



Fagfelle­vur­dert

Den medie­vridde kul­tureliten



Anne Krogstad
Professor
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi
Universitetet i Oslo
anne.krogstad@sosgeo.uio.no

Som sosiologi­professor, maktut­reder, statsråd, Unesco-direktør og skribent har Gudmund Hernes preget norsk offentlighet i en årrekke. Enkelte har sammenliknet ham med de toneangivende profes­sorpolitikerne som preget nasjonens politiske liv etter løsrivelsen fra Danmark.¹ Dette fotavtrykket ble synlig allerede i 1977. Den unge professoren skapte da furore i norsk offentlig­het på grunn av den korte artikkelen «Det media­vridde samfunn».² Siden utgivelsen for drøye førti år siden har artikkelen blitt en mediefaglig stan­dardreferanse og har stått på en rekke pensum­lister.³ Den har også nådd langt utover medie­vitenskapen. I et intervju 20 år etter publiseringen benektet Hernes – interessant nok – enhver mediefaglig og nyhetssosiologisk inspirasjon. Han beskrev seg som «en meteoritt som kom susende inn».⁴ I første del av denne artikkelen spør jeg hvordan en knapt 15 siders artikkel kjemisk fri for forskningsresultater, skrevet av en forfatter som erklærte seg som blank på forskningsfeltet, likevel kunne skape et såpass stort faglig smell. I andre del spør jeg i hvilken grad Hernes sin artikkel – med sin kreative og fengende begrepsdannelse – kan bidra til å si noe om premis­ene for vår tids offentlige debatt.

Hernes ga en kompleks oppdatering av sitt tidlige arbeid på et foredrag i Fritt Ords lokaler i mars

2019.⁵ Selv var jeg invitert til å si noe om norske eliter på samme arrangement. Siden jeg var satt opp til å holde mitt foredrag rett etter hans, gjenleste jeg hans 1977-artikkel – som forberedelse til en overgangs­kommentar. Jeg oppdaget da at artikkelen tangerte min egen tematikk – og ble inspirert. En enkel overgangs­kommentar ble til to hovedspørsmål: Hvorfor ble artikkelen om medie­vridning så berømt, og hva kan den si oss om dagens forhold mellom journalistikk og politikk? For å besvare sistnevnte spørsmål benyttet jeg Hernes' medie­vridningsbegrep til å analysere min egen tematikk: *mediefremstillinger av norsk kulturelite*. Ikke minst undersøkte jeg medie­vridninger i kul­tureliten­ens forhold til folket. Dette polariserte forholdet

ser i vår tid ut til å bli stadig mer giftig og benyttes gjerne som forklaring på protest og økt fremgang for det populistiske høyre. Hva kan begrepet medie­vridning si oss om slike tendenser? For å lage en

høyere teoretisk himmel over medie­vridningsbe­grepet undersøkte jeg også hvordan begrepet står seg i forhold til beslektede teoretiske begreper – nærmere bestemt *rammer* og *myter*.

Hvor tok Hernes det fra – og hva var det som traff?

Uttrykket «det media­vridde samfunnet» (merk datidens skrivemåte) ble først lansert i et foredrag Hernes holdt for journalister i NRK – og deretter videreutviklet i en kort artikkel i *Samtiden* i 1977.⁶ Det var ikke tilfeldig at foredraget ble holdt i NRK. Medie­vribegrepet gikk rett inn de intense debattene som hadde preget NRK på 1970-tallet, om objektivitet og venstrevri versus høyrevri. Hernes bidro med et alternativ til denne endeløse debatten, nemlig å skifte

20 år etter publiseringen benektet Hernes enhver mediefaglig og nyhetssosiologisk inspirasjon. Han beskrev seg som «en meteoritt som kom susende inn»

fokuset over til medienes egenart. Det resulterte i begrepet om medieivri.⁷ Året etter, i 1978, ble artikkelen tatt med i en bok fra den første Maktutredningen (1972–82), som da pågikk med Hernes selv som leder. Ifølge Øystein Sande ble den tatt med for at boka, som handlet om styringssystemene innenfor politikk, økonomi og organisasjonsvesen, «også skulle si noe om massemedier».⁸

Hernes inkluderte forunderlig få faglige bidrag i dette arbeidet. Han trakk veksler på amerikansk sosiologi, nærmere bestemt arbeidene til Herbert Simon og James S. Coleman, sistnevnte hans tidligere lærer ved Johns Hopkins University. Han siterte statsviteren Stein Rokkan om det norske politiske systemet. Han hadde et par spredte referanser – til en svensk økonom og en norsk filosof – utover et par referanser til egne arbeider. Det var alt. Mediefaglige referanser glimret med sitt fravær – uten at Hernes virket brydd over det. I et intervju med Tore Slaatta og Gunnar Sæbø, nevnt i en fotnote i artikkelen «Makten og Hernes – i evighet», avviste han som nevnt «enhver mediefaglig inspirasjon». Han vedgikk et visst kjennskap til Paul F. Lazarsfelds tostegshypotese, men beskrev sin egen bakgrunn som «eklektisk» og seg selv som «blank hva gjelder lesning av nyhetssosiologi».⁹

Antakelig ville artikkelen til denne «meteoritten som kom susende inn», blitt refusert som ordinær tidsskriftartikkel i vår tid. Riktignok var den aktuell, analytisk spenstig, og med en ikke-triviell problemstilling, men på formelt grunnlag ville den kunne avvises på grunn av manglende systematisk litteraturgjennomgang og belegg. Som vi senere skal se, lovet dessuten Hernes mer enn han holdt. I ettertid vet vi imidlertid at denne meteorittens møte med jorden skapte et stort krater, noe som bør gi enkelte av dagens tidsskriftredaktører hodebry.

Hva var det ved Hernes' artikkel som traff den norske offentligheten så hardt i 1977? En første ting, fremhevet av Sande, er at den i NRK-monopolets tidsalder foregrep flere karakteristiske trekk man da bare så kimen til.¹⁰ I ettertid vet vi for eksempel at

det teoretiske grunnlaget for medieforskningen dels skulle bli det aktørorienterte byttmaktsperspektivet til Hernes,¹¹ dels et institusjonelt maktsperspektiv som utgikk fra både Hernes og Johan P. Olsen – gjennom deres forskning på styrings- og beslutningsprosesser.¹²

En annen tendens Hernes tidlig foregrep, var endringene i maktforholdene mellom medier og politikk. Mens partiavisene hadde fungert som en *kanal* fra partilederne og ut til velgerne gjennom en partikontrollert presse og radio i de første etterkrigsårene og frem til rundt 1960, fremsto mediene mer som *arena* med introduksjonen av fjernsynet i 1960-årene. I 1970-årene, på den tiden Hernes formulerte sine teser, ble partipressen oppløst, journalistikken profesjonalisert og journalistenes mer selvbevisste. Mediene fremsto da i stadig større grad som selvstendige *aktører*. Denne tendensen skulle bli ytterligere forsterket i 1990-årene – med mediene som *regissører*.¹³ Aner vi en litt frustrert undertone i Hernes' artikkel – at maktforskyvningen fra politikken til mediene gir så sterke krav til forenkling politiske virkemidler at

de virker fordummende?

Vi aner i alle fall at noe står på spill, ikke minst når tendenser summeres. Når det er sagt, sammenfatter han disse tendensene på en relativt nøktern måte ved å hevde at medienes

Hernes er en mester i å få frem poengene i kortform, helt i tråd med sine egne prinsipper.

selektive enkelttiltak sammenlagt «ikke nødvendigvis utgjør den beste helhetsløsning».¹⁴

En tredje tendens Hernes foregrep – en tendens beslektet med Marshall McLuhans tankegang i boka *Understanding Media* (1964) – var utviklingen på feltet «medialisering» de siste ti årene.¹⁵ I nordisk og til dels tysk forskning har faglitteraturen omkring medialiseringsbegrepet nærmest eksplodert. Ifølge Andreas Hepp, Stig Hjarvard og Knut Lundby er det rimelig å betrakte denne nye teorioppblomstringen som en del av det krateret Hernes etterlot seg i medievitenskapen.¹⁶

En siste ting som må fremheves ved artikkelen – som vi har sett tallrike eksempler på i Hernes' senere produksjon, blant annet som fast spaltist i *Morgenbladet* – er hans glitrende penn: «Man kan si hva man

vil om professoren [...], men skrive engasjerende, det kan han!».¹⁷ Da Hernes senere mottok hedersprisen i sosiologi, ble det hevdet at «få sosiologer skriver så godt som ham».¹⁸ Pennesvingeren torde for eksempel å la litteraturen tale. Han benyttet lange litterære eksempler, noe som ikke var vanlig i sosiologi og medievitenskap på den tiden.¹⁹ Han begrunnet det med at det gamle samfunn ikke foreligger «slik samfunnsforskere gjerne foretrekker samfunnsbilder – i form av tabeller, tall og statistikk».²⁰ Ved hjelp av Olav Duuns fortelling om *Den fyrste skuledagen* kom han frem til en tese om at vi har gått fra et informasjonsfattig, handlingsrikt og verdiselektivt samfunn til et informasjonsrikt, handlingsfattig og verdipluralistisk samfunn.²¹

Det er egentlig bare det første elementet – det om informasjon – Hernes videreutvikler i artikkelen.²² Her sitter til gjengjeld argumentasjonen som et skudd. Ifølge Hernes er informasjonsrikdom blitt til informasjonsoverflod. Underskuddet på oppmerksomhet gjør at man må utvikle nye måter å fange oppmerksomheten på. Strategiene for å fange oppmerksomheten produserer «medievidning». For å nå frem må mediene benytte seg av bestemte teknikker for å fange oppmerksomheten, teknikker som springer ut av medienes egenart. Det er i denne forbindelsen Hernes formulerer fem spesifikke teknikker som til sammen skaper medievidning, antakelig det mest minneverdige – og varige – ved artikkelen:

Tilspissing: Innhold kvesses til, det sensasjonelle fremheves på bekostning av helhet.

Forenkling: Kompleksitet reduseres, enkelhet fremheves.

Polarisering: Kontraster og konflikt forsterkes, nyanser forsvinner.

Intensivering: Fokus er på korte øyeblikk, spissformuleringer, heftige utbrudd.

Konkretisering: Det abstrakte og allmenne underkommuniseres, enkle saker fremheves.

Også **personifisering** – fremhevelsen av enkeltpersoner og deres privatliv – er et viktig redskap i mediasammenheng. Denne siste medievidningsteknikken settes gjerne opp sammen de fem første, men ble egentlig ikke føyd til før i en oppfølgings-

artikkel fra 1984. Ifølge Hernes er teknikkene de samme uansett om journalistene eller fotografene er «vinklet mot høyre, venstre eller midten».²³ I 1984-artikkelen sammenfatter Hernes de utfor- dringene som var blitt mer ordrikt utformet i 1977:

Kapasitetsproblemene – at utvalg er nødvendig
Normalkunnskap – at man ikke gjentar det folk alt vet

Demokratiargumentet – om ikke å snakke over hodet på folk

Avkastningsargumentet – om ikke å bruke tid og penger på det ingen ser på eller leser²⁴

Som vi ser, er Hernes en mester i å få frem poengene i kortform, helt i tråd med sine egne prinsipper.

Det er uklart om Hernes kjente til Maxwell E. Combs og Donald L. Shaws 1972-studie av den amerikanske presidentvalgkampen i 1968, der medi- enes betydning for den politiske dagsordenen blir beskrevet som en av de viktigste påvirkningsfak- torene i dragkampen mellom medier og politikk.²⁵ Hernes befant seg uansett i samme landskap. Medie- vidningen fikk ifølge Hernes betydning for forholdet mellom mediene og politikkfeltet, for «måten informasjon presenteres på affiserer ikke bare hva vi oppfatter, men også våre oppfatninger av hvordan saker tas opp og avgjøres, og hvilke saker som bør tas opp».²⁶

I vår tid er spørsmål rundt medienes dagsorden, form og innhold blitt mer nyansert – med begreper som *tolkningsrammer* (hvordan mediene presenterer de sakene som tas opp) og *fokusering* (medienes foku- sering på bestemte aspekter ved et saksinnhold og på ulike egenskaper ved aktørene, også kalt *priming*).²⁷ Likevel fremmet Hernes fascinerende tanker om slike fenomener allerede i 1977. I en medialisert offentlig- het er det ikke nødvendigvis store medlemsmasser, men evnen til å benytte ad hoc-aksjoner og «politisk gateteater» som blir suksessfaktorer, hevder han. Han er også tidlig ute med å hevde at politikere nærmest tvinges til å benytte medienes egne teknikker.

Hernes knyttet etter hvert medievidningstek- nikkene til uttrykket *mediedramaturgi*. Om dette forteller Sande:

«Interessant, og meget karakteristisk for Hernes, er måten han trakk drama-begrepet inn i medie-teorien på. Påvirket av samarbeidet med Martin Eide, og slått av føljetongpreget i de daglige medieoppslag, kom han til at det var noe å hente i klassisk dramaturgi. Han gikk derfor inn i universitetsbokhandelen og kjøpte en bok om dramateori!»²⁸

I vendingen mot dramaturgi lå det et nikk til virke-midlene fra fiksjonssjangeren, for eksempel bruken av klassiske helt-skurk-fortellinger, som jeg senere vil komme inn på. Men la meg først si noe om mot-takelsen av Hernes' artikkel.

Etterskjelv

Medievridningsbegrepet ble i ettertid fulgt opp av flere, ikke minst av Martin Eide i hans hovedoppgave fra 1983.²⁹ Den svenske forskeren Kent Asp lanserte deretter det relaterte begrepet *politikens medi-alisering* i 1986.³⁰ Også her er antakelsen at samfun-net karakteriseres av en stadig økende avhengig-het mellom politikere og massemedia. Asp pekte dessuten på det han kalte spiraleffekter. I kampen om oppmerksomheten tilpas-ser politikerne seg medi-enes teknikker. Mediefolk på sin side lærer å skjermeseg mot politikernes tek-nikker, og man får mer og mer forfinede metoder på hver side. Det vil altså være en dragkamp om hvem som skal ha styringen, politikerne eller mas-semediene. Om mediene får mye av kontrollen, vil det likevel være uenighet om hvordan journalister skal fremstille politikk: hvorvidt de skal legge hoved-vekten på å undersøke, informere, formidle, tolke, vinkle eller forklare.

Visse typer logikker må mediene likevel forholde seg til. Og her er vi tilbake til Hernes sin hovedtese: Alle mediefortelleres første oppgave er å *fange opp-merksomheten*. Det Hernes gjorde, var å systematisere de håndverksmessige teknikkene for *hvordan* fange denne. Etter mitt syn er det disse medievridnings-teknikkene som i størst grad har gjort artikkelen så

berømt og siteringsverdig. Drøyt 20 år senere sam-menfattet Sande Hernes' bidrag på følgende måte:

«[K]ampen om oppmerksomheten» er blitt enda mer øredøvende. Derfor føles artikkelen ikke «gammel» når den leses i dag, men nesten forbløffende aktuell. Dette til tross for – eller kanskje nettopp fordi? – den ikke presenterer ett eneste forskningsresultat. Dens store fortjeneste er at den har vært tankestimulerende og hypotese-genererende ... dens innsikter (og hypoteser) er i stor grad blitt allmennkunnskap eller bakgrunnskunnskap.³¹

Min reaksjon, etter nok et par tiår, er den samme, at artikkelen virker forbløffende aktuell. Unntaket er eksemplene – de gir ikke lenger gjenklang for yngre generasjoner. Det er uansett noe med den intellektuelle tankekraften som treffer. Flere forskere har i etterkant fremhevet nettopp denne. Når det gjelder det hypotesegenererende ved Hernes' artik-

Alle mediefortelleres første oppgave er å fange oppmerksomheten. Det Hernes gjorde, var å systematisere de håndverksmessige teknikkene for hvordan fange denne.

kel, vurderte enkelte av dem artikkelens teser som foreløpige hypoteser, teser som måtte testes før man kunne trekke slutninger.³² Sammen med Sætren fremsatte Olsen alterna-tive hypoteser om medi-ene som politisk kanal.³³

De møtte innvendinger fra Hernes på metodologisk grunnlag.³⁴ Flere diskuterte også hvor makten til å konstruere virkelighet først og fremst lå, hos kildene eller mediene.³⁵ Videre ble hypoteser om medienes betydning som kanal, arena og aktør videreutviklet og diskutert.

Spørsmål om hvem som setter premissene for den offentlige debatten, mediene eller politikerne, har selvsagt hatt sine parallelle og delvis overlap-pende utviklingshistorier i andre land. Mange har påpekt at en stadig mer autonom presse følger sine egne medielogikker.³⁶ De to svenske forskerne Peter Esaiasson og Nicklas Håkansson konkluderte i 2002-boka *Beskjäd i kväll!* med at politikerne «har mistet sitt monopol over opinionsdannelsen», noe de betegnet

som en av de største maktforskyvningene som fant sted i løpet av 1900-tallet.³⁷ Hernes' tidlige artikkel er likevel et av de aller første spadetakene rundt denne problematikken i skandinavisk sammenheng.

I forlengelsen av de mange diskusjonene kom også spørsmålet om hvordan man kunne integrere mediene i en mer allmenn modell.³⁸ Dette var noe den andre norske maktutredningen, Makt- og demokratiutredningen (1998–2003), løftet frem. I denne omtales den politiske offentligheten som en «redigert offentlighet» der mediene «setter dagsorden, registrer spillet, kroner og detroniserer aktørene. Den som vil ha innflytelse, må tilpasse seg medienes form».³⁹

Nedslaget og etterskjelvene etter Hernes' artikkel resulterte også i noen tektoniske plateforskyvninger av mer grunnlagsteoretisk art. Inspirert av Erving Goffmans rammebegrep⁴⁰ kritiserte Martin Eide og Terje Rasmussen mange debattanter for å se journalistene som noen som utelukkende «speilet virkeligheten».⁴¹ De foreslo *medierammer* som et mer fruktbart prinsipp for tolkning og presentasjon av hendelser og handlinger,⁴²

et begrep jeg selv benytter senere i denne artikkelen.

All form for tenkning og snakk innebærer rammer.⁴³

Selv om disse kan være omstridt, vil de alltid være til stede der fenomener blir beskrevet og diskutert. I

medie- og kommunikasjonsforskningen har rammer blitt knyttet til den måten massemedia organiserer og presenterer saker og hendelser på.⁴⁴ For eksempel definerer Robert M. Entman rammer som «utvelgelsen og lyssettingen av visse trekk ved hendelser eller saker og etableringen av forbindelsen mellom dem, slik at en bestemt tolkning, vurdering og/eller løsning fremmes».⁴⁵

Rammebegrepet kan også ses i sammenheng med Hernes' økte interesse for henholdsvis *drama* og *dramaturgi*.⁴⁶ Drama handler om relativt allmenne historiefortellingsprinsipper, om hvordan man konstruerer gode historier, noe Aristoteles beskrev i sin bok *Poetikken* allerede 335 år før vår tidsregning. Historier kan ha føljetongpreg, og karakterer kan skildres på

ulike måter – som onde eller gode. I et drama er det gjerne karakterene – og karakterkonfliktene – som driver handlingsforløpene. Ofte vil både rammer og dramaer lene seg mot en kulturell dypstruktur som opererer ved hjelp av motsetningspar, binære opposisjoner. Disse bidrar i konstruksjonen av kulturelt kraftfulle fortellinger, *myter*. Som et nærmest tidløst kulturelt arvestoff tilbyr myter sjelden begrunnelser.⁴⁷ Ifølge Claude Lévi-Strauss eksisterer de snarere som sterke forenklinger – som sanne usannheter.⁴⁸ De bidrar likevel i kamper om kunnskap, mening og makt. I myten knyttes samfunnsmessig makt til motsetningsfylte figurer og mytologisk kamp,⁴⁹ og tingene mister da «erindringen om sin egen tilblivelse», hevder Roland Barthes.⁵⁰ Dessuten bidrar myter til å gi rammer en bestemt form, et kontrastfylt og dramaturgisk driv.⁵¹

Hernes' påstander om medienes evne til å forme folks virkelighetsbilder og til å påvirke den politiske dagsordenen, og dermed legge premisser for tenkning og beslutninger, danner grunnlaget for resten

av denne artikkelen. Hva er journalistikkens formgivende kapasitet i fremstillingene av kultureliten? Hvordan blir synspunkter på kultureliten «vridd» – kvasset til, forenklet og spissformulert – med hen-syn til sentrale tematikker,

forståelser, holdninger og konsekvenser, og hvor langt bærer medievidningsbegrepet i forhold til andre begreper og perspektiver, som for eksempel rammer og myter?

Mediefremstillinger av kultureliten

Jeg har i to omganger skrevet om henholdsvis norske og norske og svenske kultureliter.⁵² I tilknytning til prosjektene har jeg blant annet spurt meg om hva det er ved kultureliten som gjør at vi elsker å hate den, og hvorfor den egner seg så godt som skyteskive for det populistiske høyre. Selv om kontroverser rundt kultureliten verken er et spesielt norsk eller skandinavisk fenomen,⁵³ vil jeg likevel begrense meg til dataene fra den *norske* medieoffentligheten i dette arbeidet,

*Som et nærmest tidløst kulturelt arvestoff
tilbyr myter sjelden begrunnelser. Ifølge
Lévi-Strauss eksisterer de snarere som sterke
forenklinger – som sanne usannheter.*

den offentligheten Hernes skrev om.

Det slo meg ikke tidligere at Hernes' medievidningsbegrep kunne benyttes i de nevnte studiene av kultureliten. Men dette har jeg – for eksperimentets skyld – nå gjort. Spørsmålet er altså i hvilken grad Hernes' medievidningsbegrep egner seg til å fange inn dette fenomenet. Siden datamaterialet er *mediekonstruerte fremstillinger*, ikke trekk ved kulturelitens faktiske eksistens, vil det egne seg godt. Nærmere bestemt har mine samarbeidspartnere og jeg foretatt en gjennomgang av 36 norske aviser i perioden 1983–2008,⁵⁴ og i et oppfølgingsprosjekt undersøkt to norske og to svenske riksaviser i perioden 2008–2015.⁵⁵ Det dreier seg om 1417 avisartikler med treff på ulike varianter av kulturelitebegrepet i den første undersøkelsen og 669 artikler med tilsvarende treff i den andre.

Avisgjennomgangen viser at kultureliten yrkesmessig knyttes til utøvende kunst (innen musikk, litteratur osv.), journalistikk, akademia, politikk, samt ledelse av kunstorganisasjoner. Kultureliten har kanskje ikke stor innflytelse sammenliknet med andre typer eliter,⁵⁶ men undersøkelsene viser at den likevel har en sterk retorisk og politisk kraft i det offentlige ordsiftet. Om jeg holder meg til de norske dataene, ser jeg at det har skjedd en klar økning i antall treff på begrepet gjennom perioden – fra 4,3 i gjennomsnittlig antall treff per år i 1980-årene i 36 aviser til 59 treff per år i perioden 2008–2015 i kun to aviser (*Aftenposten* og *Dagbladet*).⁵⁷

Kultureliten har også en politisk funksjon – ikke minst som motsats til folket.⁵⁸ Undersøkelsene viser at den typiske representanten for kultureliten i mediesammenheng har utviklet seg til å bli en latterlig og nærmest foraktet figur. Noen lettere karikerte omtaler fra journalister og forfattere i de siste års aviser viser det:

«Smale, mørke dressjakker og hornbriller. Urban livsstil. Politisk korrekthet. Sære og provoserende kulturuttrykk som skal beherskes, for all del ikke

nytes. Anerkjennende nikking foran noe barnet ditt kunne ha tegnet. Finlitteratur og korrekt anvendte semikolon. Harry-aversjon. Kulturmenn. Rødvin, champagne og utsøkt selskapelighet som forvandles til fyllefest utover kvelden.»⁵⁹

Mens kultureliten tidligere kunne fremstå som en alliert av – og frigjør av – folket i politisk kamp, fremstår den i dag som undertrykkende smaksdommer, nærmest som en folkefiende.⁶⁰ Men dette kan også ses som en avledningsmanøver. Som flere har vært inne på, kan man gjennom den mytiske og karikerte kultureliten forstørre opp de mest ubetydelige kulturforskjeller, og dermed unngå fokus på eksempelvis økende økonomisk ulikhet.⁶¹

Kultureliten som mediert figur – det være seg som rent hatobjekt eller som avledningsmanøver – er likevel viktig å forstå, ikke minst fordi den griper rett inn i en av vår tids mest eksplosive tematikker, misnøyen med en elite som ikke ser vanlige folks ønsker

og behov. Misnøyen sies å ligge til grunn for en rekke protestbevegelser og opprøyer over store deler av verden de siste årene. I denne undersøkelsen går jeg altså dypere inn i den norske kultureliten. Akkurat hva er det ved denne

eliten som gjør at mediene elsker å hate den? Det er her Hernes sine medievidningsteknikker, og også medierammer og myter, kan komme til nytte. Sistnevnte har klare paralleller til dramateori og handler blant annet om det Hernes i sin artikkel omtaler som medienes evne til å «skape kløfter», snarere enn «broer» mellom ulike typer folk.⁶²

Seks medievidningsteknikker i fremstillingen av kultureliten

I hvilken grad griper Hernes sine medievidningsteknikker materialet om norske kultureliter? I tabell 1 gir jeg noen strategisk utvalgte – men likevel representative – eksempler på hvordan disse teknikkene bidrar til å strukturere fremstillingen av kulturelitens representanter i norske medier.

Kultureliten har også en politisk funksjon – ikke minst som motsats til folket

Tabell 1. Definisjoner av og eksempler på Hernes' medievidningsteknikker i fremstillingen av kultureliten

Hernes' medievidningsteknikker	Fremstillinger av kultureliten
Tilspissing: Innhold kvesses til, det korte og sensasjonelle fremheves på bekostning av helhet.	Kultureliten omtales som en smakselitistisk, mektig, arrogant, privilegert og håpløs politisk korrekt figur – en figur som «roterer rundt sin egen navlelo» og er «ruset på statsstøttet chablis og seg selv».
Forenkling: Kompleksitet reduseres, nyansering innskrenkes, enkelhet fremheves.	Kultureliten er først og fremst «<i>de andre</i>» – uten nyanseringer. De fremstår som «caffelattedrikkende åndssnobber med urbane adresser».^I
Polarisering: Drama, kontraster og konflikt forsterkes, gjerne ved å la dem representeres av meningsmotstandere. Sikre, enkle standpunkter fordriver tvil.	Kultureliten ses gjennomgående som motsats til folket. Som «god fiende» løser kultureliten et problem: Representantene blir en slags nyttige idioter som svært mye galt kan hektes på. Folket fremstilles som offer for kulturelitens herjinger, men også som moralsk vinner.
Intensivering: Fokus på korte øyeblikk, spissformuleringer, heftige utbrudd.	«Der sitter de [på Kunstnernes Hus], åndssnobbene, intelligentsiaen, og nipper til rødvinglassene mens de deklamerer sær, eksperimentell lyrikk og siterer sin Nietzsche, Strindberg eller Heidegger».^{II} Der sitter også 'den nye kultureliten', med sine sinte og arrogante unge menn: «Snakkeklassens hurragutter tror visst det bare er å holde seg for øra og rope 'dum! dum! dum!' mange nok ganger, så vil meningsmotstandere knekke sammen i krampegråt».^{III}
Konkretisering: Det abstrakte og allmenne underkommuniseres, særtilfeller og enkle saker fremheves.	De kler seg i smale dressjakker, bruker hornbriller og kan ses i operaen, teateret, kunstsentre og på Aschehougs hagefester. De liker «dikt som ikke rimer, musikk ingen kan danse til og skulpturer av bæsje».^{IV} De spiser speltbrød, chèvre-salat og biodynamiske grønnsaker. De drikker bønnevis med rødvin og champagne. De deltar i Birken.
Personifisering: En konflikt eller sak illustreres best ved partene i den.	Tidligere kulturelite: Erik Fosnes Hansen Ny kulturelite: Thomas Seltzer, Harald Eia, Magnus Rønningen, Aslak Nore, Asbjørn Slettemark, Ari Behn, Sagen-brødrene, Fredrik Skavlan

I Haarr 2009

II Dagbladet 9. august 2008

III Dagbladet 23. januar 2009

IV Dagbladet 25. juli 2009

Jeg har ikke behøvd å anstrenge meg for å finne eksempler som passer til Hernes' medievidnings-teknikker. De fleste teknikkene ser ut til å passe materialet om kultureliten som hånd i hanske. Antakelig skyldes det at teknikkene er relativt allmenne, noe også Hernes har poengtert. Om jeg skal fremheve én teknikk som særlig sentral i medievidningen av kultureliten, er det polariseringstendensen. Kultureliten gis mening gjennom ikke å være folket.

Det er likevel et par medievidningsteknikker som skurrer – og delvis forleder – når de anvendes på materialet. Det gjelder for det første Hernes' teknikk *konkretisering*. Som eksempler på konkretisering har jeg i tabelloversikten videreformidlet hvordan kulturelitens representanter ser ut, hvor de liker å oppholde seg, og hva de liker av mat, drikke og aktiviteter. Disse opplysningene er korrekt gjengitt. Et solid funn i undersøkelsen er likevel at kultureliten stort sett fremskrives som en svært *abstrakt og stereotypisk figur*.⁶³ En talsmann for FrPs kulturpolitikk blir for eksempel kritisert på følgende måte: «Han har aldri sett kultureliten og han vet ikke hva den er. Men han vet åpenbart hvor de befinner seg: På Kunstnernes Hus.»⁶⁴

For det andre skurrer det litt når man anvender *personifiseringsteknikker* på dette materialet. Selv om avisene henviser til helt bestemte personer som sies å tilhøre tidligere og ny kulturelite, er det – igjen – mye mer vanlig å beskrive denne eliten som *anonym* og *kjønnsnøytral*.⁶⁵ Dette henger nok sammen med at kultureliten først og fremst fremstår som en hatet figur. Av 426 henvisninger til *andre* menneskers tilhørighet til kultureliten i det norske materialet var det bare syv personer som uten forbehold vedgikk at de tilhørte kultureliten. Dette betyr at konkretisering og personifisering er medievidningsteknikker som kan benyttes i analysen av dette fenomenet, men på relativt overfladisk vis. I motsetning til Hernes' fire første medievidningsteknikker (tilspissing, forenkling, polarisering og intensivering) fanger de ikke inn essensen i materialet. La meg derfor forlate Hernes' medievidningsbegrep og undersøke hvordan rammebegrepet kan fange inn dette materialet.

Fem medierammer

Fem medierammer peker seg ut i avisomtalen av kulturelitene.⁶⁶

Kulturelitens smak og livsstil

Kulturelitens makt og sosiale nettverk

Kulturelitens forakt og arroganse for vanlige folk

Kulturelitens fordeling av offentlige ressurser og dens kulturelle *prioriteringer*

Kulturelitens engasjement i politiske og økonomiske saker

I figur 1 ser vi den prosentvise fordelingen av rammene i de norske artiklene i perioden 2008–2015.

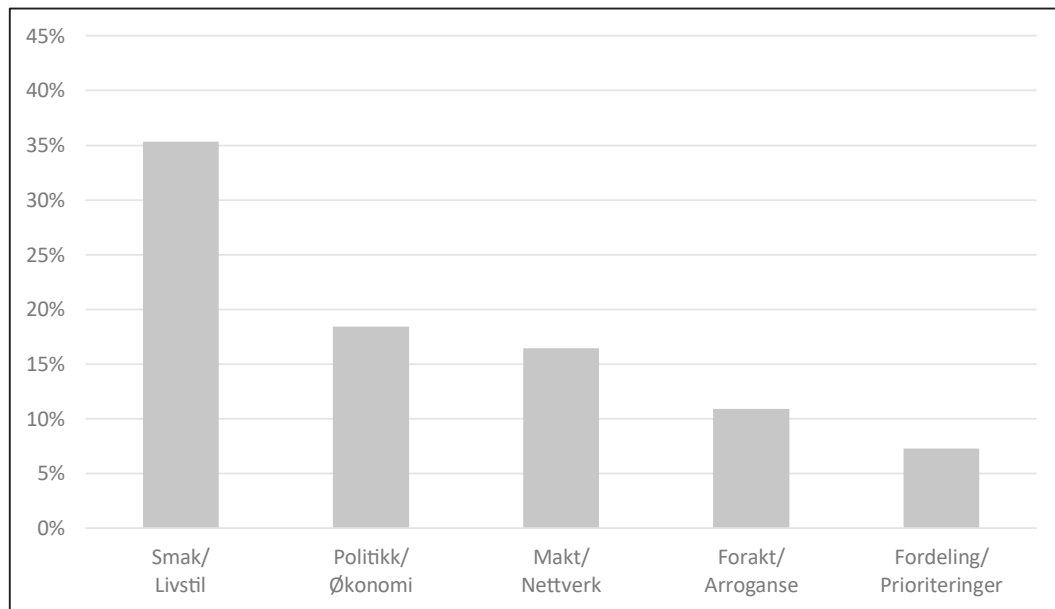
Kulturelitens *smak og livsstil* dominerer. Kulturelitens avstand til folk flest må for all del opprettholdes gjennom stadig nye posisjoneringer: Når Jacobsen-stolene er å finne overalt, «får kultureliten kalde føtter, og må videre». I likhet med «folk færrest» anser kultureliten «overforbruk av champagne som vei til frigjøring», de kan ses «ravende rundt på Kunstnernes Hus eller luskende bak buskene i Ullevål Hageby», og de «drar på langweekend til Roma eller Barcelona seks ganger i året».⁶⁷

Nest etter smak er det kulturelitens *engasjement i politiske og økonomiske saker* som hyppigst benyttes. Mer populistiske stemmer blir her fremtredende. Et sentralt poeng i omtalene er at kultureliten neglisjerer, eventuelt latterliggjør, den «folkelige, demokratiske kulturen». Et annet poeng er at kultureliten opptrer naivt, dumt eller uærlig ved utelukkende å fremheve positive trekk ved innvandring mens de selv befinner seg i sine blendahvite og monokulturelle boligstrøk, med bugnende bokhyller, chablis og stakittgjerder.⁶⁸

Innenfor *makt- og nettverksrammen* fremstår den kulturelitistiske avantgarden som en lukket og eksklusiv sirkel med estetisk eiendomsrett. Ifølge avisskribentene går elitene på festene til hverandre, definerer hva som er bra og dårlig, styrer kulturfeltet og har tilgang til mediene.⁶⁹

Kulturelitens angivelige *forakt og arroganse* overfor andre provoserer. Representantene fremstilles som nedlatende, dømmende, bedrevitende og sinte. Dette er «snakkeklassens hurragutter».⁷⁰

Når det gjelder *fordeling og prioritering*, fremstilles



Figur 1. Dominerende ramme i Dagbladets og Aftenpostens omtale av norsk kulturelite, 2008–2015. N=413. Prosent.*

kultureliten som en gruppe som i kraft av sin posisjon skaffer seg fordeler på bekostning av svakere grupper. Mens folk på sykehjem vil ha ullpledd, sies kultureliten å ville ha «avantgardekunst uten klær og kulturtiltak som er mer korrekte enn interessante».⁷¹

Om vi ser på *holdningene* som ble uttrykt innen hver og en av de fem rammene, finnes det noe ambivalens. Likevel er samtlige rammer beskrevet som betydelig mer negative enn positive. Holdningen til kulturelitens forakt/arroganse er aller mest negativ. Deretter kommer kulturelitens fordeling/prioriteringer og makt/nettverk. Smak/livsstil, som var den rammen som ble hyppigst benyttet, var den rammen som ble beskrevet minst negativt.⁷²

To ting kan kommenteres ved gjennomgangen av medierammene. Den første er at flere av Hernes' medievridningsteknikker er i spill i innrammingen av kultureliten. Mitt klare inntrykk er at forenkling, tilspis-

sing og så videre bidrar til å forsterke negative trekk ved fremstillingen av kultureliten. Kulturelitens smak fremstilles som klisjéaktig, makten som unyansert, forakten som intens og politikken og fordelingen som urettferdig. Kultureliten fremstilles dermed som en lite sympatisk figur, en figur som rakker ned på

folk og det de liker, og som påtvinger andre sin egen smak. De formgivende og medievridende teknikkene limer seg fast til rammene og bidrar dermed til vurderingen av kultureliten, i dette tilfellet i negativ retning. Her ser vi også

tydelig – noe spesielt Reese har pekt på – at rammer kjennetegnes av konflikt.⁷³

En annen ting som kan nevnes, er betydningen av politikk/økonomi-rammen over tid (ikke vist). Denne rammen pekte seg ikke ut som noen tydelig ramme i tidligere norske studier av kultureliten. I Haarrs tidligere studie var kulturelitens engasjement i politiske saker fraværende i 1980-årene og lite merkbar

De formgivende og medievridende teknikkene limer seg fast til rammene og bidrar dermed til vurderingen av kultureliten, i dette tilfellet i negativ retning.

*De kombinerte prosentandelene for hvert land summerer seg ikke opp til 100 prosent, siden kategorien «andre» ikke er tatt med.

i 1990-årene, og engasjementet ble hovedsakelig sett som del av en smak/livsstils-diskurs.⁷⁴ Politikkdimensjonen ble noe mer synlig i perioden 2000–2008, men utgjorde likevel under 6 prosent av omtalene.⁷⁵ Undersøkelsen fra 2008–2015 (se figur 1) viser imidlertid at politikk/økonomi-rammen utgjør 18 prosent og dermed er den nest største rammen.⁷⁶ Det er med andre ord en *tydelig politisering* i mediernes omtale av kultureliten etter 2008.⁷⁷ Jeg tror denne tendensen henger sammen med det Hernes kalte polarisering.

Myten om kultureliten versus folket

Polarisering er ikke bare en sentral medievridningsteknikk. Polarisering er i tillegg helt essensiell i *myter*. Den sentrale mekanismen i myter er å tydeliggjøre motsetninger og dermed etablere kognitiv distanse mellom to parter i et forhold.⁷⁸ Blant annet vil jeg vise hvordan myters todelingslogikker skaper innholdsmessig gjenkjennelse og formmessig driv. Myter trenger dermed ikke gå veien om sannhet for å oppleves som ekte.

I avistekstene knyttes kultureliten først og fremst til venstresiden. Kritikken av denne eliten kommer fra mange kanter, interessant nok også fra venstresiden selv. Det er likevel politikere på høyrekanten, og gjerne de som ligger til høyre for høyre, som tydeligst blinker ut kultureliten som fiende. I deres retorikk fremstår representantene for denne «håpløst politisk korrekte eliten» som arrogante, mektige og privilegerte bedrevitere med monopol på smaks- og livsstilfeltet. Som i gjengs populistisk argumentasjon er man her «*mot* kultureliten» og «*for* folket». Ofte posisjonerer man seg også som «del av folket». Folket fremstilles utelukkende positivt, som noen som er opptatt av hverdagsliv – med taco, pizza, lottotrekninger, grillkvelder, danseband, pakketurer, kiosklitteratur, reality-programmer og kunst som forestiller noe.⁷⁹ Påstanden er videre at folket tynes av kultureliten. Den folkelige figuren betegnes følgelig som en ekskludert, avmektig, svak, trengende underdog, eller – i kulturelitens angivelige språkbruk – som

«dum», «harry», «vulgær», «uutdannet tomsing». Her ser vi tydelig mytens binære oppsett, som dreier seg om samme kvaliteter, men som fordeler disse ulikt: Mytens henholdsvis positive og negative meningsinnhold er tykt på hver side og slunkent på midten.

Som «god folkefiende» løser kultureliten et problem. Representantene blir en slags nyttige idioter som svært mye galt kan hektes på. Denne typen oppsett fungerer også godt retorisk. For tydelig å vise den mytiske strukturen innen hver ramme kan man sette opp motsetningene mellom kulturelite og folk på følgende vis:

Kultureliten er dannet, folket er harry.

Kultureliten er politisk korrekt, folket er realistisk.

Kultureliten blir hørt, folket ties i hjel.

Kultureliten er foraktfull, folket er latterliggjort.

Kultureliten er privilegert, folket lider nød

Ifølge den amerikanske retorikeren Kenneth Burke er denne typen argumentasjonen bygd opp slik at når man gjenkjenner rytmen, er det nesten så man svinger i takt, selv om man ikke nødvendigvis er enig.⁸⁰ Dette betyr at myter ikke bare gjelder innholdsmessige kva-

liteter, men gjenkjennes – og virker – *formmessig*. Ifølge Burke tilfredsstiller formen en slags lengsel eller «appetitt» i sinnet.⁸¹ Tenk bare på musikkklåtene mange av oss likte da vi var unge, som vi har hørt på

hundrevis av ganger, men som vi aldri blir lei. De viser formens og rytmens makt.⁸² Pulserende rytmer og rim skaper resonans, huskes og virker følelsesmessig på oss.

Slike formmessige logikker fanges ikke opp i konvensjonell rammeanalyse, men de kan ses som en naturlig del av myteteoriene. De ligger også snublen nær mange av Hernes' medievridningsprinsipper, ikke minst polarisering. Hernes er opptatt av form. Dramateoriene og mediernes føljetongpreg, som han etter hvert ble så opptatt av, har med form å gjøre. Slike innsikter kan også bidra i min undersøkelse: Ramme for ramme fremtrer kultureliten

*I tilspisset, forenklet og intensivert form
fremtrer kultureliten nærmest som en
kulturens Voldemort sammenliknet
med det uskyldige offeret, folket.*

som en stadig ondere skurk. I tilspisset, forenklet og intensivert form fremtrer kultureliten nærmest som en kulturens Voldemort sammenliknet med det uskyldige offeret, folket. Kultureliten har makten i denne eventyrlige fortellingen, mens folket, offeret, har moralsk legitimitet og får sympati. Her står svake mot sterke, verdige mot uverdige.⁸³ Når kultureliten kritiseres, jekkes motsatsen, folket, opp. For politikere, kunstnere og akademikere, og også for journalister som tidvis omtales som kultureliter (til og med som ivrige selvpiskere), blir det et poeng å falle ned på riktig side av de kraftfulle todelingene.

Mye tyder på at slike polariseringstendenser ikke bare gjelder forholdet mellom kultureliten og folket i vårt land. Flere har påpekt liknende tendenser i andre land og rundt andre forhold.⁸⁴ For eksempel hevder Hornburg at polarisering tærer på samfunnsmessig tillit og gjør samarbeid på tvers av generelle skillelinjer krevende.⁸⁵ Han hevder at *avstanden* mellom, *oppslutningen* om og *intensiteten* i standpunktene på ytterfløyene øker. I noen land er denne utviklingen kommet så langt at han kaller det en «dyp» polarisering. Da er motsetningene så sterke at man ikke engang er enige om spillereglene for politisk debatt. Riktignok hevder han at Norge ikke er der enda, men at vi likevel kan snakke om en «grunn» polarisering.

Akkurat hvor sterk motsetningen mellom kultureliten og folket er, kan være vanskelig å avgjøre, men i en tidligere undersøkelse har vi sett at den er sterkere i Sverige enn i Norge.⁸⁶ Ser vi medieundersøkelsene våre under ett, ser vi videre at kritikken av norsk kulturelite har økt. Kritikken har dessuten tatt en mer ondsinnet form enn tidligere. Trolig vil en del andre medier enn dem vi har undersøkt, samt algoritmer i sosiale medier, kunne bidra til å dra folk i retning av innhold som blir stadig mer ekstremt.⁸⁷

Før jeg avslutter, er det imidlertid viktig å påpeke at en rekke grupper kan bli – og blir – utsatt for akkurat de samme medievriddingsteknikkene som de teknikkene den norske kultureliten blir utsatt for. Selv om



Gudmund Hernes, sosiolog. (Foto: Wikimedia Commons.)

våre undersøkelser viser at polariseringstendensen går i en bestemt retning, kan man – ironisk nok – også finne eksempler på at kulturelitenes motstandere, herunder såkalte populistiske, utsettes for noe av den samme behandlingen. Journalismen kan være både populistisk og antipopulistisk på samme tid – det er et av dens kjennetegn.

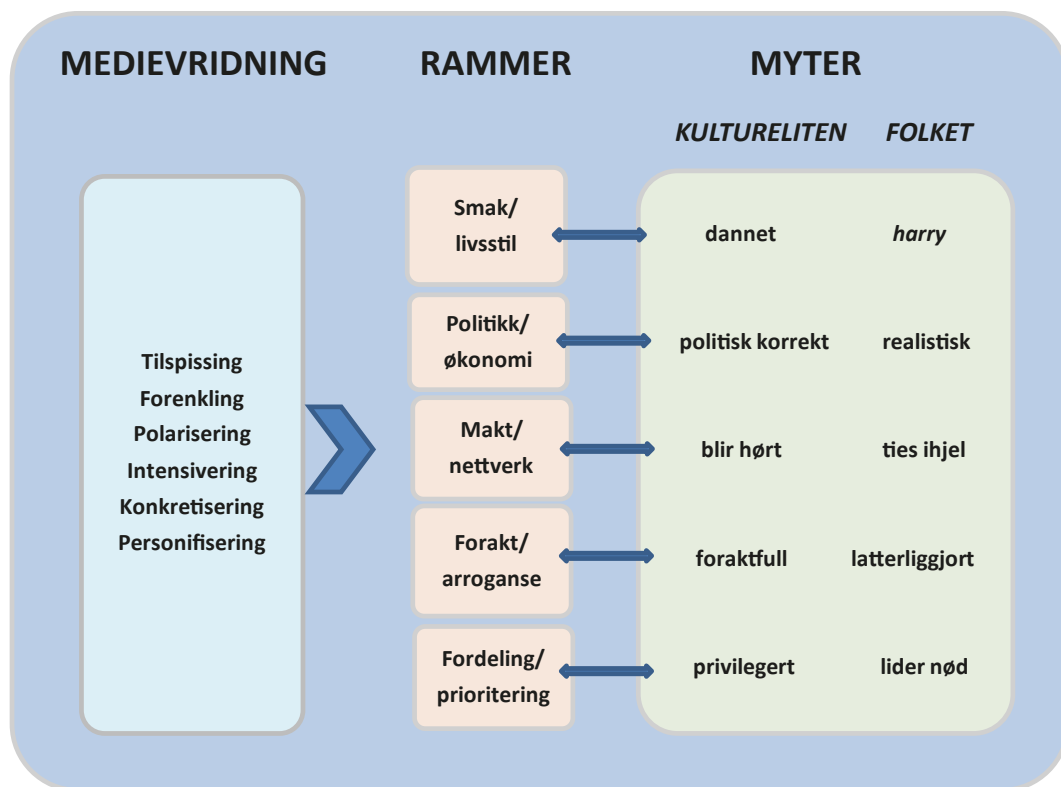
Jeg vil påstå at Hernes' innsikter ikke er blitt allmennkunnskap.

De var – og er – i stor grad allmennkunnskap, uten at vi kanskje er oss det bevisst

Et vennskapelig risp, en advarsel og et spørsmål

Som tidligere nevnt hevdet Sande at Hernes' innsikter og hypoteser fra 1977 i stor grad «er blitt allmennkunnskap eller

bakgrunnskunnskap».⁸⁸ På dette punktet vil jeg gi Sande et vennskapelig risp. Jeg vil påstå at Hernes' innsikter ikke er *blitt* allmennkunnskap. De *var* – og *er* – i stor grad allmennkunnskap, uten at vi kanskje er oss det bevisst. Dette er kunnskap som Hernes syntetiserte og formidlet på en uovertruffen og beundringsverdig måte – nettopp ved hjelp av flere av sine egne prinsipper. Jeg påstår ikke at medievridding



Figur 2. Analytisk modell. Medievriddingsteknikkene supplerer og nærmest limer seg fast til rammer og myter.

ningsteknikkene var lette å riste ut av ermet. Hernes må dessuten ha vært svært så ung da han lanserte dem. Det jeg sier, er at Hernes formulerte noe som mange, *når det først ble lansert*, umiddelbart skjønte var riktig og viktig – uten at noen av oss selv hadde klart å formulere det. Det kan sammenliknes med et columbi egg. Han gjorde det. Eller for å bruke hans egen metafor: Som «meteoritt fra verdensrommet» var han i stand til å lyse opp noen helt overordnede trekk. Holder jeg meg til det samme metaforiske universet, kan jeg også nevne at Gudmund Hernes en periode hadde e-postadressen «gud.her».

Denne himmelske meteoritten brakte med seg noen grunnstoffer vi kunne arbeide videre med. Noe var grunnstoffer vi hadde fra før – blant annet i plotstrukturer fra klassiske dramateorier. Men legeringen, medievriddingsbegrepet, var noe

helt nytt. Det skal Hernes ha honnør for. I figur 3 har jeg forsøkt å vise hvordan dette begrepet har inspirert og supplert min studie av norske kultureliter.

En hovedgrunn til at Hernes sine medievriddingsteknikker har glidd såpass greit på plass i analysen av kultureliten, er at jeg i studien har benyttet noe av det samme tankegodset. De eldste teoriene jeg selv refererer til, er mellom 50 og 90 år gamle – nærmere bestemt dreier det seg om teoriene til Lévi-Strauss, Barthes og Burke. Disse formbevisste tenkerne har igjen hentet inspirasjon fra myter, retorikk og arketypiske fortellerstrukturer fra antikken. Mye av dette ligger i vårt felles kulturelle DNA og har bred gjenkjennelse blant folk flest, kanskje spesielt blant dem som formulerer fortellinger. Det gjør journalister og politikere – og vi forskere. Min påstand er at tradisjo-

nelle fortellerstrukturer ligger til grunn for Hernes' medievidningsteknikker.

Det er flere grunner til at medievidningsteknikkene slo an. En av grunnene var – i tråd med Hernes' egne prinsipper – at utvalget var kokt ned til fem–seks teknikker (*kapasitetsproblemet*). En annen grunn var at disse ikke gikk over hodet på folk, men fanget sentrale pågående tendenser (*demokratiargumentet*). Poengene ble for det tredje spredt på ulike måter (muntlig/skriftlig) i flere sentrale institusjoner og publikasjoner (*avkastningsargumentet*). Når det gjelder hans poeng om *normalkunnskap*, det fjerde poenget, har jeg laget et litt lengre resonnement. Hernes gjentok ikke det folk allerede visste. Han laget en ny vri på etablert tankegods, med formens nærmest tidløse puls og rytme som gjenkjennelesfaktor. Det er derfor vi husker medievidningsteknikkene. Det er derfor Hernes' artikkel skapte et smell – og et krater. Medieteknikkene utgjorde en passelig blanding av gammelt og overraskende nytt. Men igjen, Hernes' syntetisering av disse innsiktene i spesifikke medievrer skapte berettiget oppsikt. Det var snedig gjort, såpass snedig at jeg bestiller mer fra ham om formens kraft de neste førti år.

La meg likevel komme med en liten advarsel – og et spørsmål – helt til slutt. Mye av det vi eksponeres for i offentligheten, er allerede formet, medievridd. Det kan være gode grunner til det – som for eksempel å overbevise eller vinne i en debatt. Mediefolk, men også Hernes og jeg, må likevel passe oss for ukritisk å bidra til, eller gud forby, tvinge, enkle binære former på ethvert mangslungent materiale. Det er ikke alt stoff som lar seg sammenfatte – eller skal sammenfattes – på slik forrædersk enkel måte. Vi må påpeke, men likevel passe oss slik at vi ikke bidrar til ytterligere polarisering og ureflektert mytisk tenkning. Enhver medievrer – og også rammer og myter – leses og gjenkjennes gjerne som fakta, men er sosiale og retoriske konstruksjoner som på finurlig vis inkluderer og ekskluderer informasjon. Slike teknikker og fremstillingsformer, inkludert Hernes' elegante medievidningsteknikker, er formet av oss, men de bidrar også til å forme oss. Spørsmålet er hvordan vi i større grad kan sørge for at det er vi som kontrollerer bruken av dem.

Noter

- 1 Olav Korsnes, «Makt og avmakt: En begrepsanalyse». En bok som forbindes med omstridte politiske utspill og reformer. <https://sociologen.no/hva-er-sosiologi/sosiologisk-kanon/makt-og-avmakt-en-begrepsanalyse/>. Sosiologen 11. januar 2015
- 2 Hernes 1977
- 3 Rasmussen 2011
- 4 Slaatta og Sæbø 1997
- 5 Årskonferanse Norsk mediehistorisk forening, 5. mars 2019
- 6 Hernes 1977
- 7 Dahl og Bastiansen 1999, Bastiansen og Dahl 2019: 304–306
- 8 Sande 2000: 1
- 9 Slaatta og Sæbø 1997: 47
- 10 Sande 2000
- 11 I dette perspektivet la man vekt på hvordan makt- og avhengighetsrelasjoner formes av aktørens kontroll over ressurser som de i ulik grad er avhengige av (Emerson 1962).
- 12 Rasmussen 2011: 268
- 13 Bjørklund 1991; Østbye 1997; Jenssen og Aalberg 2007: 252
- 14 Hernes 1977: 190
- 15 Bastiansen og Dahl 2019
- 16 Hepp, Hjarvard og Lundby 2015. Se også Lundby 2014
- 17 Sande 2000: 2
- 18 Birkelund 2010: 160
- 19 Sande 2000: 2
- 20 Hernes 1977: 182
- 21 Ibid.
- 22 Sande 2000: 4
- 23 Hernes 1977: 189
- 24 Hernes 1984: 44
- 25 McCombs og Shaws 1972
- 26 Hernes 1977: 189
- 27 Aardal, Krogstad og Narud 2004: 21–22
- 28 Sande 2000: 5. Sande henviser her til note 20 i Slaatta og Sæbø (1997), men denne handler om noe annet.
- 29 Eide 1983
- 30 Asp 1986
- 31 Sande 2000: 6
- 32 Slaatta og Sæbø 1997
- 33 Olsen og Sætren 1980
- 34 Hernes 1984 i Slaatta og Sæbø 1997
- 35 Reinton 1984, Skjervheim 1985
- 36 Se for eksempel Norris, Curtice, Sanders, Scammell og Semetko (1999), Norris 2000, Jenssen og Aalberg 2007
- 37 Esaiasson og Håkansson 2002
- 38 Slaatta og Sæbø 1997
- 39 Østerud, Engelstad og Selle 2003: 127
- 40 Goffman 1986
- 41 Eide og Rasmussen 1985, også omtalt i Slaatta og Sæbø 1997
- 42 Eide og Rasmussen 1985: 41
- 43 Lakoff, 2010: 71
- 44 Dimitrova & Strömbäck, 2005: 404
- 45 Entman, 2004:5, egen oversettelse

- 46 Hernes 1977, Hernes 1984, Hernes og Eide 1987
- 47 Mann 1936:6
- 48 Lévi-Strauss 1955
- 49 Barthes 1969 [1957]
- 50 Barthes 1969: 175
- 51 Krogstad 2019
- 52 Ett av prosjektene ble utført i samarbeid med Tone Knutsen Haarr (Haarr og Krogstad 2011) og ett med vitenskapelig assistanse fra Audrey Stark (Krogstad 2019). Det er hovedsakelig sistnevnte arbeid som ligger til grunn for denne delen av artikkelen.
- 53 Brubaker 2017; Frank 2006; Marsdal 2007; Rydgren 2013; de Vreese, Esser, Aalberg, Reinemann og Stanyer 2018
- 54 Haarr 2009, Haarr og Krogstad 2011
- 55 Krogstad 2019
- 56 Flemmen, Jarness og Rosenlund 2017, Hjelbrekke, Jarness, og Korsnes 2015, Ljunggren 2015
- 57 De fleste typer av avisartikler er inkludert, men en del artikler er blitt silt ut. Det dreier seg om duplikatartikler, nekrologer og artikler som behandler en fiktiv fortidig (før 1950) eller utenlandsk kulturelite. 143 artikler er fjernet. Det er ikke skjullet mellom ulike typer av artikler.
- 58 Krogstad 2019
- 59 *Dagbladet* 26. mars 2008, 23. januar 2009, 4. oktober 2009
- 60 Se for eksempel Lykkeberg 2008
- 61 Frank 2006, Marsdal 2007
- 62 Hernes 1977: 194
- 63 Krogstad 2019
- 64 *Dagbladet* 9. august 2008
- 65 Krogstad 2019
- 66 De fire første rammene ble valgt ut i tråd med Haarrs (2009) og Haarr og Krogstads (2011) induktivt kodete avismateriale av norsk kulturelite. Den sistnevnte rammen, om kulturelitens engasjement i politikk/økonomi, har en annen opprinnelse (se Krogstad 2019). Ved hjelp av en øvrig-kategori ønsket vi å fange opp rammer som beveget seg utover de tidligere studiene. Tanken var at denne induktive fremgangsmåten kunne gjøre oss sensitive overfor andre eller nye tendenser i hvert lands behandling av kultureliten. En tematikk pekte seg klart ut – politikk/økonomi. Denne, som var svært lite synlig i de tidligere studiene, ble løftet opp som en egen ramme.
- 67 Aftenposten 1. april 2011
- 68 Aftenposten 1. september 2010
- 69 *Dagbladet* 4. desember 2010
- 70 *Dagbladet* 9. august 2008, *Dagbladet* 23. januar 2009
- 71 *Dagbladet* 6. september 2008
- 72 Krogstad 2019
- 73 Hertog og McLeod 2003: 146
- 74 Haarr 2009
- 75 Haarr 2009: 50
- 76 Krogstad 2019. Det er betydelig flere henvisninger til politikk enn til økonomi innenfor denne rammen.
- 77 Krogstad 2019
- 78 Lévi-Strauss 1955

- 79 Krogstad 2019
- 80 Burke 1969 [1950]: 58
- 81 Burke 1968 [1931]: 31
- 82 Kent 2015
- 83 Haarr 2009
- 84 Brubaker 2017, Frank 2006
- 85 Hornburg 2019
- 86 Krogstad 2019
- 87 Hornburg 2019
- 88 Sande 2000: 6

Litteratur

- Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur
- Barthes, R. (1969 [1957]). *Mytologier*. København: Rhodos
- Bastiansen, H.G. og Dahl, H.F. (2019). *Norsk mediehistorie*. 3. utgave. Oslo: Universitetsforlaget
- Birkelund, G.E. (2010). «Norsk sosiologforenings hederspris 2010 – Gudmund Hernes.» *Sosiologisk Tidsskrift* 18 (2) s. 157–168.
- Bjørklund, T. (1991). «Election Campaigns in Postwar Norway (1945–89): From Party Controlled to Media-Driven Campaigns.» *Scandinavian Political Studies* 14 s. 279–302
- Brubaker, R. (2017). «Why populism?» *Theory and Society* 46 (5) s. 357–385. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11186-017-9301-7> (sist lest 20/06/19)
- Burke, K. (1968 [1931]). *Counter-statement*. Berkeley: University of California Press
- Burke, K. (1969 [1950]). *A Rhetoric of Motives*. Berkeley: University of California Press
- Dahl, H.F. og Bastiansen, H.G. (1998). *Over til Oslo. NRKs historie*, bind 3, kapittel 7. Oslo: Cappelen de Vreese, C.H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C. og Stanyer, J. (2018). «Populism as an expression of political communication content and style: A new perspective.» *The International Journal of Press/Politics* 23 (4) s. 423–438. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161218790035> (sist lest 20/06/19)

- Dimitrova, D.V. og Strömbäck, J. (2005). «Mission accomplished? Framing of the Iraq war in the elite newspapers in Sweden and the United States.» *Gazette: The International Journal for Communication Studies* 67 (5) s. 399–417. DOI: <https://doi.org/10.1177/0016549205056050> (sist lest 20/06/19)
- Djerf-Pierre, M., Cokley, J. og Kuchel, L.J. (2015). «Framing renewable energy: A comparative study of newspapers in Australia and Sweden.» *Environmental Communication* 10 (5) s. 634–655. DOI: <https://doi.org/10.1080/17524032.2015.1056542> (sist lest 20/06/19)
- Eide, M. (1983). *Massemedia – en politisk konfliktarena? En sosiologisk analyse av politikeres forhold til media*. Hovedoppgave ved Sosiologisk institutt, Universitetet i Bergen
- Eide, M. og Hernes, G. (1987). *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk*. Fafo-rapport 073. Oslo: Forskningsstiftelsen for studier av arbeidsliv, fagbevegelse og offentlig politikk
- Eide, M. og Rasmussen, T. (1985). «Kildene, makten og æren.» *Nytt norsk tidsskrift* 2 (4) s. 36–43.
- Emerson, R.M. (1962). «Power-dependence relations.» *American Sociological Review* 27 (1) s. 31–41. DOI: <https://doi.org/10.2307/2089716> (sist lest 20/06/19)
- Entman, R.M. (2004). *Projections of Power. Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/poq/nfi017> (sist lest 20/06/19)
- Flemmen, M., Jarness, V. og Rosenlund, L. (2017). «Social space and cultural class divisions: The forms of capital and contemporary lifestyle differentiation.» *British Journal of Sociology* 69 (1) s. 124–153. DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12295> (sist lest 20/06/19)
- Frank, T. (2006). *What's the Matter with America? The Resistible Rise of the American Right*. London: Vintage
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston, MA: Northern University Press
- Gulbrandsen, T., Engelstad, F., Klausen, T.B., Skjeie, H., Teigen, M. og Østerud, Ø. (2002). *Norske makteliter. Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Haarr, T.K. (2009). *Caffelattedrikkende åndssnobber med urbane adresser*. Masteroppgave i sosiologi, Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi. Oslo: Universitetet i Oslo
- Haarr, T.K. og Krogstad, A. (2011). «Myten om den norske kultureliten.» *Sosiologisk tidsskrift*, 19 (1), 6–28.
- Hepp, A., Hjarvard, S. og Lundby, K. (2015). Mediatization: theorizing the interplay between media, *Culture and society* 37 (2) s. 314–324. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443715573835> (sist lest 30/12/19)
- Hernes, G. (1977). «Det mediavridde samfunn.» *Samtiden* 1 s. 181–196.
- Hernes, G. (1984). «Media, struktur, vridning og drama.» *Nytt norsk tidsskrift* 1 (1) s. 38–58.
- Hertog, J.K. og McLeod, D.M. (2003). «A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: A Field Guide.» Reese, S.D., Gandy, O.H. Jr. og Grant, A.E. (red.). *Framing Public Life* s. 139–161. London: Routledge
- Hjellbrekke, J., Jarness, V. og Korsnes, O. (2015). «Cultural distinctions in an 'egalitarian' society.» Coulangeon, P. og Duval, J. (red.). *The Routledge Companion to Bourdieu's Distinction* s. 187–206. Oxon: Routledge
- Hornburg, T.H. (2019). «Polarisering på norsk.» Kronikk i *Aftenposten* 18. mars
- Jenssen, A.T. og Aalberg, T. (red.) (2007). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget
- Kent, M.L. (2015). «The power of storytelling in public relations.» *Public Relations Review* 41 (4) s. 480–489.
- Krogstad, A. (2019). «Eliten vi elsker å hate. Mediekonstruerte myter om svensk og norsk kulturelite.» *Tidsskrift for samfunnsforskning* 60 (1) s. 5–29.
- Lakoff, G. (2010). «Why it matters how we frame the environment.» *Environmental Communication*

- 4(1) s. 70–81. DOI: <https://doi.org/10.1080/17524030903529749> (sist lest 20/06/19)
- Lévi-Strauss, C. (1955). «The structural study of myth.» *Journal of American Folklore* 68 s. 428–444.
- Ljunggren, J. (2015). «Elitist egalitarianism: Negotiating identity in the Norwegian cultural elite.» *Sociology* 29 (6) s. 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1177/0038038515590755> (sist lest 20/06/19)
- Lundby, K. (red) (2014). «Mediatization of Communication.» *Handbooks of Communication Science*, vol. 21. Berlin: De Gruyter Mouton
- Lykkeberg, R. (2008). *Kampen om Sandhederne*. København: Gyldendal
- Mann, T. (1936). *Freud och fremtiden*. Stockholm: Bonniers litterære magasin
- Marsdal, M.E. (2007). *FrP-koden: Hemmeligheten bak Fremskrittspartiets suksess*. Oslo: Manifest
- McCombs, M.E. og Shaws, D.L. (1972). «The Agenda-Setting Functions of Mass Media.» *The Public Opinion Quarterly* 36 (2) s. 176–187.
- McLuhan, M. (2013 [1964]). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Berkeley, CA: Gingko Press
- Mudde, C. og Kaltwasser, C.R. (2012). *Populism in Europe and Americas: Threat or Corrective for Democracy?* Cambridge: Cambridge University Press
- Norris, P., Curtice, J., Sanders, D., Scammell, M. og Semetko, H. (1999). *On Message*. London: Sage
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press
- NOU 1982:3. *Maktutredningen*. Sluttrapport
- Olsen, J. P. og Sætren, H. (1980). «Medier, eliter og menigmann.» Olsen, J. P. (red). *Meninger og makt* s. 13–45. Bergen: Universitetsforlaget
- Rasmussen, T. (2011). «Hva er mediesosiologi?» *Norsk medietidsskrift* 18 (3) s. 265–273.
- Reese, S.D. (2003). «Prolog – Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research.» Reese, S.D., Gandy, O.H. Jr. og Grant, A.E. (red.) *Framing Public Life* s. 7–31. London: Routledge
- Sande, Ø. (2000). «Klassikeren: Gudmund Hernes: 'Det media-vridde samfunn'.» *Norsk medietidsskrift* 7 (2) s. 139–144.
- Skarpenes, O. (2007). «Den 'legitime' kulturens moralske forankring.» *Tidsskrift for samfunnsforskning* 48 (4) s. 531–558.
- Slaatta T. og Sæbø, G. (1997). «Makten og Hernes – i evighet. Maktutredningens medieforskning i faghistorisk perspektiv.» *Norsk medietidsskrift* 4 (1) s. 47–82.
- Strömbäck, J. og Dimitrova, D.V. (2011). «Mediatization and media interventionism: A comparative analysis of Sweden and the United States.» *The International Journal of Press/Politics* 16 (1) s. 30–49. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161210379504> (sist lest 20/06/19)
- Østbye, H. (1997). «Media in Politics: Channels, Arenas, Actors, themes.» Strøm, K. og Svåsand, L. (red.). *Challenges to Political Parties. The Case of Norway*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press
- Østerud, Ø., Engelstad, F., Selle, P. (2003). *Makten og demokratiet*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Aardal, B., Krogstad, A. og Narud, H.M. (red.) (2004). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget

