forhandling, men overordnet er det præget af en form for gensidig afhængighed (Ibid: 8).

Denne gensidige afhængighed er meget relevant, fordi den, som nævnt i det første afsnit, ikke er symmetrisk. De traditionelle eliter i form af politikere og journalister er stadig dem med mest magt i systemet. De traditionelle nyhedsorganisationer er påvirket af, at politik i stigende grad bliver kommunikeret online, og dermed at deres indtægter er afhængige af at kunne kapitalisere på denne online cirkulation af politisk og verdslig information. De er afhængige af at kunne tilpasse sig denne udvikling, men deres kapital og organisatoriske ressourcer er tilpas store til at kunne følge med nye medietendenser på tværs af platforme og genre (Ibid: 5). Denne proces af tilpasning til eller integration af praksisser og aktører er netop hybridiseringen i effekt. Som forhåbentligt illustreret ovenover, er en del af det centrale her inklusionen af nye aktører i det, Chadwick kalder "samlingen" af aktører, der skaber nyhederne. Denne samling er mere flydende, end den var før og varierer alt efter, hvad der er på dagsordenen (Ibid: 7). Årsagen til, at Chadwick i denne artikel gør brug af den såkaldte "Bullygate"-sag, er, at den eksemplificerer, hvordan ikke-elitære aktører gennem online platforme kan være med til at forme den offentlige samtale i et samspil med de traditionelle medier og elitære aktører (Ibid: 19).

Men at sætte en dikotomi op mellem elitære og ikke-elitære aktører strider til en vis grad med en del af hybrid-begrebets grundessens. Den politiske informationscyklus' samling af aktører kan nok bedst forstås som et spektrum fra gamle traditionsrige medieinstitutioner og regeringspartier til enlige bloggere og familiemødres twitter-profiler, hvor der i Chadwicks optik er sket et skred i magtforholdet mod de sidstnævnte, da deres input kan blive en del af cyklussen, som han blandt andet eksemplificerer med en amatør-blogger, hvis research blev central i "bullygate"-sagen (Ibid.). Men derfor er det også vigtigt at pointere eksistensen af aktører, der ligger mellem disse to yderpunkter, det kan blandt andet være aktivistgrupper, der målrettet påvirker den politiske informationscyklus eller mindre onlinemedier, der er mere tilbøjelige til at udgive historier, der ikke nødvendigvis lever op til de branchemæssige standarder, der er mere afgørende for mere etablerede medier. Begge disse slags aktører har været med til at rykke ved normer og praksisser. Det mest oplagte og relevante eksempel her er, hvordan netop onlinemedierne har været med til at rykke grænsen for verifikation af information i kampen om at være først med en historie (Ibid: 5f).

Inden jeg går videre med at beskrive, hvordan Chadwick forestiller sig, at normer bliver skabt i dette nye hybride mediesystem, vil jeg lige kort komme forbi en spritny artikel fra 2021 af Ana Ines Langer og Johannes B. Gruber fra Glasgow University, som stærkt inspireret af Chadwick ser på agenda-setting

mekanismerne gennem hybrid-brillerne på en konkret case i britisk politik. Altså en agenda-setting analyse, der også inkluderer ikke etablerede medier og aktører (Langer & Gruber 2021: 313). Deres hovedkonklusioner er i denne kontekst måske ikke så overraskende, nemlig at de etablerede medier stadig er de centrale spillere i forhold til at få noget på agendaen, gøre det til et vigtigt punkt og holde det på agendaen (Ibid: 333). Der hvor de dog excellerer, specielt i forhold til Chadwick, er i deres brug af operationalisering af ideen om 'samlingen' af aktører og brugen af en enkelt case til at belyse hybriditet i den politiske informationscyklus. Grundlæggende her er deres brug af 'mix-method', altså i bund og grund inddragelsen af kvantitative data i en mere systematisk vis til at beskrive andet end blot den enkelte case (Ibid: 331). Deres fokus, som også er afspejlet i deres research-spørgsmål, er på at undersøge interaktionen af medier på tværs af mediesystemet omkring en specifik nyheds-case, for at kunne undersøge hvilke aktører, der er involveret, og hvilke roller de spiller (Ibid: 317). Altså udpensler de deres 'samling' af aktører på en ganske systematisk og databaseret måde. Denne tilgang, der kontekstualisere casen som en form for produkt af mediesystemet, er at foretrække fra Chadwicks, der nærmere tillægger eksemplarisk værdi i forhold til specifikke tendenser i medielandskabet (Ibid: 317ff). Til sidst peger de på, at politisk parallelisme burde være et centralt punkt for videre forskning i hybride mediesystemer, da det i deres optik er et centralt karakteristikum for ethvert mediesystem (Ibid: 335).

I forhold til den fremtidige model er det netop denne tilgang til at undersøge udvidelsen af samlingen af aktører, der skal betragtes som et spektrum ikke en elite/ikke-elite dikotomi, samt understregelsen af et asymmetrisk magtforhold mellem disse aktører, der dog er præget af gensidig afhængighed, jeg vil tage med.

Normer, praksisser og andre usynlige eventyrvæsner

Der er flere og flere aktører involveret i en mere flere-retningsorienteret informationscyklus, der i høj grad er præget af ny digital teknologi. Det er en dejlig målbar opsummering af Chadwicks skitsering af det hybride mediesystem. I det knap så målbare hjørne er dog spørgsmålet om normer og praksisser. I stedet for at gennemgå nyhedsbegivenheder, som Obamas valg i 2008 eller Wikileaks læk, så baserer Chadwick sit studie af de nye normer og praksisser i det hybride mediesystem på en række interviews med personer fra den britiske medieverden. Indtil videre har Chadwicks overordnede observationer båret præg af nogle tendenser i de vestlige samfund, som må forestilles også til en vis grad at være gældende i Skandinavien, som i USA og Storbritannien, såsom den almindelige befolknings brug af sociale medier og mediernes tilpasning af et hurtigere tempo på grund af digitalisering. En større grad af forsigtighed skal man dog nok gøre brug af, når man kigger på hans kapitel om normer og praksisser, da subjektive observationer af journalister og bloggere i høj grad må være præget af den lokale kultur. Dog vil jeg stadig mene, at mange

af hans konklusioner i denne kontekst er lige så relevante i en nordisk kontekst, uanset at de er baseret på en engelsk journalist eller bloggers observationer.

Den overordnede konklusion er ikke overraskende, at grundet udvidelsen af aktører og nye teknologier i systemet, er der store diskussioner omhandlende grænser. Grænser for, hvem der kan blive betraget som troværdige udgivere af nyheder, grænser for hvor langt etablerede medier kan hoppe med på "blogger-vognen" og grænser for, hvor hurtigt det kan gå fra et tweet til en forside. Som beskrevet ovenfor er den politiske informationscyklus præget af kamp og konkurrence, og det kommer også stærkt til udtryk i Chadwicks næstsidste kapitel. På den ene side kæmper bloggere for at leve op til deres egne definitioner af journalistisk hæderlighed, som de som aktører efterspørger hos de etablerede medier, på den anden side kæmper journalister fra etablerede medier med at opretholde deres egne definitioner af journalistisk hæderlighed på nye og konstant udviklende platforme, mens de efterspørger samme hæderlighed fra bloggerne (Chadwick 2013: 184f).

Billedet bliver i den grad mudret til af, at det ikke nytter at definere bloggerne som "amatører" eller "ikke-elitære" i Chadwicks undersøgelse, da mange af dem enten har tætte bånd med eller direkte stammer fra politiske magtcentre som regeringspartier, ministerier eller rådhuskontorer (Ibid: 185). Disse bloggere kan som nævnt ovenstående også komme med input i den politiske informationscyklus, der kan dominere agendaen, og det har den politiske elite også opdaget, hvorfor de i visse situationer fortrækker at give en historie til et mindre onlinemedie (såsom en blogger), da disse medier kan prioritere historier, som de ved, at de etablerede medier måske ikke har tid eller ressourcer til at dække. Historien kan gennem det mindre onlinemedies dækning blive samlet op i den politiske informationscyklus og således alligevel ende på forsiden af de etablerede medier (Ibid: 166f). Dette eksempel illustrerer både den gensidige afhængighed, som alle aktører har til hinanden i systemet, men også hvordan den politiske elites praksisser kan tilpasse sig det nye mediesystem – altså hybriditeten i fuldt flor.

Fra de mere etablerede mediers side påpeger Chadwick, hvordan praksisser der efterligner bloggeres, bliver inkorporeret. Både i form af sider, hvor bloggere kan få lov til at levere indhold under det etablerede medies faner, men også i mediernes forventning til deres journalister om, at de har en aktiv tilstedeværelse og kommunikation online (Ibid: 167). Dette tiltaler også mange af journalisterne, der er blevet tiltrukket af, at kunne dele deres informationer gennem et opslag lige efter, de har fået den, hvilket både giver dem frihed fra den redaktionelle proces og sikrer dem, at de kan være den første til at bryde en historie (Ibid: 165). Den overordnede norm-ændring hos mange tidligere "printmedier" i forhold til tid er også meget dominerende. Det er ikke længere kun TV-medier, der kan gå "live", konkurrencen om at komme først med

en historie er nu mellem alle fra amatør-bloggerne til de store aviser, der har en stærk online-tilstedeværelse, og medier vælger også at breake historier på Twitter, som deres egen forside (Ibid: 163ff).

Dette tyder på et overordnet billede af integration af normer og praksisser og kunne, hvis man stoppede her, pege i retning af, at over tid ville man have svært ved at kende forskel på de forskellige typer af medier, da de alle begyndte at opføre sig ens. Dog, som det er med hybriditet, er billedet ikke så klart. Grundet det asymmetriske magtforhold, kan mange af de etablerede medier gøre brug af den magt, de opnår gennem integrationen til systemet, til at trække grænser mellem dem og andre aktører. Chadwick refererer i sin anekdotiske stil til udtalelser fra senior-journalister fra etablerede medier, etablerede mediers nedladende italesættelse af de "nye" medier, og formelle selvregulerende organisationer for medieverdens manglende mulighed for at inkorporere disse nye medier ind i deres praksisser (Ibid: 185f). Jeg vil altså tage med videre, at der er en klar fragmentation og konkurrence til stede i det hybride mediesystem, udover integrationen og den gensidige afhængighed, og dermed en udøvelse af de såkaldte "lommer af magt", som blev nævnt i starten af denne del af specialet. Dette kommer til udtryk i nogle normdannelser og integration af logikker, der er multiretningsbestemte.

Begrebet "multiretningsbestemt" er en – skal jeg anerkende – lidt klumset oversættelse af det engelske udtryk "multidirectional", som jeg låner fra Chadwick og Latour, for at kunne beskrive, hvordan udviklinger i hybride systemer sjældent er ensrettede, men ofte trækker systemet i flere retninger på en gang.

I det kolde Nord

Det er en meget begrænset mængde litteratur, der beskæftiger sig med hybriditet i de nordiske mediesystemer. Derudover er der en klar bias i, at de næsten udelukkende beskæftiger sig med politisk kommunikation mere end mediernes reaktion på udviklingen. Der er dog to overordnede konklusioner, der går igen i teksterne. De er; 1. Der er tale om et hybrid-mediesystem i de nordiske lande, og 2; Grundet Nordiske særtræk er der nogle særlige tendenser i gang.

Tese: Bekræftet

Det er selvfølgelig dejligt, at jeg en 26 sider inde i dette speciale kan sige, at der er andre forskere, der mener, at det giver mening at bruge mit hovedbegreb på feltet, men der ligger nogle interessante begrundelser bag. Hvad der går igen i de islandske (Guðmundsson: 2019), norske (Skogerbø & Karlsen: 2021), svenske (Svensson: 2020) og danske (Blach-Ørsten, Eberholst & Burkal: 2017) forskningsartikler omkring hybriditet i de nordiske mediesystemer, er, at de bekræfter hybriditet ved hovedsageligt at bevise, at politikerne gør brug af både gamle medier og nye sociale medier. Denne pointe lægger sig tæt op ad Chadwicks begreb om den politiske informationscyklus, hvor politikernes tilpasning til de nye kanaler og platforme er central. Artiklerne dykker også ned i, hvordan politikerne gør brug af de forskellige medier.

F.eks. fokusere den islandske artikel på en stigende brug af mediet SnapChat, og hvordan det i lige så høj grad er etablerede politikere og partier som nyere og mere opstarts. Den svenske fokuserer på brugen af følelser i kommentarer på Twitter, hvor et lignende billede igen tegner sig.

En anden central tese i Chadwicks teori, der bliver bekræftet, er, at de traditionelle medier stadig har en central og dominant position i mediesystemet og dermed bærer større legitimitet end de nye medier. Dette kommer blandt andet til udtryk ved, at politikere gør brug af sociale medier til at fange de traditionelle mediers opmærksomhed, eller at politikerne bruger de sociale medier til at interagere med de traditionelle mediers historier.

Selvom forskningsartiklerne overordnet kigger på politikernes reaktioner på det nye mediesystem, så peger både det norske og svenske studie også på, at de traditionelle medier har tilpasset sig det nye mediesystem ved at være gøre brug af de sociale medier som platforme og interagerer med brugerne gennem disse nye kanaler. Her er den overordnede konklusion, at de traditionelle også har integreret normer og praksisser fra de nye medier, altså er deres medie-logik nu en hybrid form mellem den gamle medie-logik og den nye medie-logik (Skogerbø & Karlsen: 2021), (Svensson: 2020).

I forhold til særtræk ved det nordiske mediesystem, peger forskningen specielt på 'public broadcast'-mediernes rolle, som igen kommer under luppen i de svenske og norske artikler, hvor de begge peger på, at henholdsvis NRK (norske udgave af DR) og SVT (den svenske udgave af NRK), har klaret at styrke deres position i mediesystemet ved at sprede deres historier ud over flere platforme og udnytte de sociale medier til at interagere med borgere gennem disse kanaler. Konklusionen i den norske artikel er, at dette er på grund af, som Chadwick også understøtter, at det er den organisatoriske størrelse på public-broadcasting-institutionerne, der gør det muligt for dem at tilpasse sig det nye mediesystem. Dette er logisk, da disse medier traditionelt både har stået for radio- og TV-udsendelser, og derfor har erfaring med at operere på flere platforme, hvilket visse printmedier ikke har haft samme erfaring med. Det understøttes af deres størrelse og til en vis grad mere sikre indkomst (Skogerbø & Karlsen: 2021) (Svensson: 2020).

Et andet aspekt, der understøtter public-broadcast-mediernes særlige position og er et særtræk for de nordiske lande, specielt Norge og Sverige, er det store antal og store forbrug af lokale medier. I forhold til public-broadcasting-medierne er det et klart karaktertræk ved dem, at de har et fokus på at dække alle dele af landene og derfor har lokale underafdelinger, der står for lokale nyheder. Endvidere i den norske artikel peger de på, hvordan lokale medier har været nogle af de medier, der haft den mest stabile situation de senere år på grund af et fast betalende publikum og en stabil mediestøtte (Skogerbø & Karlsen: 2021).

Det tredje aspekt: Skoven man ikke ser for bare træer

Nu er jeg næsten ved at være der, hvor det bliver rigtigt spændende. Der er dog et aspekt eller parameter, som jeg ikke er kommet ind på endnu, hovedsageligt fordi de færreste tekster har nævnt det, specielt ikke Chadwick. Nemlig selve den digitale infrastruktur, der er grundlaget for de udviklinger, som jeg har brugt de sidste mange sider til at beskrive. Det er et typisk overset aspekt i forståelsen af mediesystemer, som næsten alle de kloge mennesker, jeg har refereret til indtil videre, ikke er kommet ind på. Det er der dog heldigvis nogle andre, der har. Jeg mener, at det er centralt at forstå det materielle grundlag for digitalisering, og de strukturelle omstændigheder og relevante aktører for at kunne forstå de digitale aspekter af mediesystemerne i en mere samfundsholistisk i ramme.

Sofie Flensburg og Signe Sophus Lai fra Københavns Universitet har skrevet artiklen "Comparing Digital Communication Systems", hvor de præsenterer en model til at sammenligne de digitale kommunikationssystemer, stærkt inspireret af samt kritiske over for Hallin og Machinis model over mediesystemer. Centralt i deres argumentation ligger, at udover staten og markedet, skal man også fokusere på den digitale infrastruktur, hvis man vil forstå moderne kommunikation. Overordnet foreslår de, at man skal fokusere mindre på det medierede indhold på de digitale medier og se mere på de materielle teknologiske systemer, der faktisk distribuerer indholdet. Flensburg og Lai mener altså, at mens Hallin og Machini har accepteret de teknologiske infrastrukturer som nogle underliggende forhold til deres udvalgte parametre for analyse, så burde det være et parameter i sig selv. Da disse teknologiske infrastrukturer er grundlaget for at drive medievirksomheder og regulere medier, mener de, at denne infrastruktur er et lige så vigtigt udgangspunkt for en analyse af aktører og agens i mediesystemerne (Flensburg & Lai, 2021: 131).

Hovedargumentet i Flensburg og Lais model kan koges ned til, at positioneringen og den gensidige afhængighed af infrastruktur, marked og staten er de vigtigste dimensioner i en analyse af digitale magtstrukturer. Deres model, som de kalder 'DCS (Digital Communication Systems) framework', består af de tre tidligere nævnte niveauer – infrastruktur, marked og stat – som de inddeler i todimensionale figurer, baseret på to parametre. Flensburg og Lai operationaliserer endvidere deres model og viser, hvor og hvordan man kan finde de informationer til hvert enkelt land, som de mener er relevante for deres model (Ibid: 134).

I forhold til infrastrukturen kalder de deres første subparameter for 'digitalisering af infrastruktur', hvilket de definerer som graden af tilgængelighed af det digitale, altså lige fra mængden af smartphones til længden af fiberoptiske kabler i nærheden til mængden af digitalt indhold. Det andet subparameter er 'digitaliseringen af kommunikation', hvilket de definerer som graden af brugen af den ovennævnte digitale infrastruktur af lokalbefolkningen. De to subparametre er gensidigt forstærkende i Flensburg og Lais optik.

Markedet måler de ud fra to karakteristika omkring de dominerende virksomheder og dermed markedet som helhed. Det ene er, hvorvidt virksomhederne kan defineres som nationale eller internationale, altså hvorvidt markedet er globaliseret eller ej. Den anden er, hvorvidt virksomhederne er nye digitale internet-æra virksomheder, som Google eller Facebook, eller det er "præ-internet" virksomheder, som telefonselskaber og ældre medievirksomheder, der dominerer markedet. Det er altså en form for disruption af markedet, de stræber efter at måle her.

Til sidst er der statens indflydelse, hvor Flensburg og Lai mener, det er vigtigt at se på effekten af den faktisk førte politik og ikke hensigtserklæringer. Selvom de anerkender, at der er en næsten uudtømmelige liste over måder, staten påvirker de digitale kommunikationssystemer, så fokuserer de på to subparametre. Den ene er graden af statens ejerskab og støtte til medievirksomhederne, og den anden er

institutionalisering af regler fra statens side, og dermed et mere traditionelt syn på mediepolitik (Ibid: 135). Flensburg og Lai udbygger disse parametre med en række underspørgsmål, som skal belyse hvordan enkelte lande kan blive determineret i deres model. En anden relevant pointe fra deres artikel er, at aktørerne i deres model ikke kun holder sig på et niveau af modellen, altså infrastruktur – marked – stat. Specielt de store globale 'tech'-firmaer operer på tværs af nationale markeder, men også horisontalt og vertikalt på markederne, altså både ved at levere flere produkter af samme slags, og ved at levere produkter af forskellige slags (Ibid: 143).

I dette speciale vil jeg dog ikke gøre direkte brug af deres model til at analysere på de digitale kommunikationssystemer i Norden, hvorfor deres model ikke vil blive gennemgået slavisk. Jeg vil dog gøre brug af deres overordnede ræsonnementer i forhold til, hvordan man kan belyse den digitale infrastruktur.

Flensburg-delen af duoen har også udgivet en artikel i år, hvor hun går i kødet på Syvertsens tese om, at velfærdsstaten ikke bare har håndteret digitaliseringen, men faktisk er kommet styrket ud af det. Ligesom i den beskrevne artikel ovenfor tager Flensburg udgangspunkt i det materielle udgangspunkt for mediesystemet og argumenterer for, at dennes grundlæggende transformation udfordrer de principper, staten og de etablerede medier baserer deres magtposition i mediesystemet på (Flensburg 2021: 106). Gennem en analyse af den konkrete transformation af traditionelle kommunikationskanaler som fastnet-telefoner, postomdeling, printpressen og public service-broadcasting peger Flensburg på, at i et makro-perspektiv, så er store dele af danskernes kommunikationskanaler nu flyttet udenfor statens og de etablerede mediers rækkevidde. Her peger hun på, hvordan de sociale medieplatforme, danskere kommunikerer gennem ikke er underlagt dansk lov og operer under nogle andre logikker end de etablerede danske medier (Ibid: 104f). Hun understreger selv, hvordan man ikke skal forfalde til 'teknologisk determinisme' (Ibid), hvilket er en oplagt kritik, da hun ikke beviser, at de etablerede medier eller staten reelt mister magt, men derimod "kun" hvordan "nye" medier og sociale platforme får mere indflydelse.

Denne uenighed i litteraturen er væsentlig for mit speciale, da den rejser spørgsmålet om, hvorvidt der er en stor grundlæggende forandring undervejs, eller om det nordiske mediesystem vil overleve, måske for evigt? Denne diskussion vil jeg vende tilbage til i min diskussion.

Den teoretiske ramme: Den (forhåbentlige) røde tråd

Til slut i denne anden del vil jeg samle trådende for det teoretiske grundlag til en mere sammenhængende forståelse. Dette vil ikke være en gendigtning af Chadwicks hybride mediesystem, men nærmere en fintuning af begreberne i konteksten af den eksisterende forskning, med en tilføjelse af parameteret, der hedder digital infrastruktur. I næste del vil jeg gå i dybden med, hvordan det hybride mediesystem-begreb passer ind i den større kontekst af forskning i nordiske mediesystemer, endvidere vil det pege i retning af, hvordan man skulle kunne forske yderligere i hybride mediesystemer i Norden. Men før jeg kan dette, vil jeg her præsentere en opsamling af det teoretiske grundlag og de parametre, det peger på.

En grundlæggende ide ved at se på et system med de briller, som jeg kalder de hybride, er, at systemerne ikke er statiske, hvilket jo kan være besværligt, når man gerne vil sætte en ramme op. Ideen om, at der er en udvikling i gang, er om noget den røde tråd i dette speciale, så det nytter ikke at lade det være et åbent spørgsmål. På samme måde peger Chadwicks begreber også på en konkret udvikling. Altså peger han på, hvordan transformationen af mediesystemerne i den vestlige verden finder sted. Derfor vil jeg sætte de konkrete udviklingstendenser, han påpeger, ind i den teoretiske ramme, og dermed påpege, hvilke tendenser der er på de enkelte niveauer, teorien peger på.

Den teoretiske ramme bygger således delvis på Chadwick og på Flensburg og Lai. For at starte med det sidste må jeg på baggrund af Flensburg og Lai se det hybride mediesystem som, i en materiel forstand, bestående af smartphones, fiber-optiske kabler, telefonmaster og deres hardware. Ejerskabet, kontrollen og lovgivningen omkring disse er derfor en del af den grundlæggende struktur, der former mediesystemet. Tendensen, litteraturen peger på her, er en stigning i mængden af det materielle grundlag for mediesystemet.

Det digitale indhold, der på nærmest magisk vis bevæger sig rundt i disse ledninger og usynlige signaler i luften, bliver præsenteret på platforme fra nyhedsmediers hjemmesider og apps til sociale medieplatforme, altså det man også kunne kalde software. Disse platforme er også ejet, kontrolleret og til en vis grad udsat for lovgivning, der er en central del af mediesystemet. Ejerskabet over disse platforme er ret essentielt, fordi her har jeg i vid udstrækning fokus på selve mediernes karakteristika. Er de statsejet, er de ejet af en udenlandsk kapitalfond? Og dertil kommer spørgsmålet om deres indtægter; er de fra reklamer, abonnementer eller en blanding, hvor stor er statsstøtten? Tendensen er her en stigning i antal af platforme og stigende brug af disse platforme.

Dette indhold på platformene bliver produceret af nogle forskellige aktører, som enten kan være knyttet til institutionerne bag platformene eller som brugere af platformene. Men disse brugere bliver ikke behandlet ens af platformene, da visse logikker kan få platforme til at prioritere visse brugere, der har status i andre dele af samfundet. Ligeledes kan de aktører, der er tilknyttet platforme også være underlagt disse logikker og en lignende prioritering af andre aktører vil være sandsynlig. Disse aktører interagerer på kryds og tværs på forskellige platforme. Tendensen er et stigende antal aktører.

Dette er til en vid udstrækning den "let" målbare del af det hybride mediesystem. De mere metafysiske størrelser, normer, praksisser og "grænser" mellem sociale institutioner er vigtige i opretholdelsen af systemet. Grundlæggende kan jeg påpege, at jeg forstår disse normer som under udvikling lige nu, således er der stadig tale om former for gensidig afhængig, og et asymmetrisk magtforhold. Der er mange måder, man kan kaste sig ud i disse mere usynlige størrelser, i dette speciale vil jeg bygge videre fra Sjøvaangs begreb "boundary maintenances", som også går igen i Chadwicks udlægning af grænsedragningerne inden for det hybride mediesystem. Både i forhold til medier/platforme som aktører er der tale om en form for kamp eller forhandling om, hvem der kan drage fordele af det asymmetriske magtforhold. Dette er i lige så stor grad en kamp/forhandling om, hvor grænserne er, som hvor de forskellige aktører befinder sig.

Udvidelsen af hardware- og softwaredelen af mediesystemet fører til en større inddragelse af forskellige aktører, der fører til en større grad af åbenhed om, hvordan den politiske informationscyklus fungerer. Således er der en tendens til, at magtforholdet ændrer sig til fordel for mindre magtfulde aktører. Dog som det understreges igen og igen, så er magtforholdet i stor udtrækning asymmetrisk i forhold til ældre og etablerede, der kan benytte sig af "lommer af magt", som Chadwick selv referer til dem.

Denne ændring i magtforholdene gør, at forskellige logikker også interagerer, fragmenteres og generelt er under transformation. Aktører, der således befinder sig på mediesystemets "kant", altså der ikke selv er direkte involveret i produktionen af nyheder, såsom politikere og andre bidragsydere til den politiske informationscyklus integrerer også med de nye logikker, der opstår.

Dette var selvfølgelig ikke en komplet gennemgang af litteraturen i dette afsnit, men en rammesætning, der burde gøre det mere klart i tredje del af specialet at pege på, hvordan hybriditeten kommer til udtryk i de nordiske mediesystemer.

Tredje del

I denne tredje og sidste del af specialet vil jeg starte med at konkretisere og systematisere den længe ventede model over det hybride nordiske mediesystem. Lidt undervældende sagt vil det ske ved en sammenholdning af de to foregående dele af specialet. Samtidig med udlægningen af modellen vil der ske en operationalisering af begreberne og tendenserne. Det vil være et forsøg på at præsentere en meget håndfast tilgang til, hvilken empiri der ville være valid at undersøge, og hvordan man kunne sikre sig reliabiliteten af sin undersøgelse. Dette vil i sig selv besvare spørgsmålet om, hvordan en model over det hybride nordiske mediesystem vil se ud.

Men der er mere i vente. Jeg vil også udvælge nogle "datapunkter" og i en begrænset grad afprøve modellen. Her vil jeg tage udgangspunkt i data fra Slots- og Kulturstyrelsen og nogle få artikler. Til sidst vil jeg reflektere over de forløbelige resultater og diskutere modellens muligheder og begrænsninger. Til sidst vil der være en konklusion, der også prøver at samle trådende fra de forskellige diskussioner præsenteret i litteraturen.

Det hybride nordiske mediesystem: Modellen vi alle har ventet på

I den teoretiske ramme, jeg præsenterede i slutningen af sidste del, lavede jeg en overordnet dikotomi i det materielle og de sociale strukturer. Denne dikotomi vil gå igen i modellen, men dermed ikke sagt, at det er en deterministisk halv-sovjetisk forståelse af, at det materielle niveau (eller basis) dikterer resten. Som forhåbentligt vil blive præsenteret klart i det efterfølgende, betragter jeg de indbyrdes forhold mellem niveauer og forskellige under-niveauer som stærkt præget af en multiretningsbestemt vekselvirkning. Eksempelvis definerer statens ideologi, hvor meget fibernet der bliver lagt i den danske muld, lige så meget som at antallet af brugere på en social medieplatform diktere, i hvilken grad denne platforms logikker bliver integreret i nyhedsmediernes logikker. Det vil blive operationaliseret i, at meget af dataen vil gå igen på tværs af niveauer i modellen.

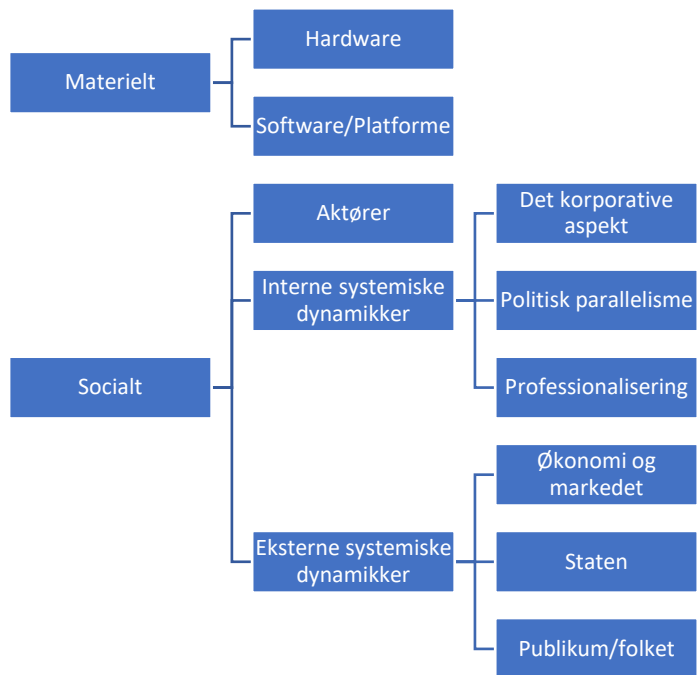
En grund til, at jeg har valgt at dele det sådan op, er delvist, at Hallin og Machini også laver en sådan opdeling i deres værk, hvor de udpeger fire områder, som ikke er kausale. En anden og mere spændende grund kommer af hybriditets-begrebet. Grundet dens multiretningsbestemte og komplekse forestilling af kausalitet vil jeg argumentere for, at en kausal-bestemt model er reduktiv, da der i virkeligheden er tale om en lang række integrerede sammen-spillende kausaliteter, hvor der ikke kan peges på en simpel årsag-effekt dynamik, der dominerer hele det hybride system. Derfor selvfølgelig ikke sagt, at der ikke kan være stor værdi i at undersøge en enkelt af disse årsag-effekt kausaliteter, men på et systemisk niveau er der ikke meget at hente i denne tilgang. Chadwick og Latour for den sag skyld argumenterer for en mere

holistisk tilgang, hvorfor jeg i denne model tilstræber at integrere flest mulige aspekter af både det hybride mediesystem og det nordiske i en samlet model. For netop at understrege det multiretningsbestemte i modellen er det oplagt lige at sige noget om statens rolle. Staten er til stede i alle niveauer, under-niveauer og alle parametre. Staten er aktører, struktur og system på en og samme gang og skal derfor kunne betragtes sådan. Derfor kan jeg ikke kun se statens rolle som et parameter – som Hallin og Machini – men må tværtimod stræbe efter en konceptualisering, der kan belyse statens indflydelse på alle niveauer, samt hvilken indflydelse de forskellige tendenser kan have på staten. Dette stemmer ikke bare overens med hybriditets-begrebet, det er også centralt i en nordisk forståelse.

Således vil modellen starte med at gennemgå og operationalisere det materielle niveau, hvilket jeg forstår som bestående af en 'Hardware'-del, altså det materielle i form af elektronisk udstyr etc., og en 'Software'-del bestående af platforme og programmer. Disse to dele ser jeg som grundlaget for, at man kan deltage i det digitale kommunikative landskab. Begrebet "det digitale kommunikative landskab" låner jeg fra Olsens begreb "kommunikative landskab", men mener her således "kun" den del, der foregår på sociale medier i den bredest mulige forstand.

Derefter vil jeg hoppe til den sociale-struktur del, hvor jeg først vil forstå og operationalisere aktør-begrebet, som på mange punkter kan ses som den mindste enhed i dette. Herefter vil jeg se på grænsedragningerne mellem medier. Altså de sociale dynamikker, der afgør, hvem der kan kaldes for et "rigtigt medie". Til sidst vil jeg dykke ned i forholdet mellem det hybride nordiske mediesystem til andre samfundsinstitutioner og systemer i de nordiske samfund. Her vil jeg se på markedet, staten og publikummet.

I et forsøg på at være pædagogisk har jeg lavet en model over modellen:



Det (næsten) materielle niveau, grundlag, basis, etc.

På dette niveau vil min model beskrive, hvordan man kan belyse det materielle grundlag for det digitale kommunikative landskab. Det skal lige siges højt, klart og først, at jeg godt er klar over, at software ikke er en materiel ting, men nogle 1'er og 0'er på en server, men grunden til at jeg kalder det "materiel" handler mere om det empiriske i, at modellen vil belyse det, som man traditionelt vil belyse materielle elementer. Der vil være et fokus på det kvantitative til at beskrive de enkelte hybride nordiske mediesystemer, men inspireret af Hallin og Mancini vil der blive efterladt plads til det kvalitative. Dette niveau stræber altså efter at kunne beskrive, hvor gennemført digitaliseringen er, hvor høj grad den er en integreret del af borgernes hverdag, og hvilke platforme der er de vigtigste. Her forstår jeg digitalisering på baggrund som den historiske udvikling som både Chadwick, Syvertsen og ikke mindst Flensburg og Lai beskriver, hvor brugen af elektroniske enheder og digitale platforme har gjort et indtog i den almindelige borgere "sociale liv og mondæne kommunikation" (Flensburg & Lai 2020: 135). Denne udvikling er ikke bragt til ende og konceptualiseres som igangværende.

I forhold til at afgrænse niveauet vil der ikke blive set på indholdet af platformene her, hvilket er stærkt inspireret af Flensburg og Lai, samt den drejning digitaliseringsforskningen har taget væk fra det rent indholdsmæssige.

Hardware

Dette under-niveau er stærkt inspireret af Flensburg og Lais model for digital infrastruktur. Her vil jeg se på, hvordan man kan forstå den fysiske infrastruktur, der muliggør digital kommunikation i alle dets former. Det koncentrerer sig altså om telefonmaster, tablets, hjemmeside-servere, etc. Baseret på Flensburg og Lai er der en udviklingstendens til mere af dette i Norden. Det er dog stadig relevant at observere, med hvilken hastighed det stiger i det enkelte system blandt andet for at se, om det er en eksponentiel stigning eller ej, da dette kan være med til at belyse, om det for eksempel er en akut efterspørgsel, der driver værket eller måske en form for fastsat politik.

Det bringer os så til spørgsmålet om ejerskab og dermed intentionen bag værket. Ifølge Syvertsens og hendes følgesvende er udbredelse af store dele af "rygraden" af dette, altså kabler, master etc. en del af den nordiske velfærdsstats indsats for at sikre, at adgang til medierne er en universel service for alle borgere i samfundet. Altså er udbredelse af det net, som man kan tilgå gennem privatejede enheder (PC'er, smartphones etc.) en politisk beslutning, der hænger sammen med den aktive kulturpolitik, velfærdsstaterne driver på medieområdet.

I den forbindelse er det også relevante at se på ejerskabet af enhederne. Da borgeres generelle

rådighedsbeløb er ret centralt i spørgsmålet om, hvorvidt de har adgang til det digitale kommunikationslandskab eller ej.

Hvilket fører os til, hvorfor dette under-niveau er interessant. Den ene del er en fortsat bekræftelse i digitaliseringens vigtighed som en af de drivende kræfter i samfundet, hvilket understreger hybriditeten. Dernæst er der det nordiske perspektiv, da det er staten, der sidder med i førersædet af denne udvikling, er det et udtryk for en politisk proces, der i hvert fald i den sociale kontrakt må ses som en efterstræbelse af det fælles bedste. Der er altså nogle idealer eller logikker, der bliver implementeret her.

Så for at kunne beskrive dette under-niveau, vil jeg operationalisere to afgørende parametre, som begge er mere eller mindre hentet direkte fra Flensburg og Lais model. Det første omhandler "mængden af digital infrastruktur", som kan næsten direkte oversættes til deres sub-parameter "digitalisering af infrastruktur", der belyser mængden af infrastruktur i form af alt fra internetkablerne på havbunden til telefonmasten og fibernet-kablet til smartphonen i borgeres hånd og computeren på hendes bord.

Det andet parameter er et spørgsmål om ejerskab og intention. Grunden til, at dette er et parameter og ikke to, er, at der til en vis grad er en intentionen med et produkt af ejeren, hvilket i høj grad bakkes op af Sjøvaags pointe, at et system altid vil vælge den retning, der sikrer dets egen overlevelse, magt og position i samfundet. Således vil det statslige systems og markedets systems intention med ejerskab kunne forstås forskelligt. I Norden ejer staten "rygraden" i den digitale infrastruktur, hvilket kan pege i retning af Syvertsens teori om den digitale infrastruktur som en universel service i forståelse af intentionen. Dele af den er dog også ejet af virksomheder, hvorfor en markedsintention også må inddrages i denne forståelse, og til sidst er der ejerskabet af enheder. Så for at operationalisere dette andet parameter, skal man se på, hvem der ejer hvad, og i tilfælde af staten kan man uddybe dette med en undersøgelse af dokumenter, der kan pege på, hvilke politiske beslutninger, der ligger bag.

Denne data skulle gerne pege i retning af, hvor digitalt samfundet er og dermed altså adgangen til det digitale kommunikative landskab, hvor det hybride mediesystem også går sin gang, og hvilke intentioner og aktører der holder udviklingen i gang, hvilket kan give relevante perspektiver i forhold til resultaterne fra de andre niveauer.

Software/platforme

Dette under-niveau vil også lægge sig meget op ad Flensburg og Lais model, men dog i mindre grad end det foregående. Her vil jeg operationalisere parametrene, der belyser det software, som bliver transmitteret af det hardware, der er beskrevet ovenover. På dette niveau af modellen over det hybride nordiske mediesystem vil alle "enheder", der kan defineres som "platforme" bliver inddraget. Altså vil jeg både se på nyhedsmediet med egen hjemmeside og app, men også det sociale medie, der ikke selv producerer

indhold. Dette gør jeg, fordi jeg i de to næste under-niveauer vil beskæftige mig mere med det asymmetriske forhold, der opstår i, at nogle aktører producerer indhold til platforme, de ikke selv ejer.

Et centralt spørgsmål, dette under-niveau prøver at besvare, er aktørernes autonomi. Som Chadwick og litteraturen påpeger, sker der en integration af logikker hos medierne fra de platforme, der er populære i befolkningen. Således vil dette under-niveau prøve at belyse, hvilke platforme der er populære hos befolkningen for at pege på, hvor de nye og muligvis fremtidige dominerende logikker kommer fra.

Et andet aspekt, som gør det vigtigt i en holistisk forstand at se på platforme, er Olesens beskrivelse af de danske mediers krise, der peger på et fald i indtægter i forhold til de sociale medieplatforme og Chadwicks påpegnings af, at ikke bare er der meget "nyhedsproduktion", der nu foregår på "åben skærm" på de sociale medier, men de sociale medier er også et af de vigtigste steder at bryde sine historier. Derfor er de sociale medier som platforme og befolkningens brug af dem relevante til at danne sig et holistisk billede af en nordisk politisk informationscyklus.

Det første skridt i en operationalisering af dette vil være, hvilke parametre man skal udvælge de interessante platforme ud fra. Det første er ligetil, det handler om, hvilke platforme der er mest brugt af den almene befolkning. Her kan man altså se, hvilke hjemmesider, apps, nyhedsmedier og sociale medier der er mest brugt i det enkelte land for at danne sig et billede. Det andet er meget i tråd med det unikke nordiske som burde være, hvilke platforme modtager mest statsstøtte. Dette skulle gerne belyse en form for politisk prioritering, der grundet det korporative aspekt af det nordiske mediesystem kan ses som et udtryk af en grænsedragning, og dermed hvilke platforme der kan drage fordel af de herskende logikker i mediesystemet.

Samtidigt ville det være relevant for at understrege det hybride i mediesystemets natur at bruge nogle få kræfter på at bekræfte, at der er tale om et system, der både er domineret af trykte, såvel som online medier og etablerede såvel som "nye" medier.

Således vil jeg pege på, at når man har identificeret de relevante platforme i denne kontekst, kan man stærkt inspireret af Flensburg og Lais model, hvori de ser på, hvordan markedet er opdelt, stille en række spørgsmål for at identificere typen af platform.

I den nordiske kontekst er det første spørgsmål, hvorvidt det er en public broadcasting platform eller ej, altså om den er helt igennem eller hovedsageligt sponsoreret af staten. Relevant her er selvfølgelig at se på, hvor stor del af "markedet" disse public broadcasting medierne sidder på.

Hvis det ikke er et public broadcasting medie, kan man se på, om det modtager statsstøtte, og hvis ja, i hvor høj grad.

Til sidst er der spørgsmålet, om det er ejet af internationale aktører eller nationale aktører. På baggrund af dette kan man, inspireret af Flensburg og Lai, tegne sig et billede af, i hvor høj grad markedet er globaliseret, samt hvor stor disruption, der er i forhold til, hvor mange platforme, der er ejet af etablerede nyhedsmedier. Derudover kan man på baggrund af, hvilke platforme der er dominerende se på, hvordan lovgivningen påvirker dem, specielt i forhold til udenlandske platforme.

Derudover er det også interessant at se på, hvordan platformene, specielt de traditionelle mediers, arbejder på tværs af medieniveauer. Altså er der udelukkende tale om et traditionelt trykt medie, eller er der tale om et medie, der bærer sig på flere platforme. Dette er interessant ifølge Chadwick, da han peger på, at medier, der er vant til at bevæge sig på flere platforme, er bedre stillet til at tilpasse sig et hybridt mediesystem.

Sociale niveauer, foruden medier og andre gode sager

På dette niveau taber jeg forhåbentligt ikke taget i det håndgribelige, men det er uundgåeligt, at det bliver en grad mere flyvsk, dette vil jeg dog prøve at modgå med nogle håndfaste operationaliseringer.

Grundlæggende er målet med dette niveau at kunne belyse de grænser, der gør sig gældende i det hybride nordiske mediesystem, om de er i bevægelse eller ej. Det er således spørgsmål om social magt, definitionsret og samfundsstrukturer.

I den første del vil jeg tage udgangspunkt i den grundlæggende tese om, at i det hybride mediesystem er flere og flere aktører involveret i den politiske informationscyklus, som Sjøvaag og Olesen også påpeger er en fundamental ændring i det nordiske mediesystem.

Derefter kommer turen til de indre grænsedragninger i mediesystemet. Nu siger jeg indre, men dele af mediesystemet selv vil kalde det ydre. Ikke desto mindre vil jeg belyse, hvordan man kan forstå og analysere på, hvem der agerer som medie og falder inden for de normer og myter, som mediesystemet sætter op. Til sidst vil jeg se på de uomtvistelige ydre grænsedragninger, og hvordan forskellige andre systemer påvirker det hybride nordiske mediesystem.

Inden jeg dog giver mig i kast, skal jeg lige have lavet noget afklaring. Allerede i det foregående niveau nævner jeg det korporative aspekt af det nordiske mediesystem – som i følge litteraturen er ekstrem væsentligt – hvor staten faciliterer en forhandling mellem relevante aktører i efterstræbelserne på at nå den mest effektive reguleringsindsats ifølge intentionen. Dette vil jeg afklare i en hybrid kontekst. Jeg ser dette korporative aspekt som en formalisering af de forhandlinger og gensidige former for afhængighed, som Chadwick understreger er yderst centrale i forståelsen af det hybride mediesystem. Dette stemmer overens med Syvertsens konklusioner om den effektive tilpasning til digitaliseringen, der har fundet sted i de nordiske mediesystemer, da det netop har været en forhandling mellem de relevante parter, der har sikret,

at de fleste har kunne adaptere sig til den nye digitale virkelighed. Denne pointe lægger sig til dels også op ad Sjøvaags pointe om, at mediesystemet har lagt sig tættere op ad staten og markedet. Det interessante i denne kontekst er netop, hvordan man får lov til at blive anerkendt af staten som gatekeeper til forhandlingerne, samt hvordan det asymmetriske magtforhold kommer til udtryk gennem dette korporative aspekt. Alt dette vil jeg dog gå i dybden med længere nede.

Aktører

Chadwicks teori om den politiske informationscyklus er baseret på, at gennem de sociale medier og generelt flere digitale platforme, er der kommet et langt større antal aktører ind i den cyklus af informationer, der udgør den daglige nyhedsproduktion. Dette gør, at i en model over det hybride nordiske mediesystem må aktør-synet være bredt og inkluderende.

Noget af det centrale, Chadwick tager med fra Latour, er opløsningen af subjekt/objekt dikotomien. Hvor Latour i stor grad bruger det i menneske-/natur-/teknologiøjemed, er der nogle interessante overvejelser i forhold til et andet syn på aktør-netværk i det digitale kommunikative landskab.

Centralt i litteraturen er ideen om nye interaktioner mellem journalister, politikere og almindelige borgere på sociale medier og generelt på platforme. Chadwick selv kommer med eksempler på, hvordan nogle nyhedsmedier har integreret denne logik/praksis ved at facilitere en online chat mellem politikere og borgere på mediets egen platform. Således giver det ikke mening udelukkende at snakke om nyhedsproducent og nyhedsforbruger, da de almindelige borgere kan være med til at forme nyhederne til en vis grad. Altså må alle aktører regnes for at have noget agens i den nye politiske informationscyklus.

Jeg kan dog ikke komme udenom, som litteraturen og teori gentager igen og igen, at der er et asymmetrisk magtforhold, hvor de etablerede medier og politikere stadig er i en magtposition i forhold til den almindelige borger. Denne pointe er hovedkonklusionen i Langer og Grubers artikel. Et centralt aspekt i dette asymmetriske magtforhold på et socialt stratifikations-niveau af Syvertsens et. al.s pointe om, at den nye store udfordring for velfærdsstaten er social-fragmentation, som den har et grundlæggende problem i forhold til at kunne løse, grundet dets universelle natur. Syvertsens et. al. peger selv på, hvordan de indtil videre indførte 'policies' i de nordiske lande ikke har klaret at stoppe tendensen. I Sjøvaags optik er dette også interessant, da hun også ser pressen rolle som bindeled mellem periferien og center af samfundet. Hvis jeg kobler dette sammen med Sjøvaags centerpointe om, at systemers første prioritet er at sikre deres egen overlevelse, så træder det frem, at mediesystemerne i deres natur burde bekæmpe social-fragmentation og sigte mod at forblive bindeled mellem samfundsgrupper. Altså giver det god mening for mediesystemer at stræbe efter at integrere større dele af befolkningen i den politiske informationscyklus på trods af, at dette på andre måder kan udfordre de traditionelle mediers position.

Det afgørende spørgsmål i denne sammenhæng er, hvordan jeg kan operationalisere alt dette? For der er tale om en udvikling i mindst to retninger, hvor flere aktører bliver inddraget i en integration, samtidig med at de etablerede aktører beholder deres magtpositioner, og hele samfundet oplever social fragmentation.

Når jeg kobler dette sammen med Chadwicks observation af, at det i virkeligheden er et spektrum af aktører mere eller mindre tilknyttet den politiske og journalistiske elite, så træder der et klart behov frem for at undersøge konkrete sager for at pege på, hvordan forskellige involverede aktører kan påvirke cyklussen. Altså en operationalisering, der lægger sig tæt op ad Langer og Grubers case-undersøgelse. Her skal der således dykkes ned i, hvilke aktører der interagerer i forbindelse med casen, og hvilken rolle de hver især spiller.

I en nordisk kontekst må man også tage udgangspunkt i litteraturens beskrivelse af den nordiske befolkning, som kan kendetegnes ved et højt uddannelsesniveau, stærke frihedsrettigheder og en god digital infrastruktur, hvilket alt sammen peger på, at selv ikke-elitære aktører burde have mulighed for at påvirke nyhedsproduktionen i den politiske informationscyklus. Dette kræver dog helt sikkert en undersøgelse, hvor både borgernes eget syn samt politikernes og journalisternes kunne give en indsigt på et systemisk niveau og en systematisk empiri.

Mellem Chadwicks tilgang og den direkte ovenstående skulle man gerne kunne tegne et billede af, hvilke aktører der er involveret i den nordiske politiske informationscyklus, og dermed hvilke aktører der er blevet bemyndiget igennem digitaliseringen.

Interne systemiske dynamikker - Hvem må gerne lege med?

På dette under-niveau af det sociale niveau vil der være fokus på mediernes eget syn på sagerne i forhold til den deciderede nyhedsproduktion. Altså vil der her sættes fokus på mediernes værdier vedrørende nyheder og mediesystemet, hvor der i næste under-niveau vil blive taget lidt mere "makro-briller" på i forhold til at belyse de økonomiske og systemiske relationer.

Korporative aspekt

Både Chadwick og Sjøvaag påpeger, at en af de vigtigste tendenser, der er i gang i dagens mediesystem, er kampen om, hvem der er med. I Chadwicks forståelse kommer dette af, at den politiske informationscyklus har integreret flere aktører, hvor det er en konkurrence om mediesystemets magt og ressourcer, hvem der kan få lov til at komme ind i systemet. I den nordiske kontekst bruger Sjøvaag begrebet boundary maintenance til at beskrive denne dynamik, hvor visse aktører som reaktion på en udfordring til deres position vil mobilisere myter og normer for at positionere sig i kontrast til andre aktører.

Denne dynamik er ekstra interessant i en nordisk kontekst, fordi det ikke kun er i publikums øjne, det er givende af kommercielle grunde at positionere sig. Sjøvaag beskriver, at medierne bliver mere og mere

afhængige af staten for at kunne overleve økonomisk.

Hvilket bringer mig til det korporative aspekt i organiseringen af det nordiske mediesystem. Altså at gennem statens støtte og lovgivning og de selvregulerende organisationer er store dele af de strukturer, der definerer mediesystemer, bestemt af forhandlinger af de relevante parter. Således er processen med at blive inkluderet i blandt de anerkendte medier både formaliseret, ligesom den mulige 'magt. Syvertsen peger netop på, hvordan digitaliseringen skulle have styrket de nordiske staters handlemønstre og resolution til at støtte de nationale medier, derfor kan det teoretiseres, at statens definitionsmagt er stigende i denne sammenhæng.

Et interessant perspektiv på det korporative aspekt er, at Syvertsen kobler det sammen med den historiske frihed, de nordiske medier har oplevet. De formaliserede selvregulerende instanser – f.eks. Pressenævnet – er årsagen til, at staten har haft en meget lille redaktionel indblanding i medierne i Norden, medier har således reguleret dem selv.

Netop fordi det er formaliseret, kan det undersøges, hvilke medier der er med i de selvregulerende organisationer og hvilke medier, der afgiver høringsvar eller på anden kan få en indflydelse på statens ageren som aktør. Udover dette kan man også mere simpelt se på, hvilke medier der modtager mediestøtte. Dette vil alt sammen tegne et billede af, hvilke aktører der bliver defineret som de "etablerede" og "formelt anerkendte" medier.

Her burde public broadcasting mediernes præambel også være en central kilde, da radio og TV var statsmonopoler i deres første leveår. Altså burde statens syn på formålsberigtiget journalistik være til stede i formålsparagraffen, da den mere eller mindre er udformet af staten.

Men det vil udelukkende give et øjebliksbillede af "grænserne" mellem de forskellige typer af medier, medmindre man laver en historisk sammenligning af, hvilke medier/aktører der er blevet inviteret. Et andet relevant aspekt er at se på er, hvordan grænserne bliver legitimeret, altså hvilke definitioner, staten og medierne selv bruger til at definere mediesystemet. Fra statens side kan man se på kravene til at modtage mediestøtte, begrundelsen for, at specifikke medier modtager mediestøtte, ligesom dele af formålsparagrafferne til public broadcastingmedierne vil være interessante, da det burde kunne give et relevant billede af, hvad medierne burde være i statens syn. For at undgå en "black-box"-tilgang til staten burde man også inddrage forskellige politiske udmeldelser for at forstå mulige variationer i den politiske klasses definitioner.

Mediernes egne definitioner kan måske også findes i formålsparagrafferne hos mediernes selv, men mere interessant ville være kritik (og muligvis ros) mellem medier. Hvilke aktører og praksisser, der kan blive anerkendt som være indenfor de mobiliserede myter og normer, burde således træde frem af dette.

Inddragelsen af forskelligartede syn på mediernes rolle vil også være relevant, da det i stil med Chadwick burde understrege den multiretningsbestemte og konfliktfyldte karakter ved mediesystemet og dermed undgå at idealisere samarbejdet, ligesom Hallin og Mancini gør.

Politisk parallelisme

I litteraturen går begrebet *politisk parallelisme* igen som et kendetegn ved det nordiske mediesystem såvel i dag som historisk. Langer og Gruber peger også på, at dette burde være et centralt punkt i videre forskning i hybride mediesystemer. Men hvordan kommer det til udtryk i et hybridt mediesystem? Hallin og Mancinis definition af politisk parallelisme centrer sig om sammenhængsgraden mellem politisk organisering og medier, hvor man traditionelt har regnet med, at dette er kommet til udtryk i mediernes indhold. Dermed kan politisk parallelisme komme til udtryk ved, at en gruppe med en bestemt holdning vil forbruge et medie af den grund. Således er det ikke et spørgsmål om politisk eller kommercielt motiveret journalistik. Tendensen fra litteraturen til mere og flere specialerede niche-medier kan ses som et tegn på en stadig stor 'politisk parallelisme'.

En mere decideret hybrid form for politisk parallelisme bliver man nødt til at se i sammenhæng med den digitale medialisering. At politikere i stor grad gør brug af sociale medier udover de traditionelle etablerede medier, er slået fast af litteraturen om hybriditet i det nordiske mediesystem. Så for at lave en historisk sammenligning har de sociale medier til en vis grad overtaget den rolle, som partimedierne spillede i partipressens tid som det mest direkte "propaganda-organ" for partipolitiske aktører. Dette er en form for politisk parallelisme, der kan være med til at tegne et billede af sammenhængen mellem medier og politikere i det hybride nordiske mediesystem. I stil med litteraturen på området vil en kvantitativ undersøgelse af, hvilke politikere der bruger sociale medier, hvor meget og hvordan være oplagt. Dette kunne også udvides til, at andre deltager i samfundsdebatten, da mange grupperinger i samfundet grundet den høje grad af læsefærdigheder i den brede befolkning og en tendens til organisering blev repræsenteret gennem medier tidligt. Således kunne man undersøge generel brug af sociale medier blandt deltagerne i samfundsdebatten.

Et andet parameter for politisk parallelisme i det hybride mediesystem er ganske enkelt en undersøgelse af nye digitale mediers politiske standpunkter, hvorvidt nye bloggere, podcasts, nyhedsbreve på mail eller "vlogger" (video-bloggere) er tilknyttet et politisk parti eller organisation. En tese, man kan opstille i den forbindelse, er, at der generelt opstår flere medier i denne tid, hvilket man i en medialisering-tilgang kunne forstille sig også kom til udtryk i flere nye politisk-orienterede medier.

Et sidste parameter er, hvorvidt de etablerede medier har integreret en form for logik, der gør dem mere attraktive for politikere til at levere indhold eller publikum på baggrund af deres politiske overbevisning.

Dette er klart en mere "gammeldags" form for politisk parallelisme der, som både Hallin og Machini, Syvertsens og nordmændene samt Sjøvaag påpeger, stadig er gældende i det nordiske mediesystem. Oveni det er det således også interessant at undersøge, i hvor høj grad de nye medier har integreret de gamle mediers logikker og praksisser i den forbindelse.

Professionalisering

Et sidste parameter, der går igen i litteraturen, og som er yderst relevant i diskussionen om grænsedragninger mellem, hvem der er med i klubben af "anerkendte medier", og hvem der mest af alt måske ses som en sølvpapirshat med et internet-domain, er professionalisering. Dette begreb går igen i Hallin og Machini, samt Syvertsen og Sjøvaag som centralt. Hvordan kan dette parameter dog operationaliseres i en hybrid kontekst? For ligesom Hallin og Machini så et vist paradoks tilbage i 00'erne, omkring professionalisering og politiks parallelisme, kan jeg i dag også pege på et paradoks i forbindelse med udvidelsen af aktører i den politiske informationscyklus. Som nævnt i slutningen af første del af dette speciale kan man undres over, at der både kommer flere og flere "ikke-professionelle/uddannet" aktører ind i informationscyklussen, samtidig med at flere og flere "journalister" er uddannet som journalister, samt en stigning i antallet af medier, der tilslutter sig selvregulerende instanser som Pressenævnet. I en hybrid kontekst kunne man fristes til at kalde det en dag ved bare at sige, at der er tale om to modstridende tendenser, der eksisterer på en gang, men for at kunne operationalisere dette, må jeg dog dykke en tak dybere i min forståelse.

Stigningen i den procentvise del af mediebranchen, som er uddannet journalister, tyder på en forankring af de myter og normer, der markerer grænserne, men de flyttes for så vidt også, altså udvikler myterne og normerne sig også i denne kontekst, hvilket tyder på et system, der i Sjøvaags opfattelse arbejder for sin egen overlevelse. Om dette skal ses som et kausalt resultat af øgning af ikke-professionelle aktører i den politiske informationscyklus kan ikke afgøres her, men det er en kausalitet, som er værd at undersøge i denne forbindelse. Omvendt kan det også påpeges, at som baren sættes højere for det professionelle, stiger behovet muligvis også for det uprofessionelle i både efterspørgsel- og udbud-delen. Denne tanke kan til dels ses i lyset af differentieringstesens, nemlig at som kompleksiteten af det digitale kommunikative landskab stiger, er det naturligt, at der opstår en forskelligartethed blandt medierne også på parameteret, der hedder professionalitet. Denne tendens kan ses som understøttet af den generelt større fremkomst af nichemedier. Det blev lidt langhåret, hvorfor jeg straks springer til operationaliseringen.

I stil med Hallin og Mancini omhandler professionalisering journalisternes rolle som norm-skabende i mediesystemet, og derfor er det interessant at starte med at undersøge mængden af uddannede journalister i journalist-stillinger, men også mængden af ikke-journalister, der driver "nye medier". Hvis man følger Flensburg og Lais disruptions-parameter er det relevant at se på mængden af "uprofessionelle"

nye medier. Dette burde kunne tegne et samlet billede af, hvem der styrer norm-skabelserne på såvel de nye som gamle medier i dag.

Eksterne systemiske dynamikker – "Clash of civilized systems"

Grænsedragninger er ikke kun noget, der handler om, hvem der får lov til at kalde sig selv et "medie", men også et spørgsmål om, hvem får lov til at influere nyhedsproduktionen på den ene eller anden måde. I aktør-afsnittet har jeg udlagt spørgsmålet om aktørers direkte involvering gennem den politiske informationscyklus, mens jeg i dette afsnit vil udlægge de systemiske indflydelser. Her er jeg meget inspireret af Sjøvaags udlægning, selvom jeg laver en opdeling inspireret af Olesen. Ligesom Sjøvaag vil denne del af modellen sigte mod at operationalisere en forståelse af, hvordan det hybride nordiske mediesystem positionerer sig i forhold til andre samfundsinstitutioner.

Økonomiske overvejelser

Med udgangspunkt i Olesens krise-definition og til dels Sjøvaags observationer om, hvorfor medierne rykker tættere på stat og marked, konstaterer jeg, at der er en form for økonomisk krise blandt medierne i Norden i dag. Sjøvaag peger på, at dette er en ret eksistentiel krise for medierne, da en for kraftig kommercialisering vil blive set som, at medierne ikke overholder deres del af samfundskontrakten, der sikrer dem mediestøtte, som de er afhængige af. Dette leder os helt tilbage til Hallin og Machinis forsøg på at afklare differentieringstesen, da det er et relevant spørgsmål om, der som i Habermas' optik sker en kolonisering af mediesystemet, hvor det økonomiske systems logikker overtager eller i det mindste bliver integreret i mediesystemet. Litteraturen og klost Sjøvaag peger på, at der sker en integration af logikker, men ikke på bekostning af mediernes evne til at løfte samfundskontrakten. Dette syn stemmer til dels overens med hybriditets-tankegangen, men den kan faktisk tages længere ud. Mediesystemet kan sagtens integrere store dele af markedets logikker om profit, og samtidig kan medierne gøre brug af "lommer af magt" til at positionere sig selv som ikke drevet af kommercielle hensigter – altså en integration og en fragmentation samtidig. Sjøvaag kommer selv med førnævnte eksempel med 'content marketing', som er en klar integration af markedslogikker, men samtidig er det også mediesystemets egen overlevelse, der driver tendensen, og dermed deres uafhængighed af kommercielle interesserer. Det er også en lidt langhåret pointe vil jeg gerne anerkende, hvorfor en operationalisering er på sin plads.

Ved ikke at betragte mediernes autonomi (nu tænker jeg ikke på forholdet til staten, det kommer jeg til længere nede) og integration af markedslogikker som en del af den samme multiretningsbestemte tendens kan jeg pege på, at der undervejs i nyhedsproduktionen kommer forskellige afvejninger og idealer i fokus, og hvis der, som Sjøvaag understreger, er tale om et system, der mest af alt prøver at overleve, må jeg konceptualisere dette som to sider af samme mønt, der bare træder i fokus på forskellige tidspunkter. Når

man skal undersøge afvejningen af øget kommercialisering og et forsat ønske om autonomi, må man nærmest kravle ind i journalisterne, redaktørerne og direktørendes underbevidsthed for at afklare, hvordan de spiller sammen, og hvornår hvilken afvejning træder i karakter. Da det ikke er lovligt endnu, kan interviews med disse aktører måske gøre det.

Dette skulle gerne tegne et billede af graden af økonomiske overvejelser i mediers ageren.

Staten og dens rolle

Forholdet til staten er ekstra vigtigt i dette perspektiv, da staten i det hybride nordiske mediesystem er en af de vigtigste aktører. Uden mediestøtte tyder litteraturen på, at mange medier ikke ville have overlevet digitaliseringen, og Sjøvaag påpeger, at medierne gerne vil have mere af samme skuffe. Hvis man skal tro Syvertsens tankegang, er overbevisningen til, at staten kan og skal løse denne opgave, blevet styrket gennem digitaliseringen.

Med udgangspunkt i Sjøvaag er der tre relevante forhold mellem staten og medierne som systemer, der skal tages til overvejelse. Det er professionalisme, politisk parallelisme og korporatisme.

Disse tre begreber er alle blevet brugt andetsteds i denne model, derfor vil jeg bare komme med en opsummering her. Overordnet kan det konstateres, at der endnu, endnu, endnu en gang er tale om nogle multiretningsbestemte tendenser, der skal betragtes som både integrerende og fragmenterende. Politisk parallelisme er stadig til stede og kan sikre en vis form for sammenhæng mellem den politiske linje og befolkningen, samtidig med at korporatismen stadig sikrer, at politiske aktører og medieaktører har et rum til at forhandle og præge mediesystemet. Staten driver stadig den professionalisering, der hjælper mediesystemet med at mobilisere de afgørende normer og myter. Således peger det i retning af Syvertsens pointe om en stor grad af stabilitet og konsistens i statens rolle. Som aktør har staten stadigvæk uden tvivl den største "lomme af magt".

For at operationalisere dette må jeg prøve at svare på spørgsmålet, "hvad vil staten?". Og for at kunne svare på dette spørgsmål, må jeg stille spørgsmålet "hvem er staten?". Dette spørgsmål er dog alt for stort til at kunne blive besvaret i et underafsnit af underafsnit af et underafsnit, så derfor vil jeg være lidt pragmatisk og simplificerende i denne sammenhæng. Som jeg skrev i afsnittet om det korporative aspekt, så kan man ikke nøjes med en "black-box" tilgang, men en input-output-model, hvor jeg på den ene side kan pege på de politiske udmeldinger fra politikere og interesseorganisationer og på den anden side på den reelle politik, der bliver implementeret i form støtteordninger og lovgivning.

Publikum/folket

Det sidste forhold, jeg vil tage op i denne model, er forholdet til nyhedsforbrugerne. Det er åbenlyst, at der er nogle ting, der har forandret sig i dette forhold, specielt hvis jeg tager de hybride briller på. For det første

skal publikum konceptualiseres som aktive deltagere i nyhedsproduktionen. Endvidere må det tænkes, at eftersom staten og korporatismen er af stigende vigtighed, kan den demokratisk indflydelse heller ikke omgås, altså hvordan vælgeres holdning til mediepolitik ændrer deres stemmer, og hvilken indflydelse det kan have på mediesystemet. Dette er yderst centralt delvist i forlænges af Olesens pointe om den faldende tillid til medierne i befolkningen og Sjøvaags storslåede udtalelse, at den sande lakmusprøve for de nye grænsedragninger i mediesystemet må være publikummets reaktion. Derfor er målinger af tillid til medierne hos befolkningen et essentielt parameter.

Dette giver nogle systemiske perspektiver på læser-/seertaler hos de enkelte medier og nye praksisser. Altså en form for feedback model er oplagt her, medierne agerer, ser forbrugernes reaktion, og reagerer derfor igen på dette.

På baggrund af denne gennemgang af parametrene for min model har jeg inspireret af Hallin og Mancinis forkærlighed for tabeller, lavet en tabel over de forskellige niveauers parameter i min model. Den kan ses på næste side, og som en "homage" til Hallin og Mancinis tabeller er den vendt forkert, så den passer på en side.

Tabell over parametre og under-parametre for modellen

Det materielle niveau		Det sociale niveau					
Hårdvare	Software/platforme	Aktører	De interne dynamikker		De eksterne dynamikker		
			Det korporative aspekt	Politisk parallelisme	Professionalisering	Økonomi og marked	Staten
Mængden af digital infrastruktur	Hvilke medier og platforme bliver brugt?	Casestudier af hvilke aktører der deltager i den offentlige debat	Hvem er en del af den formelle struktur? Hvilke krav kræver det at være med?	politikernes brug af sociale medier, kvantitativ som kvalitativ	Mængden af uddannede journalister i journalist-stillinger	Kvalitativ data vedrørende journalisternes, redaktørernes og andre mediamanageres økonomiske overvejelser	Genbrug af tal vedrørende læser-/seertal
Ejerskabet af den digitale infrastruktur	Hvordan kan man beskrive disse?	Aktørernes opfattelse af inddragelse af forskellige aktører	Hvilke definitioner af "god journalistik" er der i samtundsdebatten? Både hos medier, politikere og i den generelle befolkning	Mediers tilknytning til politiske partier eller organisationer, nye som gamle	Mængden af ikke-journalister, der driver "nye medier"	Kvantitative data om medierens økonomiske forhold	Politiske udmeldinger i forhold til mediepolitik
		Genbrug Tal om internets tilgængelighed	Public broadcastings mediers præambel	Mængden af specialiserede nichemedier			Medievogtning
				Mediers logikker i forhold til at gøre sig attraktive for politikere og publikum på baggrund af deres politiske overbevisning			
							Tal om befolkningen tillid til medierne

Udvalgte datapunkter

I dette afsnit af tredje del af specialet vil jeg "prøve modellen af" for at undersøge, hvad den kan belyse. Selvom jeg vil gennemgå alle parametrene, som blev præsenteret i sidste afsnit, vil der ikke være originale data til alle parametrene, da dette vil være for omfangsrigt til dette format.

Parametrene vil blive udvalgt først og fremmest på baggrund af et forsøg på at besøge tre gennemgående temaer, selvfølgelig også på baggrund af tilgængelighed af data, men så det gerne skulle give et sammenhængende billede. Dette vil selvfølgelig være en klar bias, som jeg vil diskutere længere nede.

Det er det danske hybride mediesystem, som denne del vil tage udgangspunkt i, da det er denne data, der ligger mig mest lige for at tilgå, og så skal det ikke være en hemmelighed, at jeg befinder mig i Danmark, mens jeg skriver dette. Jeg vil dog et enkelt sted bruge en analyse, der fokuserer på Norge og Flandern, men det vil blive bakket op af lignende data fra Danmark. Derudover er hoveddelen af den udvalgte data fra Slots- og Kulturstyrelsens rapporter omkring medier i Danmark. Jeg inddrager også en enkelt artikel af Blach-Ørsten og Mayerhöffer, en kortlægning af Lundberg og Steinitz, samt en rapport fra FN, en fra OECD og det nyeste medieudspil fra Danske Medier.

Der er nogle meget relevante spørgsmål, der kan stilles til den udvalgte datas reliabilitet, hvor det forhåbentligt står klart ved en gennemlæsning, at tilgængelighed har været det vigtigste kriterie. Hvilket bringer os til validiteten, da dette ikke er en analyse i den traditionelle forstand, så meget som en afsondring af relevant tilgængeligt data i forbindelse med opstillingen af en model. Som nævnt tidligere er der nogle klare temaer, der kommer til at gå igen. Det første er inddragelsen af flere aktører i den politiske informationscyklus, som jeg låner fra Chadwick hovedsageligt, det andet er mediesystemets økonomiske relation til staten, som jeg låner fra Syvertsen, Sjøvaag og Olsen hovedsageligt, og den sidste er re-politiseringen af mediesystemet, som jeg kun låner fra Sjøvaag hovedsageligt.

Der hvor jeg ikke inddrager data, vil jeg forsøge at lave nogle metodiske overvejelser på baggrund af min operationalisering, som i kontekst af de parametre, hvor jeg faktisk inddrager data, gerne skulle give en form for holistisk tilgang til det hybride mediesystem.

Det materielle niveau

Hardware

Det er på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens tal meget nemt at tegne et billede af en lang række af de materielle omstændigheder omkring det hardware, der er grundlaget for det danske mediesystem. I det

følgende vil jeg fokusere på borger-perspektivet. Dette gør jeg for at kunne belyse de danske borgeres mulighed for at deltage i mediesystemet.

Tallene fra 2020 viser, at 90% af de danske husstande har en smartphone, og 88% har en computer. Tallene har været stigende de sidste par år, men kun med få procentpoint (SLKS-Internet 2020: 9). Når dette kobles sammen med, at 99% af alle over 12 år havde adgang til internettet i 2019 (Ibid: 3), peger det på, at den almindelige befolkning har gode muligheder for at tilgå internettet. Faktisk har så godt som 100% adgang til internet i eget hjem, hvis man tager gruppen under 70 år (Ibid: 7).

I forhold til om folk så faktisk bruger internettet, viser tal, at 90% af befolkningen over 12 år bruger internettet dagligt, hvilket har været stødt stigende de sidste 10 år (Ibid: 13). Samtidig er brugen af "mobilt data", altså internet-adgang gennem trådløse netværk såsom 4G eller LTE, steget med 440% siden 2015 (Ibid: 15). Det skal også understreges, at danskerne generelt har fået væsentligt højere internet-hastigheder de sidste 10 år både i hjemmet og udenfor hjemmet (Ibid: 6).

Disse tal tyder på, at mange husstande er velstillede nok til at prioritere hardware, samt at de har mulighed for at tilgå internettet. Endvidere gør danskerne også brug af deres internet, hvilket tyder på, at det er en integreret del af de flestes liv.

Her ville man kunne gå dybere ind i "rygraden" af den danske digitale infrastruktur ved at se på længden af kabler og mængden af telefon-master etc., som Flensburg og Lai foreslår. Det gør jeg ikke her, da det vil være en væsentlig forklaringsbyrde af de tekniske aspekter, endvidere har jeg ikke adgang til databasen TeleGeography, som de henter deres data fra.

Billedet af, at Danmark i høj grad er digitaliseret, bliver bekræftet i en rapport fra 2020 lavet af FN, hvor de rangerer lande på baggrund af deres offentlige digitalisering. Her er Danmark for anden gang på første pladsen. FN måler på tre brede indikatorer; digital services, telekommunikationsinfrastruktur og befolkningens uddannelsesniveau. På en skala fra 0 til 1 fik Danmark 0,9758. Det fremhæves, at Danmark har haft et samarbejde på tværs af offentlige instanser for at højne digitaliseringen manifesteret i Digitaliseringsstyrelsen, og hvor resultaterne kan ses i form af NemID, Borger.dk og Digital Post (FN 2020). OECD har lavet en lignende rapport på baggrund af data fra 2019, hvor de også kårede Danmark som den stat, der bedst faciliterede en digitaliseringsproces (OECD 2020).

Den danske befolkning er altså i høj grad koblet op til og gør brug af internettet, og denne proces er altså i høj grad drevet af staten, som har haft en klar politik om at gøre Danmark digital.

Software/platforme

På software-under-niveauet vil jeg kigge noget mere på, hvad danskerne så gør, når de er på nettet.

Ifølge Slots- og Kulturstyrelsen bruger 64,4% af den danske befolkning sociale medier dagligt, mens 78,6% bruger dem ugeligt, hvilket er den mest normale aktivitet på internettet. Derefter følger 46,2%, der bruger internettet til at læse nyheder/artikler dagligt (SLKS 2020: 18).

For at gå lidt mere i dybden med, hvor folk konkret får deres nyheder fra, viser undersøgelsen, at 51,1% bruger TV-stationernes hjemmesider som en kilde til nyheder, hvor sociale medier "kun" er en kilde til nyheder for 36,9%. Landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider er en kilde til nyheder for 33,7%, og apps er kun 18,3%, mens lokale dagblades hjemmesider kun er 15,7% (Ibid: 21).

Dette billede understreges fint af en anden rapport fra 2020 af Slots- og Kulturstyrelsen kaldet "Mediernes udvikling i Danmark 2020: Overblik og Perspektivering". Her viser de, at langt flertallet af store danske nyhedssites havde en fremgang på 10 % eller der over i antal ugentlige brugere. Denne udvikling har været i gang siden i hvert fald 2016, hvor langt de fleste større nyhedssites fik flere ugentligt brugere (SLKS-Overblik 2020: 15f).

Hvis man skal sammenligne med de trykte medier, så viser en anden rapport fra Slots- og Kulturstyrelsen, at de trykte dagblade i 2019 havde næsten en million færre læsere end de online nyhedssites (SLKS-Skrevne medier 2020: 3). Dette bakkes op i rapporten, der viser, at de landsdækkende dagblade og nyhedssite er de næstmest foretrukne kilder til nyheder og baggrund efter TV med Facebook og Radio på en næsten delt tredjeplads. Samme tal viser også, at for 12-34-årige er Facebook side om side med TV den foretrukne kilde til nyheder og baggrund (Ibid: 6).

En anden interessant pointe i denne rapport er, at selvom at DR og TV2's nyhedssites helt klart er dem med flest ugentlige brugere, så er det også dem, der har den klart mindste stigning i antallet af ugentlige brugere, da deres stigning er på 4 %, mens de store dagblade er på mellem 12% og 44% (Ibid: 5). Dette er meget interessant i forhold til Chadwicks pointe om, at medier der er vant til flere platforme, umiddelbart har lettest ved at omstille sig til det hybride mediesystem og digitaliseringen. Argumentet er, at eftersom public broadcasting medier, som TV2 og DR traditionelt har haft flere platforme til deres nyheder i form af TV-indslag, radio og lokalnyheder. Derfor skulle de have de organisatoriske ressourcer til at tilpasse sig den politiske informationscyklus og det hybride mediesystem, der defineret som foregående på flere platforme på engang. Disse tal kan dog således indikere, at dette forspring ikke holder for evigt, men at det kun er et spørgsmål om tid, før de traditionelle udelukkende trykte medier har vænnet sig til det nye hybride system.

Som rapporten selv konkluderer, er det uden tvivl de digitale platforme, der når ud til flest danskere og ikke de trykte medier, selvom disse stadig har et vist publikum (Ibid: 6).

Slots- og Kulturstyrelsen er jo et sandt overflødhorn, når det kommer til data omkring danskernes medieforbrug, derfor er de så skidegode, at de også har lavet en rapport om, hvordan danskerne bruger de sociale medier – også til nyheder (SLKS- Sociale medier 2020). Den viser, at knap halvdelen af alle danske Facebook-brugere så nyhedsartikler eller videoklip fra nyhedssites ugentligt i 2019 (Ibid: 5). Nu tænker man sikkert, men hvad med de andre digitale platforme såsom Twitter og Youtube. Rapporten viser, at de ikke når Facebook til sokkeholderne, da 77% af danskerne havde en Facebook-profil i 2019, og selvom at Facebook nyheder har en meget lav troværdighed i folks øjne, så er det stadig der 59% får nyheder fra på månedlig basis, og 81%, der har prøvet at læse nyheder gennem Facebook (Ibid: 7).

I forhold til at se på annonceindtægterne, så slår Slots- og Kulturstyrelsen fast, at annonceindtægter har forandret sig ret radikalt de sidste tyve år. De fysiske dagblade er gået fra at være den ultimative største indtjener på annoncemarkedet til, at internet-siden af medier og sociale platforme tjener mere end 12 gange så meget som de fysiske dagbladene på annoncer. Ifølge rapporten er det også uden tvivl få firmaer, der har sat sig på indtjeningen. Fra 2018 til 2019 steg den samlede annonceomsætningen med 1% (165 mio. kr.), men for Facebook og Google steg det med 9% (422 mio. kr.). Samme billede tegner sig for den overordnede udvikling de sidste fem år, da væksten i den samlede annonceomsætning har været positiv, men hvis man tager Google, Facebook og LinkedIn ud af ligningen, vil udviklingen altså være negativ (Ibid: 5). Sagt på en anden måde, så taber de traditionelle nyhedsmedier altså indtjening til fordel for de digitale platforme. Dette understreges senere i rapporten, hvor tallene viser, at Facebook, Google og LinkedIn sidder på 62% af annonceindtægterne fra internettet og 38 % af annonceindtægterne i alt (Ibid: 14).

I forhold til den overordnede indtægt for de danske medier ifølge en anden rapport fra Slots- og Kulturstyrelsen, så er omsætningen nogenlunde på niveau med 2016, mens at antal årsværker i branchen er faldet med 5% (876 årsværk) (SLKS Omsætning 2021: 5). I de enkelte underbrancher tegner der sig dog et mere nuanceret billede, hvor de skrevne nyheds- og aktualitetsmedier går tilbage, særlig lokal og regionalmedierne, som i både omsætning og årsværk faldt med omkring 16% (Ibid: 8). Men hvis man udelukkende kigger på de medier, der kun udgiver digitalt, så er der en fremgang på både årsværker og omsætning på lige over 50%, hvilket også gælder for de digitale lokalmedier (Ibid.).

Derudover har de audiovisuelle brancher (film, serier, musik, radio, podcast) også oplevet en øget omsætning og en stigning i årsværker, dog ikke en overvældende stigning (Ibid: 5). En interessant pointe rapporten dog kommer med, er, at stigningen i både omsætning og årsværker ville være meget større, hvis de indflydelsesrige og tiltagende udenlandske medievirksomheder (Amazon Prime, HBO, Netflix, etc.) var registeret i Danmark og havde reel direkte beskæftigelse i Danmark, altså er den samlede omsætning reelt nok meget stigende, selvom det ikke kan ses i årsværker i Danmark (Ibid). Dette perspektiv er ekstra

interessant, når man kobler det sammen med, at 32% af den samlede omsætning for medievirksomheder i 2019 var ejet af eller "under bestemmende indflydelse" af udenlandske virksomheder (Ibid: 7). Det sidste data her peger i stor grad på en stigende globalisering. Derudover viser denne rapport også et billede af et mediemarked, der viser vækst for det digitale og nedgang for det analoge.

I operationalisering skriver jeg, at det også er interessant at se på, hvilke hjemmesider og platforme der generelt bliver tilgået mest, og det mener jeg stadigvæk. Disse data kunne for eksempel tilgås gennem tjenesten "SimilarWeb", der holder styr på, hvilke hjemmesider der er de mest besøgte. Det har jeg valgt ikke at gøre her af tre grunde, delvis synes jeg, at Slots- og Kulturstyrelsens rapport tegner et fint billede af, hvilke platforme der er de mest populære, SimilarWeb kræver et abonnement, som jeg ikke umiddelbart har, og til sidst bekræfter den gratis top-50-liste, man kan se på <https://www.similarweb.com/top-websites/denmark/>, det billede, som rapporterne tegner.

Det billede, den ovenstående data tegner, er af et hybridt system, hvor public broadcasting stadig står stærkest, men hvor Facebook bliver mere og mere vigtig. Derudover har de traditionelle medier skullet vænne sig til, at deres online-udgivelse er blevet den vigtigste. Public broadcasting medierne har umiddelbart haft den letteste transformation til at udgive online, men dagbladene kommer stærkt efter med op mod 44% stigning i trafik. Økonomisk har dagbladene dog ikke fået knækket nødden, når det kommer til annoncer, hvor Facebook, Google og LinkedIn stadig tager mere og mere af omsætningen. Der er dog ikke tale om en decideret økonomisk krise i den traditionelle forstand for dagbladene, men regional og lokalmedierne har en klar økonomisk krise. Dette tyder på, at udover en digitalisering, foregår der også en form for centralisering.

Sociale niveauer

Aktører

Dette niveau bliver muligvis lidt kedeligt, men da jeg hverken har tid eller ressourcer til at lave en repræsentativ undersøgelse af befolkningens holdning til, hvorvidt de føler sig bemyndiget af de sociale medier eller politikernes eller journalisterne syn eller kan gentage Langer og Grubers case study, vil jeg her lave nogle observationer på baggrund af den udvalgte data fra det første underniveau og Blach-Ørsten og Mayerhöffers artikel.

Som nævnt i gennemgangen af modellen, må man på baggrund af Chadwick og Latour gentænke den almindelige befolkning i forhold til blot at være passiv tilskuer og modtager af politisk information. Altså når nyheder, såvel som politiske kommentarer eller blot helt mondæne billeder af en politiker, der vasker tøj bevæger sig rundt på nettet, så har borgere på samme vis en mulighed for at frame og kommenterer

informationen som en journalist. Godt nok har de fleste en væsentlig mindre læserskare, men som det er åbenlyst på internettet, kan selv almindelige menneskers indspark i debatten gå viralt. Dermed ser jeg den enorme stigning i adgangen til internettet og brug af det som en udvidelse af aktørkredsen i den politiske informationscyklus.

Dog kan jeg ikke sige dette uden at gå ind i spørgsmålet om, hvem der reelt får adgang. Igen ville en større undersøgelse være relevant, men jeg vil her blot nøjes med at referere til Blach-Ørsten og Mayerhöffers artikel fra i år, som jeg vil gå mere i dybden med i næste afsnit. Den peger på, at danskere med lavere uddannelse og løn, der er bosat uden for hovedstaden, forbruger nyheder mindre end resten af Danmark, hvilket i deres optik indikerer et skel mellem "masse og elite" (Blach-Ørsten & Mayerhöffer 2021: 119). Dette peger tydeligt på Syvertsens pointe om en øget polarisering i samfundet, hvor dette ses som den nordiske velfærdsstats mest pressende udfordring. Som nævnt i modellen er det altså her synligt, at på trods af en større formel mulighed for at deltage i den politiske informationscyklus sker der stadig en social fragmentation.

En videre undersøgelse af dette fænomen må gå i dybden med kausaliteten. For umiddelbart kan en hypotese lyde, at større åbenhed og indblik i den politiske informationscyklus har skabt en fremmedgørelse fra systemet, men omvendt kan man også opsætte hypotesen om, at det er to ikke-kausale fænomener. Denne pointe vil jeg vende tilbage til et par gange til i dette speciale.

Interne grænsedragninger

Korporative aspekt

Dette parameter kommer også til at være præget af en deskriptiv gennemgang af det korporative aspekt nærmere end analyse af behårde data. Dette parameter handler i bund og grund om mediernes indflydelse på lovgivningen omkring dem selv og den altid vigtige mediestøtte.

I Danmark i dag modtager 70 medier den såkaldte redaktionelle produktionsstøtte, hvilket samlet set svarer til en 368 mio. kroner Derudover blev der givet en 21 mio. kroner til 25 forskellige medier i innovationsstøtte. Disse penge bliver fordelt af det såkaldte Medienævn, som foruden nogle relevante akademikere, består af en repræsentant fra public-broadcastingmedierne, en repræsentant fra journalisternes fagforening og en repræsentant fra mediearbejdsgivernes forening. Når et medie modtager støtte, forpligtiger det sig til at overholde medieansvarsloven, hvilket betyder, at man bliver underlagt Pressenævnet. Mediet kan således blive bragt for Pressenævnet, hvis nogle mener, mediet har handlet i strid med medieansvarsloven. Pressenævnet kan så udstede en "dom" over dem. Pressenævnet består ligesom Medienævnet af nogle repræsentanter af journalister og redaktører, foruden nogle jurister og

andre "repræsentanter af offentligheden". Derudover er det også relevant at pointere, at når et lovforslag kommer i høring, så bliver de relevante parter ofte spurgt om deres holdning. Altså når der skal komme ny lovgivning omkring medierne, så er det kutyme at spørge interesseorganisationerne, hvis ikke medierne selv, om deres holdning. Til tider behøver de ikke engang blive spurgt, som Danske Mediers eget Medieudspil er et godt eksempel på (Danske Medier 2021).

Det, jeg håber, er blevet illustreret af ovenstående gennemgang, er, at det formelle system i Danmark i høj grad er præget af den korporative ånd. Dette stemmer helt overens med litteraturen og understreger formaliseringen af det gensidige afhængighedsforhold, der er i det hybride nordiske mediesystem.

Videre forskning her kunne se på en mere netværksorienteret tilgang, hvor de enkelte aktørers interne relationer bliver undersøgt til at belyse de enkelte aktørers rolle og uformelle tilhørsforhold. Det interessante her er netop at undersøge, hvorvidt der er en udvikling i gang, eller om samarbejdet forbliver det samme, grundet det formaliserede samarbejde, som i bund og grund af Syvertsen et. al.'s argument.

Politisk parallelisme

Det første under-parameter, jeg sætter op, for politisk-parallelisme, er politikernes egen brug af sociale medier, hvor jeg blot vil henvise til Blach-Ørsten et al. (2017), som viser, at der er en øget og vedblivende brug af sociale medier hos politikerne, men at de dog bliver ved med at bruge de traditionelle medier, hvilket peger på en hybrid tilstand.

Det andet under-parameterparameter baserer sig på den artikel af Blach-Ørsten og Meyerhoff, som jeg også lånte data fra i første del af dette afsnit. En af dens konklusioner er, at de traditionelle mediers position i mediesystemet er ved at blive udfordret af en række forskelligartede onlinemedier, hvor det udover "slow-news"-medier er domineret af udtalte partiske medier og debatorienterede medier (Blach-Ørsten & Mayerhöffer 2021: 99). Centralt i forståelsen af disse mediers er distribueringsmulighederne gennem de sociale medier (Ibid: 104). Denne genkomst af eksplicite politiske medier som en spiller i medielandskabet kobles sammen med en faldende tillid til de traditionelle nyhedsmedier og politikere (Ibid: 100). Denne tendens til en øget politisering af dele af medielandskabet kræver uden tvivl yderligere forskning, specielt i forhold til, hvorvidt der er tale om en øget politisk parallelisme i form af tætte relationer mellem det politiske system og mediesystemet, eller en form for øget politiseret autonomi af mediesystemet, der kan kobles sammen med den sociale fragmentation. Specielt i public broadcasting-perspektivet, hvor Syvertsen understreger, hvordan samfundets homogenitet i 60-70'erne var kausal med, at alle så de samme TV og hørte det samme radio. Således kan et mere heterogent medieforbrug være en del af forklaring af en stigende social fragmentation.

I forhold til hvorvidt medier og platforme integrerer specifikke logikker for at tiltrække politikere og deres publikum, vil jeg dog også gøre opmærksom på den dugfriske kortlægning af Håvard Lundberg og Sarah Steinitz fra april 2021, hvor de har undersøgt danske politikeres brug af kommentarsporet på Facebook. Blandt flere konklusioner peger de på, hvordan Facebooks verifikation af politikernes identitet og efterfølgende prioritering af deres kommentarer, giver politikere mere opmærksomhed på sociale medier (Lundberg & Steinitz, 2021). Dette kan i denne kontekst ses som en integration af det politiske systems logikker i de nye sociale platforme, og dermed pege på en hybrid politisk parallelisme.

I forhold til det sidste under-parameter, der i højere grad lægger sig op ad Hallin og Mancinis mere traditionelle forståelse af politisk parallelisme, konkluderer Blach-Ørsten og Mayerhöffer også, at der er en klar sammenhæng mellem folks politiske ståsted og hvilke medier, de forbruger, der afspejler mediernes historiske partipolitiske ståsteder (Ibid: 108).

Dette under-niveau peger altså kort sagt på en medialisering af politikernes brug af sociale medier, en re-politisering af mediesystemet – nyt som gammelt – og en vedblivende politisk parallelisme fra de traditionelle mediers side.

Professionalisering

En sammenligning af uddannelse hos enkeltpersoner, der arbejder hos "nye" og "gamle" medier, havde kunnet give nogle interessante observationer på dette parameter. Specielt hvis man kodede ikke blot efter journalist/ikke-journalist, men også havde "kommunikatør" som en kategori, muligvis en underkategori. Det er overordnet de metodiske overvejelser, jeg kan gøre mig på dette parameter, men jeg vil gerne lige understøtte "kommunikatør" under kategorien ved at henvise til, at både Chadwick (Chadwick 2013: 166f) og Langer og Gruber (Langer & Gruber 2021: 317) peger på en form for overgang for "journalister" fra politiske kommunikatører i spindoktorrollen til at være politiske kommunikatører i en redaktørrolle for et mindre partisk medie. Dette understøttes også af Blach-Ørsten og Mayerhöffer i deres korte nævnelser af medier som Ditoverblik.dk og Netavisen Pio, der begge er tilknyttet folketingspartier (Blach-Ørsten & Mayerhöffer 2021: 114f). Altså er der en mulig udvidelse af, hvilken slags professionalisering der kan være tale om i det hybride nordiske mediesystem. Der kan således være tale om en ny form for hybrid professionalisering, hvor kommunikation og journalistik er to sider af den samme faglige profil. Dette stiller et interessant spørgsmål i forhold til ideen om professionalisering som en øget autonomi for mediesystemet, som Hallin og Mancini har fået overbevist alle om, at det er. Som nævnt i afsnittet om politisk parallelisme er der forskellige perspektiver, man kan tage på en form for re-politisering af mediesystemet, og selvom jeg i dette speciale ikke vil erklære en den rigtige, vil jeg dog i senere afsnit

bruge det som et argument for, at der muligvis kan være tale om en form for integration af det politiske system og mediesystemet, da det er disse to fagligheder, der oplever en form for integration.

Systemernes sammenstød

Økonomi

Spørgsmålet omkring mediernes økonomiske overvejelser og indflydelsen fra økonomiske aktører ville som sagt bedst blive undersøgt ved interviews, som jeg dog ikke har tid til, men så er jeg heldig, at ingen andre end en af top-tre-nordmændene i dette speciale allerede har gjort det. Syvertsens og nogle andre gæve mennesker i dette tilfælde har nemlig interviewet 20 medie-managers i Norge og Flandern og på baggrund af dette skrevet to forskellige artikler omkring mediernes økonomiske overvejelser. Konklusionen på den første artikel fra 2018 er, at selvom medierne anerkender, at der er ved at ske nogle radikale ændringer i mediemarkedet, så ser de ikke "dommedag" rundt om hjørnet. Tværtimod pegede et flertal af dem på, at med et stærkere bånd til publikum med mere tilhørsforhold og interaktion, så tror de på deres nye forretningsmodel (Syvertsens et al. 2018).

Den anden artikel fra 2019 viser, at medierne generelt gerne så mere indblanding fra staten i forhold til tabet af annonceindtægt til de sociale medier, der ses som en trussel mod mediernes eksistens. Dette er specielt udtalt hos de traditionelle og etablerede medier, for selvom disse skulle have en historie for at modsætte sig regulering af dem selv, så argumenterer de for mere regulering af de digitale platforme (Syvertsen et al. 2019).

I dansk kontekst kan dette bekræftes af det medieudspil, som Danske Medier er kommet med i januar 2021, hvor de på samme vis efterspørger større regulering af de digitale platforme for at sikre, at deres indtægter af annonce ikke bliver helt udhulet (Danske Medier 2021).

Manglende i dette her afsnit er spørgsmålet om øget kommercialisering, som Sjøvaag peger på er den anden retning, mediesystemet trækker i udover mod staten. Inspireret af Sjøvaag kunne det være interessant at dykke ned i, i hvilken grad journalisterne selv finder, at deres autonomi og professionalisering bliver udfordret af en kommercialisering.

Men det, jeg kan sige, er, at der er en klar efterspørgsel efter yderligere statslig regulering af mediesystemet for at sikre de økonomiske betingelser for medierne.

Staten

Så staten bliver altså mere og mere vigtig for medierne økonomisk, det er vist ret godt slået fast af det ovenstående og litteraturen. Som beskrevet i modellen og inspireret af Syvertsen vil jeg følgende komme med en opsummering af parametrene korporatisme, politisk parallelisme og professionalisering ud fra

statens perspektiv. Det overordnede samarbejde mellem disse to former for systemer, kan jeg konkludere, er præget af en form for formaliseret tovejskommunikation, der dog kan kompliceres af, at de sømænd, der sejler staten, politikerne, får et stigende politiseret forhold til medierne, både gennem deres egen brug af digitale platforme, gennem nye eksplicitte partiske medier og en vedholdende politiske parallelisme fra de traditionelle mediers sider. Derfor kan den tidligere omtalte hybride form for professionalisering, hvis den konceptualiseres som en integration af mediesystemet og det politiske system, ses som en mulighed for ændring i forholdet mellem disse to systemer. Skal jeg tro Syvertsen, så er disse ændringer ikke tegn på, at staten ønsker at ændre forholdet til medier, men i Sjøvaags perspektiv så rykker mediesystemet tættere på staten, hvilket ovenstående afsnit om økonomiske overvejelser også peger på.

Der er lavet masser af god forskning på de forskellige danske partiers holdninger til mediepolitik, som kunne være interessant at inddrage her, ligesom masser af spændende forskning omkring dennes implementering og modtagelse ude i den virkelige verden. Jeg vil dog ikke gøre dette her, da jeg mener, at for at kunne få noget fornuftigt ud af det, må jeg tildele det adskillige sider og måneder, som ikke er ledige i dette speciale.

Folket

Det sidste under-niveau i modellen omhandler befolkningens feedback på mediesystemet. Her ville det uden tvivl give stor værdi også at kigge på en konkret case for mere direkte at kunne måle reaktionerne hos befolkningen. Ligesom en stor undersøgelse af befolkningens holdning til digitalisering af den politiske debat også ville give nogle interessante perspektiver. Dette under-niveau var tænkt som et feedback niveau, hvorfor det også er placeret til sidst i modellen. Den sociale fragmentation kan som nævnt tidligere muligvis ses som en form for feedback til den større åbenhed i den politiske informationscyklus. Som beskrevet tidligere er det tydeligt, at det digitale mediesystem er en integreret del af de fleste danskeres liv, faktisk peger Blach-Ørsten og Mayerhöffer på, at der er et nyt skel blandt mediebrugere, hvor der er nogle, der kun forbruger nyheder online (Blach-Ørsten & Mayerhöffer 2021: 120). Det kan derfor diskuteres, om hybridtermen er relevant, da disse medieforbrugere er 100% digitale, men det vil jeg nok alligevel sige, da de medier, de forbruger, er hybride i deres form, hvorfor det hybride er gennemsyrende for systemet som helhed. I forhold til et feedback-perspektiv her kan det kun konkluderes, at hele den danske befolkning ikke har valgt kollektivt at boykotte alle digitale medier, hvilket som det mindste peger på en form for stiltiende accept af mediesystemet.

Diskussion

I denne sidste del af specialet vil jeg først diskutere, hvad min model reelt kan på baggrund af afsnittet 'Udvalgte datapunkter'. Derefter vil jeg gennemgå de store diskussioner og uenigheder, som min litteratur præsenterer.

Hvor meget tog jeg så egentlig fejl?

Nu tillader jeg mig selv at med lille anekdote; Da jeg fortalte min far om min proces med specialet, sagde han: "Det er også lettere at skyde med bue og pil, hvis man først skyder, og så tegner målskiven efter, hvor man rammer". Denne kritik er egentlig meget på sin plads, men resultatet er dette speciale er modellen, som sandt nok er tegnet rundt om min litteratur, hvorfor den jo ikke nødvendigvis "kan tage fejl". Men derimod kan jeg måle brugbarheden af modellen på baggrund af mine udvalgte datapunkter, hvilket en række hovedpunkter kan belyse.

Det første er, hvorvidt modellen faktisk kan besvare de spørgsmål, som den er sat i verdenen for at afklare. Jeg sætter ud for at koble digitalisering i både en materiel og en sociokulturel fortolkning sammen for at danne en rammeforståelse, der kan belyse et mediesystem og dens relationer til andre samfundsinstitutioner præget af en transformation, som jeg betragter som hybrid. Vil det i virkeligheden kræve 4-500 flere sider, end hvad jeg har her og måske et par år til, før dette bare kan være tæt på redegjort? Det skal jeg være ærlig at sige, at det tror jeg, det vil kræve at udnytte modellen til sit fulde, men ideen om at gennemgå teoretisk udvalgte tematikker, som jeg har gjort med modellen, øger dens brugbarhed, da man lettere ville kunne afgrænse omfanget af ens analyse, end blot sige man vil analysere på hele mediesystemet i dets fulde udslåede placering i et komplekst samfund a la det 21. århundrede.

I denne forbindelse følger spørgsmålet også, om hvordan man sikrer, at ens analyse ikke bliver for overfladisk og, ja, faktisk anekdotisk? Det spørgsmål har lagt mig meget på sinde gennem dette speciale, da jeg har følt, at det var et problem ved Chadwick, der om jeg vil det eller ej, er min hovedteoretiker. Her igen vil jeg mene, at en brug af teoretisk eller empirisk funderede tematikker, som man bruger til at "fokusere" modellen, vil afhjælpe dette. Et andet aspekt, som Langer og Gruber gør brug af, er at fundere det i generelle samfundsdata, der på en mere systemisk vis kan placere ens resultater i en kontekstuel forståelse af generelle samfundstendenser. Dette vil jeg argumentere for, at specielt første niveau inspireret af Flensburg og Lai hjælper med, så det er en empirisk funderet samfundsforståelse, man kan tage udgangspunkt i.

Der er også spørgsmålet om inddelingen af de forskellige niveauer, under-niveauer, parametre, under-parametre etc. Det står ret åbenlyst på baggrund 'Udvalgte datapunkter', at der er meget data, der går igen

på de forskellige parametre. Er dette et problem? Det mener jeg ikke, når man strukturer sin analyse på baggrund af tematikker. Men man burde dog danne nye konklusioner på de forskellige niveauer, hvilket måske er det reelle spørgsmål, og en kritik, jeg smerteligt mener, passer på det sidste afsnit. For så giver niveau-inddelingen ikke reelt mening, hvis man bare gentager de samme pointer på forskellige niveauer uden at bidrage med noget nyt. Der er dog også et spørgsmål om mængden af data, der er relevant her, der er helt sikkert også nogle pointer, der gentager sig. Men eftersom modellen ser alle niveauer og underniveauer som indbyrdes forbundet i en multiretningsbestemt vekselvirkning dynamik, så giver det jo god mening, at visser pointer går igen, da de samme samfundstendenser jo selvfølgelig påvirker forskellige dele af samfundet.

Det store skyts

Hvordan kan man tjene penge på at lave nyheder?

En rød tråd i specialet er det økonomiske grundlag for medierne. I løbet af dette speciale bliver der trukket et par bud ind på, hvordan man kan tjene penge på at lave nyheder. Syvertsen interviewer nogle 'medie-managere', som mener, at det handler om at skabe et stærkere bånd til publikum og dermed få dem til at betale for indholdet. Denne øgede identifikation er også spændende i forhold til spørgsmålet om den sociale fragmentation. Hvis man sikrer en større identifikation med mediet, kan man dermed også forestille sig, at man kan skabe større identifikation med den politiske informationscyklus og dermed den politiske proces, hvilket jo er i både mediernes og statens interesse.

Udover ideen om, at den almindelige borger selv skal betale for nyheder, er der også spørgsmål om en form for tilbagevenden til en partipresse, hvor den politiske klasse betaler for nyhederne. De normative aspekter i dette bliver i disse dage diskuteret på de sociale medier, dem vil jeg ikke dykke ned i, men et interessant historisk perspektiv i denne sammenhæng er, at hvis man følger de historiske udlægninger i den første del af specialet, så opstår det nordiske mediesystem i perioden fra den sidste halvdel af 1700-tallet til perioden, hvor forfatningerne blev indført i midten af 1800-tallet. I dansk kontekst kan jeg lidt konservativt sat sige fra enden på den provisoriske periode i 1894 til omnibus-pressens storhedstid og kommercialisering og dereguleringstid, som jeg i samme ånd kan give Schlüters indtræden som starten på i 1982. Danmark har næsten en 100 år, hvor en politisk motiveret presse, hvis den ikke har været normen, har været en fast del af mediebilledet. Mit argument er således, at det historisk ikke er en anomali, at medier er eksplicitte partiske, hvor omnibuspressens storhedstid måske i virkeligheden var den sande anomali.

Overordnet kan man også påpege på en centralisering, hvor de lokale medier ikke klarer sig så godt, som de nationale medier, hvilket på en eller anden måde ikke giver mening i forhold til en stigende udbredelse af

niche-medier, som lokal-medier godt kunne falde ind under. Men som tallene om mediernes økonomi fra Slots- og Kulturstyrelsen peger på, så går det ok for de lokale medier, der udelukkende er digitale, hvilket i fremtidige forskning af det hybride mediesystem i Norden må være et centralt punkt, da stærke lokal- og regionalmedier er et særligt kendetegn ved de nordiske mediesystemer.

Er der et nordisk mediesystem?

Det nok mest kontroversielle Hallin og Mancini skrev i deres hovedværk var ideen om en stigende homogenisering mellem de forskellige typer af mediesystemer i Vesten. Deres argumentation var, at en øget kommerialisering og globalisering vil få alle systemerne til at blive ens, da der kun vil være en model, der vil passe til dette. I en systemisk forståelse er der altså tale om en integration eller "kolonisering" af det økonomiske system. Her er Chadwick igen relevant at hive op af den hybride hat. Et perspektiv, han har i starten af sin bog, som jeg beskrev i min udredning af hans begreber, er, at man i regime-studier har brugt hybriditets-begrebet til at forklare, hvorfor der ikke sker en lineær-udvikling mod det vestlige kapitalistiske demokrati. Altså kan man forestille sig, at der er en global tendens i gang, men at den rundt omkring i verden tager forskellige former, da tiden hvor det liberale pressesystem i USA udviklede sig var en anden, end den der er i resten af Vesten i dag.

Derudover er det jo også en grundtese i Hallin og Mancinis værk, at man skal se mediesystemet som et produkt af det omkringliggende samfund, og eftersom der stadig er stor forskel på det amerikanske og danske samfund, så er det også kun redeligt at forestille sig forskelle i deres mediesystemer.

Det indsigtfulde, som dette speciale vil byde ind i debatten med, er altså, at i en hybrid forståelse af de globale medietendenser er det ikke givet, at de vil udvikle sig ens, uagtet tendensens globale natur, hvilket ikke i sig selv lyder videre opsigtsvækkende. Det skal dog sættes i kontekst af Sjøvaags perspektiv om, at systemerne stræber efter at bevare sig selv og sin magtposition. Altså bliver det et spørgsmål om, hvordan man kan konceptualisere mediesystemets kamp om overlevelse mod det økonomiske system. Det interessante er så bare, hvor man faktisk tegner strengen mellem mediesystemet og det økonomiske. Sjøvaag, Hallin og de andre bruger disse to termer på en ret indforstået måde og skriver meget om logikker og praksisser, men hvis jeg skulle lege ræverød gymnasieelev igen, kunne jeg være fristet til at påpege, hvordan alle medier er befolket med arbejdstagere, der sælger deres arbejdskraft og nogle chefer, der tjener på en merværdi, hvorfor at hele systemet altid i sin grundvold har været "koloniseret".

Flensburg vs Syvertsen – The final countdown

Den sidste diskussion fra litteraturen, jeg vil tage op her, er Flensburgs kritik af Syvertsen i hendes nyeste artikel. Umiddelbart positionere andre dele af min litteratur også på disse linjer, hvor Sjøvaag bakker op om Flensburgs pointe om, at den teknologiske udvikling de sidste har skabt "disruption", hvilket fundamentalt

har ændret mediesystemet og ikke mindst dets relationer til de andre systemer. Hvor Olesen virker til mere at være enig med Syvertsens pointe om, at der er en stor grad af kontinuitet i hvert fald det danske mediesystem.

Man kan sige, at en af Flensburgs hovedargumenter er, at den digitale infrastruktur ikke længere er under den danske stats kontrol, og derfor er statens idealer ikke relevante i forhold til, hvordan mediesystemet vil udvikle sig. Dette kan jeg ikke svare klart på i dette speciale, men som nævnt tidligere er dette essentielt i videre forskning af det hybride mediesystem i Norden. Men på baggrund af ideen om hybriditet kan det være interessant at kigge på forholdet mellem stat og de nye sociale medieplatforme, som Flensburg mener, vil være de dominerende aktører i det digitale kommunikative landskab. Det vil være et asymmetrisk magtforhold præget af gensidig afhængighed, men hvordan vil det komme til udtryk? Vil der opstå et mere formaliseret samarbejde, eller kan man forestille sig, at den ene part gør mere konfliktsøgende til værks? Men eftersom der ikke er meget empiri, der kan bruges til, hvorvidt staten faktisk stadig har indflydelse, virker Flensburgs argument, som hun selv anerkender, som en form for teknologisk determinisme.

Et spørgsmål, debatten kan betragtes gennem, er hvorvidt adgangen til internettet vil forblive en universel service? De verserende debatter om "net-neutrality" og Facebook og Twitters ret til selv at monitorere deres platforme viser, at det er nogle ret fundamentale dele af samfundets forståelse af internettet, der er ved at rykke sig.

I en hybrid forståelse vil jeg pege på, at man ikke kan regne med, at der vil være en lineær udviklingen heller ikke i teknologien, således skal Flensburgs fremtidsudsigter ikke ses som endegyldige.

Konklusion – Eller i det mindste noget, der ligner

Denne konklusion vil tage udgangspunkt i de tre temaer, jeg nævnte i introduktionen til 'Udvalgte datapunkter'. Derefter vil jeg komme tilbage til min problemformulering og se, om jeg kan sige noget klogt om den.

Det står klart, at danskerne bliver mere og mere koblet op på internettet, og at en ret stor del af den danske befolkning har ressourcerne til at prioritere adgang til internettet, samt at de også bruger de forskellige sociale medie-platforme på nettet også til at læse nyheder. Altså er den formelle adgang til den politiske informationscyklus der. Men hvorvidt danskerne gør brug af den kan være svært at sige, der er i hvert fald flere parametre, der peger på, at der sker en social fragmentation enten på trods eller på grund af den almindelige borgers integration i den politiske informationscyklus.

I forhold til mediesystemets økonomiske relation til staten kan jeg pege på, at den er stigende. Dette sker i hvert fald delvis på grund af en udhuling af mediernes annonceindtægter. Medierne har gennem meget formaliserede kanaler også en klar mulighed for at påvirke statens politik på området, som man også klart kan se i for eksempel Danske Mediers medieudspil.

Men selvom det ikke er tydeligt, hvordan det skal veksles til hård mønt, peger det dog på, at specielt dagbladene er ved at komme godt igen med et stigende antal online-nyhedsforbrugere og uden et overvejende fald i omsætningen. De kan måske med tiden konkurrere med public-broadcasting medierne, der, som nævnt tidligere, traditionelt har haft bedst fat i online-nyhedsforbrugerene. Et interessant perspektiv her, som litteraturen ikke rigtig benævner, er, hvordan digitaliseringen i høj grad ligner en statsorkesteret tendens, som FN- og OECD-rapporterne peger på. Jeg kan selvfølgelig ikke sætte en kausal sammenhæng op mellem statens politik og mediernes økonomiske krise, men grundet det korporative aspekt i mediesystemet og statens relation kunne man fristes til at tro på, at staten vil fikse dette for medierne.

Sjøvaag påpeger, at udover at blive tættere på stat og marked, rykkede mediesystemet også tættere på det politiske system, hvilket den ovenstående data også peger på i form af en stigende politisk parallelisme på flere kanter og en professionalisering, der kan pege i retning af integration i det politiske system. Samtidig kunne den udvalgte data indikere, at den øgede digitalisering også er med til at forårsage en form for social fragmentation. Dette sidste er nok det nærmeste, jeg når en decideret form for feedback effekt.

Problemformulering - Revisited

Min problemformulering satte ud for at forstå det nordiske mediesystem som hybridt både i en materiel og social forstand. Dette understreger modellen, der blev præsenteret. Materielt er det præget af, at flere og flere aktører får adgang til den politiske informationscyklus, samt at en stigning i platforme gør det digitale kommunikative landskab mere og mere broget. Socialt er systemet i høj grad præget af korporatisme, samtidig med at en tydelige transformation er i gang, når man ser de interne linje så som politisk parallelisme og professionalisering. Mediesystemet som helhed reagere på dette ved at rykke tættere på markedet og staten, mens befolkningen ikke nødvendigvis reagere positivt på dette, og det politiske system prøver at blive mere integreret i mediesystemet.

Perspektivering

Hvis jeg fik 400-500 sider og 2-3 år, så er der nogle steder, hvor jeg metodisk ville videreudvikle på modellen.

Hvis nogle gav mig tallene fra TeleGeography lige nu, så jeg kunne dykke ned i, hvor mange længder kabler, der er i haverne omkring Danmark, ville jeg ikke kunne bruge det til meget, da jeg ikke har operationaliseret efter det, da det ikke var tilgængeligt for mig. Men ville jeg reelt kunne bruge det til noget? Ja. Rent metodisk vil jeg mene, der er meget at hente ved på mere teknisk vis at inkorporere Flensburg og Lais model ind i min model, både i forhold til at sammenligne med andre lande, men også fordi en mere teknisk forståelse af den digitale infrastruktur ville give et mere retvisende og holistisk billede af det kommunikative landskab i Danmark. Det kan være svært her at udpensle, hvilke indsigter det vil give, da jeg ikke har denne data, men uanset må det antages at være relevant. Specielt vil jeg finde det interessant at dykke ned i, hvorvidt Flensburg har ret i sin tese om, at staten mister indflydelse på den digitale infrastruktur.

I de ovenstående afsnit har jeg udelukkende skrevet om, hvorvidt aktørerne har fået mere formel adgang til den politiske informationscyklus, men som jeg også har nævnt tidligere, kan jeg faktisk ikke bevise, hvorvidt der er tale om reel adgang til den politisk informationscyklus og dermed en øget agens. Teoretisk må det antages, og den øgede digitale interaktion peger på det, men rent empirisk kan jeg ikke bekræfte det i det ovenstående. Dette ville være ret centralt i videre forskning på området. Rent metodisk vil det, som skrevet i operationaliseringsafsnittet, være relevant at stille de relevante aktører dette spørgsmål eller lave case-studier inspireret af Langer og Gruber. Endvidere peger mine udvalgte datapunkter også på, at dette spørgsmål kan være ret centralt i forhold til spørgsmålet om social fragmentation, hvilket man skal have med i de metodiske overvejelser, enten i forhold til udformning af spørgeskemaer eller i spørgsmålet om, hvem der har adgang i et case-study.

Meget af min model har handlet om grænsedragninger i mediesystemet, man kunne faktisk mene, at størstedelen af min model sigter efter at besvare spørgsmål om dette, men det er den ikke blevet brugt til indtil videre, og dette vil derfor være vigtigt i videre metodiske overvejelser. I operationalisering er jeg gået i dybden med, hvordan dette kunne foregå, men på baggrund af de udvalgte datapunkter kan det tilføjes, at et mere kvalitativt fokus vil være relevant til at afgøre, hvilke grænsedragninger der er i det danske mediesystem. En kodning af de medier, der er medlem af Pressenævnet og modtager mediestøtte ville muligvis give nogle perspektiver, men hvis der skal sættes nogle mere deskriptive karakteristika op, ville en kvalitativ undersøgelse af udmeldinger fra relevante aktører være essentielt. Derudover ville uformelle relationer mellem medier og instanser, der kan have en indflydelse på, hvem der kan blive betragtet som et "rigtigt medie", også være interessant.

Dette gælder også forholdet til politikere, specielt hvis man skal dybere ned i en mere hybrid forståelse af politisk parallelisme og professionalisering, som de udvalgte datapunkter peger på. Dette ville nok ikke kun

kræve videre metodiske overvejelser, men også teoretiske. Specielt i forhold til politisk parallelisme, men også ved professionalisering, er det også et relevant spørgsmål, hvor meget der er tale om en ny udvikling, og hvor meget der er tale om den samme dynamik, der bare bevæger sig ind i en ny kontekst. Der er nemlig en kausalitet, der skal være på plads, hvis denne form for professionalisering for eksempel var på vej uagtet digitaliseringen, og måske nærmere at digitalisering er fremskyndet af denne form for professionalisering, så skal man ikke se på, hvilke digitale færdigheder, der bliver efterspurgt, så meget som de digitale færdigheder, som dem, der er påvirket af den "nye" form for professionalisering, tager med ind i deres stillinger. På samme måde som mediesystemet skal forholde sig til en digitaliseret politisk klasse, fordi politikerne er blevet digitaliseret, ikke fordi medierne er det. Hvilket fører mig til et centralt spørgsmål omkring digitaliseringen af det kommunikative landskab, nemlig om det overhovedet giver mening at snakke om en digitalisering af mediesystemet, eller der kun er tale om en digitalisering af samfundet, som medierne prøver at følge med. Dette er igen et kausalitetsspørgsmål, som er vigtigt i forhold til spørgsmålet om grænsedragningerne, for hvis jeg betragter alt som "nyt og digitalt", som noget udenfor mediesystemet, så åbner der sig et perspektiv, der ikke tegner et billede af integration af "nye" former for medier ind i et mediesystem, så meget som en fragmentation af et mediesystem og opståen af et helt nyt kommunikativt system, som medierne i det gamle system ligeså stille lader sig integrere i. Men her ville Syvertsen nok anklage mig for at være for sensationel i min udlægning.

De sidste metodiske overvejelser, som jeg ville komme med i denne omgang, omhandler de temaer afsnittet om udvalgte datapunkter centrede omkring. Det ovenstående peger på en række andre temaer, fremtidig forskning kunne fordybe sig i. Grænsedragninger er oplagt, forholdet til det politiske system og kommercialisering kunne alle give interessante nye perspektiver på det hybride nordiske mediesystem.

I forhold til de begreber jeg gør brug af, så er det specielt politisk parallelisme og professionalisering, som jeg mener, der vil være stor værdi i at videreudvikle i en hybrid forstand, og på baggrund af en mere materiel forståelse. Jeg har tilstræbt en gentænkning af politisk parallelisme i dette speciale, hvor en direkte online-samtale foregår side og side med mere "traditionelle" samfundsdebatter på mediernes egne platforme. Men medierne blander sig også i online-samtale, og mediernes platforme integrerer logikker fra platformene, ligesom disse integrerer logikker fra de traditionelle medier. Samtidig ændrer medie billedet sig blandt på baggrund af en re-politisering af medie billedet. Denne re-politisering er også central i forhold til professionaliseringen, som, jeg også mener, er ved at ændre sig grundlæggende, delvis ved den nye medielogik nye mediestuderende bliver indført i, delvis ved de nye opgaver journalister udføre, og delvis det billede populærkulturen tegner af journalisten, som jeg slet ikke er kommet ind på i dette speciale, men som også vil være interessant at undersøge.

Litteratur

- Blach-Ørsten, M. et al. (2017) From hybrid media system to hybrid-media politicians: Danish politicians and their cross-media presence in the 2015 national election campaign. *Journal of information technology & politics*. 14 (4), 334–347.
- Blach-Ørsten, M. & Mayerhöffer, E. (2021) Det politiske informationslandskab i Danmark 2.0. *politica*, 53. årg., nr. 2 2021, 99-124
- Chadwick, A. (2011) The Political Information Cycle in a Hybrid News System: The British Prime Minister and the 'Bullygate' Affair. *The international journal of press/politics*. 16 (1), 3–29.
- Chadwick, A. (2013) *The hybrid media system: Politics and Power*. New York: Oxford University Press.
- Danske Medier. (2021). *MEDIEUDSPIL*. Danske Medier.
- Flensburg, S. (2021). Over-the-top and under the radar. *Nordicom Review*, 42(1), 93-108.
- Flensburg, S. & Lai, S. S. (2020) Comparing Digital Communication Systems/An empirical framework for analysing the political economy of digital infrastructures. *Nordicom review*. 41 (2), 127–.
- FN. (2021). E-Government Survey 2020 Digital Government in the Decade of Action for Sustainable Development. New York: Department of Economic and Social Affairs.
- Guðmundsson, B. (2019) Logics of the Icelandic Hybrid Media System: Snapchat and media-use before the 2016 and 2017 Althing elections. *Nordicom review*. 40 (S1), 43–.
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004) *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Langer, A. I., & Gruber, J. B. (2021). Political Agenda Setting in the Hybrid Media System: Why Legacy Media Still Matter a Great Deal. *The International Journal of Press/Politics*, 26(2), 313–340.
- Lundberg, H. & Steinitz, S. (2021). *Politikere i mediernes kommentarspor*. Analyse & Tal
- OECD. (2020). *Digital Government Index: 2019 results*. OECD Public Governance Policy Papers.
- Olesen, T. (2020). Media and Politics: The Danish Media System in Transformation? In P. Christiansen et. Al., *The Oxford handbook of Danish politics* (1st ed., pp. 417-430). Oxford: Oxford University Press.
- Sjøvaag, H. (2019) *Journalism between the state and the market*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- SLKS-Internet (2020) *Internetbrug og enheder*. Mediernes udvikling i Danmark, Slots- og Kulturstyrelsen
- SLKS-Omsætning (2021) *Omsætning og beskæftigelse*. Mediernes udvikling i Danmark, Slots- og Kulturstyrelsen
- SLKS-Overblik (2020) *Overblik og perspektivering*. Mediernes udvikling i Danmark, Slots- og Kulturstyrelsen
- SLKS-Skrevne nyhedsmedier (2020) *Skrevne nyhedsmedier*. Mediernes udvikling i Danmark, Slots- og Kulturstyrelsen

SLKS-Sociale medier (2020) *Nyheder, Baggrund og Breaking News 2020: Hvilken rolle spiller de sociale medier i danskernes nyhedsforbrug?* Mediernes udvikling i Danmark, Slots- og Kulturstyrelsen

Skogerbø E., & Karlsen, R. (2021). Media and politics in Norway. In E. Skogerbø, Ø. Ihlen, N. N. Kristensen, & L. Nord (Eds.), *Power, communication, and politics in the Nordic countries* (pp. 91–111). Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg

Svensson, J. (2020). A Study of Politicians in a Hybrid Media Setting During the 2014 Swedish Elections: A Logic Polarisation and Dissent. In V. Kumar, & G. Malhotra (Eds.), *Examining the Roles of IT and Social Media in Democratic Development and Social Change* (pp. 92-114).

Syvertsen, T. et al. (2017) *The media welfare state: Nordic media in the digital era*. Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Press.

Syvertsen, T. et al. (2018) Digitisation, internationalisation, and changing business models in local media markets: an analysis of commercial media's perceptions on challenges ahead, *Journal of Media Business Studies*, 15:2, 89-107.

Syvertsen, T. et al. (2019)' Media policy for private media in the age of digital platforms. *European Journal Of Communication*, 34(4), 395-409.

Willig, I. (2021), Mediesystemteori. I M. Eskjær, & M. Mortensen (red.), *Klassisk og moderne medieteori* Hans Reitzels Forlag.