

# TOTEM

Tidsskrift ved Religionsvidenskab,  
Institut for Kultur og Samfund, Aarhus Universitet  
Nummer 38, efterår 2016  
© Tidsskriftet og forfatterne, 2016

## **Religionssociologi**

*Mediatization*

Af stud. mag.  
Cecilie Buk Vester

# Indhold

<b>Indledning.....</b>	<b>3</b>
<b>Hjarvard: Mediatization.....</b>	<b>3</b>
<b>Religionens påvirkning af mediatization .....</b>	<b>5</b>
<b>Konklusion.....</b>	<b>9</b>
<b>Litteraturliste.....</b>	<b>10</b>

## Indledning

I følgende opgave har jeg valgt at arbejde med spørgsmål 2, der lyder som følger:

*Redegør for Hjarvards begreb mediatization og diskuter, med inddragelse af andre tekster fra pensum, om religion i Danmark er påvirket af mediatization.*

For at besvare dette spørgsmål vil jeg først redegøre for Stig Hjarvards begreb om mediatization med særlig fokus på hans to begreber 'mediernes logik' og 'banal religion', herunder de tre aspekter af mediernes kommunikative rolle i forhold til religion, som Hjarvard har overtaget fra Joshua Meyrowitz. Herefter vil jeg, for at diskutere hvorvidt religion i Danmark kan siges at være påvirket af mediatization, inddrage Henrik Reinthoft Christensens tekst *Tavshed og kald* og Marie Vejrup Nielsens tekst *Transformationer i folkekirkekristendommen i Danmark i dag*. Begge tekster beskæftiger sig med den danske folkekirkekristendom, hvilket vil være den specifikke religion undersøgt i denne opgave. Til slut vil jeg komme med en kort konklusion.

## Hjarvard: Mediatization

I artiklen *The mediatization of religion, A theory of the media as agents of religious change* fra 2008 skaber Stig Hjarvard en teoretisk ramme for forståelsen af, hvordan medierne fungerer som agenter for religiøs forandring (Hjarvard 2008, 11). Centralt i denne teori står begrebet 'mediatization'. Ifølge Hjarvard er mediatization: "(...) the long-term process of changing social institutions and modes of interactions in culture and society due to the growing importance of media in all strands of society" (ibid., 14). I forhold til religion ses dette blandt andet ved, at kerneelementer fra religionen ændres i kontakten med medierne (ibid., 13).

I takt med at mediernes tætte tilknytning til sociale institutioner, politiske partier med videre opløses, bliver medierne en samfundsmæssigt selvstændig institution (ibid., 17), som andre institutioner bliver mere afhængige af. Disse institutioner må nu indordne sig mediernes logik for at kunne kommunikere med det resterende samfund (ibid., 11). En logik, der bygger på samme principper som det kommercielle marked, da medierne med deres nye position ser sig selv som tjenende folket og ikke andre

institutioners agenda. Institutionerne udenfor bliver derfor leverandør af råmateriale, og medierne omformer så dette materiale, så det bliver mest gavnligt for medierne selv (ibid., 18).

En sådan institution er religionen (ibid., 11). Medierne overtager nu den institutionaliserede religions autoritet, styrer mængden, indholdet og retningen af de religiøse meddelelser til samfundet, og transformerer den religiøse repræsentation (ibid., 14). For at forstå mekanismerne bag denne forandring henter Hjarvard tre aspekter af kommunikation i medierne fra Joshua Meyrowitz, henholdsvis 'media as conduits', 'media as languages' og 'media as environments', som udgør mediatizationprocessen. Disse bruges af Hjarvard til at vise de forskellige måder, hvorpå medierne påvirker religionen. 'Media as conduits' betegner mediernes funktion som formidlingskanal af symboler og beskeder (ibid., 12). Når religion bliver repræsenteret i medierne, er indholdet som oftest konstrueret af medierne selv, og stærkt påvirket af genren de kommunikerer via. De religiøse institutioners påvirkningsmuligheder i forhold til indhold og perspektiv svinder i den sammenhæng ind. Aspektet 'media as conduits' lægger dermed vægt på den skabende og formende funktion medierne som kommunikationskanal har i forhold til religion generelt (ibid.).

'Media as languages' betegner måden, hvorpå medierne former et budskab med øje for forholdet mellem afsender og modtager. Budskabet formes blandt andet efter genren, og den fortrukne genre bliver i højere og højere grad af populærkulturel art (ibid.). Det kan medføre en 'tilpasning' af religionstematikker, så de bliver mere lettilgængelig og orienterede imod underholdning og forbrugeren. I sidste instans betyder det, at religionen potentielt bliver en konstrueret religion frem for den 'virkelige' religion.

'Media as environments' betegner, hvordan medierne som institution og system er med til at forme og fremme mellem menneskelig interaktion og kommunikation (ibid., 13). Hvor medierne tidlige var paternalistiske, er de nu forbrugerorienterede, og de er blevet en integreret del af stort set alle dele af samfundet. Dermed skaber medierne det netværk, som størstedelen af den menneskelige kommunikation og interaktion bliver filtreret igennem. De overtager nogle af kirkens funktioner, blandt andet som hovedkilde til information og spørgsmål om etik og moral (ibid.). Det betyder, at medierne udgør den miljømæssige referenceramme i samfundet generelt og for religiøse spørgsmål specifikt.

Disse tre 'media as'- aspekter medfører, hvad Hjarvard betegner som en 'banal religion', da de muliggør en anderledes fremstilling af religion end den traditionelle. 'Banal religion' bygger på 'banal religious representations'; en sammenblanding af elementer fra folkereligiøsiteten og fra den institutionaliserede religion, som skaber en mere primær og spontan religiøs forestilling end den institutionaliserede religion. Ifølge Hjarvard skaber disse banale religiøse repræsentationer den grundlæggende religiøse forestilling hos folk, og den institutionaliserede religions forestillinger bliver sekundære (ibid., 5). Som konsekvens af mediernes udvikling er de repræsentationer af religion, som skaber og fastholder den kollektive religiøse forestilling og den individuelle tro, ikke længere konstitueret af den institutionaliserede religion (ibid., 15). I stedet er de blevet en mere flydende størrelse, til dels defineret af en i stadig højere grad kommercialiseret samfundsmæssig institution, nemlig medierne.

## **Religionens påvirkning af mediatization**

Jeg vil nu forholde mig til spørgsmålet om, hvorvidt mediatization kan siges at finde sted i Danmark. Jeg tager mit udgangspunkt i Marie Vejrup Nielsens tekst *Transformationer i folkekirkekristendommen i Danmark i dag* med en kort inddragelse af Henrik Reintoft Christensens tekst *Tavshed og kald*. Da en tilbunds gående analyse af mediatization-processer i Danmark ikke kan laves på opgavens normerede sidetal vil fokus være på, hvorvidt enkeltelementer fra Hjarvards mediatization-process kan genfindes i disse to danske teoretikers tekster.

Nielsens tekst omhandler først og fremmest situationen i 2003 med præsten Thorkild Grosbøll, som 'ikke troede på gud'. I hendes udlægning af Grosbøll-sagen kan man se flere aspekter af mediatization-processen, som den er præsenteret hos Hjarvard. Et eksempel på dette er, hvordan medierne bliver den primære informationskilde til religiøse holdninger og ideer, modsat den traditionelle kilde, kirken. Det ses blandt andet ved, at Grosbølls holdninger udbredes gennem et interview i medierne og ikke via kirkelig prædiken (Nielsen 2009, 73). Hjarvard skriver, hvordan: ” (...) the media have to some extent taken over their [de oprindelige institutioners] role of providers of information and moral orientation” (Hjarvard, 13). Hjarvard nævner denne funktion under aspektet 'Media as environments', hvor det ses som udtryk for kirkens

dalende autoritet, og at medierne i en vis udstrækning har overtaget rollen som formidler af information (ibid.).

Et andet eksempel på, hvordan medierne kan siges at overtage religionens kirkelige funktioner, er ved selve defineringen af en grundlæggende kristen forståelse i den danske folkekirke. I Grossbøll-sagen ses dette ved for eksempel de forventede og accepterede holdninger til, hvad en præst kan og bør tro på. Selvom den religiøse elite bakker Grossbøll op, er det ikke deres definition af kristendommen, som accepteres. Medierne former kommunikationen, udvælger, hvem der får lov til at udtale sig og vinkler disse udsagn i en given retning i debatten, hvilket gør, at de spiller en rolle i defineringen af, hvad kristendommen grundlæggende kan og vil acceptere. Dette stemmer overens med 'media as languages'-aspektet i Hjarvards mediatization-proces, hvor det er medierne, der former budskabet, og rammesætter forholdet mellem budskab, afsender og modtager. Med den magt har medierne muligheden for at definere, hvad den rette kristendom er.

Dette ses også i Henrik Reintoft Christensens tekst vedrørende vielser af homoseksuelle i den danske folkekirke, hvor mediernes særlige krav og logik omtales. Christensen beskæftiger sig med Niklas Luhmanns idé om samfundets inddeling i forskellige funktioner med uafhængige systemer og en specifik dertilhørende logik, som medfører at kommunikation på tværs af systemerne skaber irritation. Da medierne ses som platformen for alle systemernes iagttagelse af hinanden, gør det medierne til stedet for 'den bestandige skabelse og bearbejdning af irritation' (Christensen 2013, 74). Luhmanns systemspecifikke logik stemmer fint overens med Hjarvards ide om mediernes og det kommercielle markeds logik modsat alle andres logik, og både Christensen og Hjarvard tillægger derfor medierne en anden form for logik end det teologiske system. Som Hjarvard beskriver i sin teori, er det medierne, der bestemmer hvem og hvordan folk kommer til orde i medierne, og i Christensens artikel konkluderes det, at det oftest er politikere og modstandere af indførelsen af homovielser, der kommer til orde, samt at det er de samme personer, som optræder flere gange i debatten (Christensen 2013, 80). Det kan ifølge mediatization forklares ved, at præsterne ikke forstår den logik, som medierne spiller efter. Som præsterne selv siger, er medierne blevet for fokuseret på sensation og konflikt, og dem, medierne lader komme til orde, er yderfløjene (ibid., 82). Dette perspektiv passer glimrende med mediatization-aspektet 'media as languages', hvor historierne tilpasses populærkulturen. Ud over det sensationsprægede element, som medierne søger, kan det også betyde, at medierne fravælger kompliceret

eller akademisk argumentation, hvilket præsterne også genkender. Mediernes logik medfører, at præsterne ikke kan komme med transcendent eller sandhedsargumenter (ibid., 84). At Christensen finder ud af, at det er de samme få, som optræder gentagene gange i debatten, peger i retningen af, at det er disse få som formår at spille med på mediernes præmisser. Præsten Anders fortæller, at han udtaler sig forskelligt alt efter til hvilken avis (ibid., 83). Han er nødt til at ændre ordlyden for at ramme den rigtige målgruppe, og for at slippe igennem mediernes selektionskriterier. Med sin bevidsthed om formuleringernes betydning viser Anders stor forståelse for mediatization-aspektet 'media as languages', og det er en indikation på, at mediatization påvirker religion i Danmark.

Mediernes fokus på særlige formuleringer og tilspidsede udsagn ses også i artikelen. Overskriften "Præsten tror ikke på Gud" stammer fra artiklen i Weekendavisen, der startede debatten, og den viser, at mediernes fokus på populærkulturen, muligvis betyder en stærkt forenklet og sensationspræget tilgang til emnet, hvilket overskriften på artiklen let kan tolkes som værende. Hjarvard skriver: "(...) religion is formatted according to *the genres of popular culture*. Popular culture has always practised an often contentious representation of religious issues" (Hjarvard, 12). Mediernes udvikling i retningen af en selvstændig institution betyder en drejning mod populærkulturen også i fremstillingen af religiøse emner. Når det er populærkultur, der fungerer som pejlemærke for kommunikationen, sker der nemt en forsimples og sensationsfokus i formidlingen af emnerne. Når mediernes udvælgelseskriterier samtidig i højere grad viger fra det moralske og public service-relevante, og baseres på først og fremmest kommercielle interesser, så giver det en potentiel skævvridning i portrættering af holdninger i religiøse problematikker, og religiøse emner fremstilles ofte på en omstridt måde (ibid., 12).

Nielsen beskriver i sin artikel, at der inden for religionsfeltet i Danmark sker en forskydning fra officiel religion til uofficiel religion. Dette konkludere hun på baggrund af nye tiltag som for eksempel meditationsgudstjenester, der dukker op i folkekirker rundt om i landet (Nielsen 2009, 75). Denne forskydning kan sammenlignes med forskydningen fra institutionel religiøsitet til en banal religion hos Hjarvard. Det er ikke længere den institutionaliserede religion, som alene definerer religionen, men derimod en folkereligion, som er meget mere åben over for perspektiver, der normalt ikke anerkendes inden for den institutionaliserede religion (Nielsen 2009, 69; Hjar-

vard, 14-15). Om denne forskydning generelt bunder i mediatization er de to dog ikke enige om.

For Hjarvard sker denne forskydning som en konsekvens af religionens påvirkning fra mediatization. Fordi der sker en sammenblanding af folkereligion og institutionelle repræsentationer i medierne opstår 'banal religious representations' og en 'banal religion', hvilket muliggør meditationsgudstjenesters opståen. Meditationsgudstjenesterne bliver dermed i sig selv et udtryk for mediatization af den danske folkekirkekristendom, da man i opkomsten af elementer, der normalt ikke hører den institutionaliserede religion til, ser den banale religion som den primære religion hos medlemmerne af Folkekirken. Ud fra Hjarvards teori kan man derfor argumentere for, at opkomsten af nogle af de alternative gudstjenester og tiltag inden for Folkekirken er et eksempel på, at religionen i Danmark er påvirket af mediatization.

Nielsen mener derimod, at der er en række andre faktorer, som kan spille en rolle i religionsudviklingen. Hun ser denne forandring som en konsekvens af flere samfundsudviklinger, hvori medierne ikke nævnes specifikt. Hun omtaler sekularisering og en generel tendens til at gøre op med strukturer og autoritetsformer opstået i en europæisk sammenhæng (Nielsen 2009, 65). Selvom hun skriver, at Grossbøll-sagen på mange måder er 'medieskabt og medieåret', fremhæver hun altså andre årsager til udviklingen inden for religion end medierne selv. Hun påpeger, at udviklingen for eksempel kan skyldes et opgør med autoriteter, hvor særligt kirkens mistede autoritet ses i en samfundsmæssig kontekst, hvor ønsket generelt var et opgør med autoritetsformer.

Nielsen påpeger, at det også i høj grad handler om, at der sker en forskydning fra en top-down domineret vidensproduktion til en bottom-up domineret vidensproduktion. Det er ikke længere eliten, der har patent på ideen om, hvad der kan 'godkendes' som kristendom, og der er ikke nødvendigvis en enighed mellem den kirkelige menighed og den kirkelige elite. I Grossbølls tilfælde er det selve definitionen på, hvad en præst må og ikke må, og kan og ikke kan tro på, der er til offentlig debat. Selvom den kirkelige elite langt hen af vejen accepterede Grossbølls udsagn, så var de kirkelige medlemmer ifølge Nielsen generelt imod hans udtalelse. "Spændingen handler i stedet om, at flertallet af medlemmerne af Folkekirken har en forventning til, hvad man som officiel repræsentant for kristendommen bør tro på" (Nielsen 2009, 70). Grundlæggende er Nielsen og Hjarvard enige om resultatet af religionsudviklingen, men de påpeger forskellige processer som liggende til grund for dette udfald. Hvor man ved at anvende Hjarvards teori på Nielsens observationer, godt kan konkludere at religion, her forstået



som den danske folkekirkekristendom, er påvirket af mediatization, kan man ved hjælp af Nielsens teori se en anden forklaring på den danske folkekirkekristendoms udvikling, og dermed ikke sige, at det er mediatization som påvirker religionen. På baggrund af de mange eksempler på aspekter af mediatization i de to tekster, kan man dog overordnet sige, at der er tegn på en påvirkning af religionen fra mediatization.

## **Konklusion**

Hjarvards begreb om mediatization dækker over en proces, hvor religionen bliver ændret på grund af mediernes voksende indflydelse på samfundet. Medierne overtager nu til dels den institutionaliserede religions autoritet, styrer mængden, indholdet og retningen af de religiøse meddelelser til samfundet, og transformerer dermed den religiøse repræsentation. Det betyder en overgang fra en institutionaliseret religion til en banal religion.

Alt efter hvilken teori man anvender, kan der argumenteres både for at religion i Danmark er påvirket af mediatization, og at der kan være andre forklaringer. Da flere af aspekterne i og konsekvenser af mediatizationsprocessen ses i både Nielsens og Christensens tekst, vil man kunne argumentere for at religion i Danmark er påvirket af mediatization. Ud fra Nielsens teori kan man argumentere for, at den forandring hun ligesom Hjarvard ser i religionen, skyldes et samfundsmæssig opgør med strukturer og autoriteter opstået i en europæisk sammenhæng. De mange eksempler på aspekter af mediatization i de to tekster peger dog overordnet på en påvirkning af religionen fra mediatization.

## **Litteraturliste**

Christensen, Henrik Reintoft

2013 ”Tavshed og kald: Præsternes deltagelse i den offentlige debat om homoseksuelle vielser”, in: Ejvind Hansen (red.), ed., *Ytringsfrihed til genforhandling*, Hans Reitzels Forlag, kapitel 3: side 69-92

Hjarvard, Stig

2008 ”The mediatization of religion, A theory of the media as agents of religious change”, *Northern Lights*: volume 6, 9-26

Nielsen, Marie Vejrup

2009 ”Transformationer i Folkekirkekristendommen i Danmark i dag”, *Religionsvidenskabeligt Tidsskrift* 53, 63-79