

FÖRORD

I detta temanummer har vi samlat nio artiklar som handlar om medierna i samhället och samhället i medierna. Inom ramen för detta övergripande tema analyseras en rad olika företeelser; allt från medier och globalisering till kärleksideal i rocktexter. Artiklarna handlar om övergripande samhälleliga utvecklingstendenser, relationer mellan sociala institutioner, interaktionsformer, identiteter, kulturella värderingar och ideologier. De illustrerar den mångfacetterade, kreativa empiriska forskning och teoriutveckling som pågår inom den kultur- och samhällsvetenskapligt orienterade medieforskningen.

ANDRÉ JANSSON tar i den inledande uppsatsen utgångspunkt från Horkheimers och Adornos *Upplysningens dialektik* och analyserar frågan om kulturindustrins makt över människors smak. Centrala idéer inom Frankfurtskolan konfronterats med senare års teoriutveckling och empiriska forskning om bland annat kulturimperialism, om publikernas makt att tolka och ge mening åt de produkter som de konsumerar, samt om den kulturella smaken så som den fungerar för att vidmakthålla sociala distinktioner mellan grupper i samhället.

JAN EKECRANTZ bidrar med en kritiskt analyserande översikt över litteraturen om modernitet, globalisering och medier. En rad centrala frågeställningar i den idag mycket omfattande diskussionen om globaliseringens innebörder behandlas: Vad har globaliseringen för djupare sociala och kulturella implikationer? Vilken roll spelar medierna i globaliseringen? Hur ser relationen mellan det moderna och det globala samhället ut i ett historiskt perspektiv? Hur skall vi förstå dialektiken mellan tid och rum i det föränderliga samhälle som beskrivs i termer av globalisering?

TERJE RASMUSSEN utgår från de etiska teorier som argumenterar för att medmänsklig inlevelse och empati förutsätter rumslig, fysisk närhet; och ställer frågan vad detta betyder i ett samhälle där relationerna mellan människor i allt större utsträckning är medierade genom massmedier. Utgångspunkten är främst Zygmunt Baumans sociologi och postmoderna etik. Rasmussen diskuterar närhetsetikens möjligheter och begränsningar i det globala mediasamhället.

HILLEVI GANETZ låter Anthony Giddens teorier om föränderliga kärleksrelationer och kärleksideal i det senmoderna samhället utgöra utgångspunkt för en analys av rocktexter. Ganetz visar hur vi kan betrakta rocktexter, och andra former av medierad populärkultur, som delar i ett kulturellt samtal, och som symboliska uttryck för samhällets kultur, identiteter och sociala relationer. Artikeln ger också en översikt över de kulturbegrepp som under senare decennier tillämpats inom kultur- och samhällsvetenskaplig medieforskning.

BIRGITTA LÖWANDER presenterar en studie av de föreställningar om invandrare, rasism och antirasism som kom till uttryck i, och legitimerades av, svenska tv-nyheter, i början av 1990-talet. Nyhetsjournalistiken tenderar enligt Löwander att reducera rasismen till kriminella beteenden och patologiska defekter, samtidigt som antirasisterna beskrivs som extremister och hot mot den sociala ordningen. Löwander relaterar sin egen studie till såväl teorier som tidigare empirisk forskning om racistiska diskurser, deras innebörder och sätt att fungera, samt om nyhetsjournalistikens betydelse för skapande och upprätthållande av sådana diskurser.

MARTIN EIDE analyserar olika utvecklingstendenser inom journalistiken. Eide menar att journalistiken alltmer fått karaktären av ideologi, en journalismens ideologi som fått inflytande såväl inom som utanför journalistiken. Journalistiken präglas också av en allt starkare instrumentell anpassning till medielogiken. Dessa och andra tendenser bidrar, enligt Eides hypotes, paradoxalt nog till att journalistikens expansion riskerar att också bli dess fall.

MATS EKSTRÖM introducerar begreppet attraktionens tv-journalistik. Han visar hur tv-journalistiken anpassas till attraktionens särskilda kommunikationsform; detta i en situation då konkurrensen om publikernas uppmärksamhet ökat väsentligt och strategier för att kunna attrahera en tillräckligt stor publik blivit en allt viktigare del av det journalistiska arbetet. Artikeln innehåller dels en teoretisk precisering av attraktionsbegreppet, dels en rad konkreta exempel från svensk tv-journalistik.

GÖRAN SVENSSON analyserar kritiskt senare års omfattande mediekritik. Denna kritik har präglats av en demonisering av medierna, där medierna diskuterats på ett onyanserat och ensidigt sätt. Den bitvis starka och polariserade debatten om medier tolkar Svensson som uttryck för en kamp mellan olika sociala institutioner. Svensson presenterar viktiga utgångspunkter för en mer nyanserad, allsidig och konstruktiv offentlig mediekritik.

I en kortare essä diskuterar **KONSTANTIN ECONOMOU** och **PER-ANDERS FORSTORP** Bourdieus mycket omtalade bok *Om televisionen*. Författarna argumenterar för att denna bok stämmer dåligt överens med den radikala reflexiva sociologi som Bourdieu tidigare gjort sig känd för. Istället för att genomföra en empiriskt grundad kultursociologisk analys av televisionen och journalistikens fält, har Bourdieu enligt författarna presenterat en tendentiös, förenklad och närmast kulturkonservativ bild av televisionen.

Vår förhoppning är att detta temanummer skall inspirera till nya forskningsidéer, analyser och debatter om medier och samhälle.

Mats Ekström