

Lunds universitet

Institutionen för kommunikation och medier

MKVK03

Kandidatuppsats

Vårterminen 2012

# **Kony 2012 möter Mediatization**

**Hur en kampanjfilm kan konkretisera teorin om  
mediatization**

*Författare: Carl Rydh*

*Handledare: Tobias Olsson*

*Examinator: Fredrik Miegel*

## **Sammanfattning**

---

*Kony 2012 möter Mediatization – Hur en kampanjfilm kan konkretisera teorin om mediatization* är en kandidatuppsats skriven av Carl Rydh, student vid institutionen för kommunikation och medier på Lunds Universitet.

Den femte mars 2012 publiceras en 30 minuter lång film på Youtube. Filmen handlar om krigsherren Joseph Kony och syftar till att öka den allmänna kännedomen om Konys brott, så att hans frihet inte längre kan förbises. Filmen får ett enormt genomslag i media och på rekordtid har över 100 miljoner människor tagit del av den. Kritiska röster menar att filmen är överdrivet dramatisk, vinklad och felgrundad, men diskussionen som uppstår bidrar bara till att filmens syfte uppnås i en grad som ingen hade kunnat föreställa sig.

Studien syftar till att belysa och utveckla teoribildningen runt mediatization, genom fallet Kony 2012, och genom tre fördjupande delasppekter som behandlar opinionsbildning, den teknologiska evolutionen och medielogikens funktioner.

Materialet utgörs av filmen Kony 2012, samt rapporteringen om filmen och kampanjen runt den i de fyra största rikstäckande svenska tidningarna. Ett teoretiskt inspirerat urval av centrala delar i materialet görs sedan för att möjliggöra den åsyftade konkretiseringen av teorin om mediatization, och grundläggande idéer som denna teori vilar på.

Studien belyser ett reflexivt förhållande mellan tendenser i fallet Kony 2012 och hur vi konstruerar vår vardag. Ett ömsesidigt beroende mellan individ och media som visar på vilket sätt mediernas närvaro och ökade betydelse kräver anpassning, inom alla de aspekter som de analytiska ledmotiven representerar. En anpassning som ibland är mycket medveten och kan ses som en naturlig del av en utvecklingsprocess, men som ibland antyder en diskrepans mellan de förväntade, och de faktiska konsekvenserna av beteenden som motiveras av relationen till media.

### ***Nyckelord***

Mediatization, Kony, opinionsbildning, teknologi, medielogik

# Innehållsförteckning

---

<b>1. Inledning</b> .....	5
1.1. Bakgrund.....	5
1.2. Filmen.....	5
1.3. Forskningsfältet.....	6
1.4. Terminologin.....	8
<b>2. Problem</b> .....	9
2.1. Syfte.....	9
2.2. Frågeställningar.....	9
<b>3. Material</b> .....	8
<b>4. Metod</b> .....	10
4.1. Det metodologiska tankesättet.....	10
4.2. Det metodologiska arbetet.....	11
4.3. Övriga problem.....	12
<b>5. Teori</b> .....	13
5.1. Fyra förändringsprocesser.....	14
5.2. Politiken i mediatization.....	15
5.3. Teknologin i mediatization.....	15
5.4. Mediologiken i mediatization.....	16
<b>6. Analys</b> .....	17
6.1. Inledning och indelning.....	17
6.2. Opinionsen genom medierna.....	18
6.3. iFlödet – Den nya teknologin.....	22
6.4. En reglerande mediologik.....	25
6.4.1. Urval & Presentation.....	26

<b>7. Diskussion</b> .....	30
7.1. Reflektioner och vidare forskning.....	32
<b>Referenser</b> .....	34
<b>Bilaga 1</b> .....	37

# 1. Inledning

---

## **1.1. Bakgrund**

Den femte mars 2012 publiceras den 30 minuter långa filmen "Kony 2012" på Youtube. Filmen ingår i organisationen Invisible Childrens kampanj "Stop Kony", och handlar om krigsherren Joseph Kony, som under lång tid kidnappat och utnyttjat barnsoldater, men som trots det undkommit lagens arm i Afrika. Filmen syftar till att göra Kony berömd, och därmed öka den allmänna medvetenheten och kännedomen till en grad då Konys frihet inte längre kan förbises. Filmen uppmanar människor att sprida vidare budskapet, främst genom att dela filmen på sociala medier, men också genom affischering på gator och torg, och genom att bära kampanjens egna armband. Organisationen hänvisar till kraften hos en samlad ansträngning bland alla världens människor, och menar att trycket som blir på "culture makers" såsom kändisar från nöjesindustrin, och "policy makers" såsom politiker och lobbyister, kommer bidra till att det vidtas åtgärder i ärendet. Videon exploderar över internet och blir snabbt en succé som på rekordtid ses av över 100 miljoner människor. Förutom otaliga delningar av privatpersoner på sociala medier, uttrycker också människor som Oprah Winfrey, Justin Bieber, Rihanna och Blondinbella sitt stöd till kampanjen.

Kampanjen möter dock även motstånd från diverse håll. Kritik från såväl privatpersoner som experter menar att filmen spelar på folks känslor genom billiga trick, att budskapet är inaktuellt, och att organisationen inte är tillförlitlig. Kritiken får ett visst fäste, organisationen går ut med försvarstal, och debatten är därmed i full gång. För kampanjens syfte innebär debatten dock inte nödvändigtvis något negativt. Både filmen, budskapet bakom den, och själva faktumet att spridningen eskalerar som en löpeld, blir högaktuella nyheter och föremål för allmänhetens intresse. Fenomenets kraftfulla väg genom media, samhälle och kultur bidrar således till att filmens syfte, att göra Kony berömd, uppfylls i en grad som ingen kunde föreställa sig.

## **1.2. Filmen**

Filmen i sig inleds med texten "*Nothing is more powerful than an idea whose time has come*". Speakerrösten, filmskaparen och organisationens grundare Jason Russel fortsätter sedan att berätta om hur det idag är fler människor på Facebook, än vad som fanns på jorden för 200 år sedan. Yttrandena kännetecknar filmens inledande del, där man betonar hur vi idag

lever i en ny verklighet, sammankopplade med varandra genom de möjligheter som teknologi och medier erbjuder oss.

Videon fortsätter med ett personligt porträtt av Jason Russel, hans unga son Gavin, och Jacob Acaye, en vän till Russel som bor i Uganda och är en före detta barnsoldat. Tittaren får se bilder och intervjuer från när de träffades i Uganda, och en känsloladdad berättelse presenteras om hur Jacobs bror tillfångatogs och mördades av rebeller i landet. Efter ett löfte till Jacob om att rebellerna ska stoppas, beskriver Russel hur filmen är verktyget som ska användas för att uppfylla detta löfte. Han understryker tittarens betydelse och makt, och betonar att tiden för handling är nu.

Efter detta följer en skildring av rebelledaren Joseph Kony. Skildringen består inledningsvis av ett samtal mellan Russel och sonen Gavin, där Russel på en 4-åring nivå förklarar att Kony tar barn från sina föräldrar, för att tvinga dem att kriga med vapen. Porträtteringen går sedan vidare med att skildra Konys historia, med siffror av hur många han fört bort, vad han gör med dem, och varför. Man berättar att Joseph Kony fortfarande är på fri fot, och menar att den största anledningen till detta är att 99 procent av världens befolkning inte vet vem han är.

Sedan följer den tydliga beskrivningen av hur man ska gå till väga för att fånga rebelledaren. Man menar att för att arresteras Kony måste man först hitta honom, och för att hitta honom behövs teknologi och rådgivare från amerikansk militär. För att USA ska fortsätta att tillhandahålla dessa styrkor behöver de se att människor bryr sig, och för att människor ska bry sig behöver människor veta vem Joseph Kony är.

Filmen avslutas med en uppmaning att vända sig till kändisar och beslutsfattare, och sprida budskapet genom affischering, för att sätta upp kampanjen mot Kony på agendan. I de absolut sista bildramarna visas en text med en beskrivning av vad man som privatperson kan göra omedelbart, närmare bestämt att signera en namninsamling, att köpa ett ”action kit”, att donera pengar till hjälporganisationen, och framförallt, att dela filmen online.

### ***1.3. Forskningsfältet***

Fallet ovan ska i denna uppsats bidra med ett sätt att konkretisera en diskussion om dubbelriktad påverkan och anpassning mellan kultur, samhälle och media. I forskningen har denna diskussion förts utifrån en rad olika medie- och kommunikationsvetenskapliga kontexter och terminologier, men ett vetenskapligt synsätt som försöker lyfta perspektivet till den översiktliga utsiktsplats som denna uppsats ämnar utgå ifrån, är teorin om mediatization. Perspektivet, som kommer redogöras för mer ingående i uppsatsens teoridel, och vidare

genom hela denna uppsats, kan sägas existera i en reflexiv relation med de mer specifika teorierna gällande mediars betydelse, då den definitionen av Krotz (2008) som här kommer användas beskriver mediatization som en metaprocess. Beteckningen metaprocess lyfter således mediatization till den plattform där andra cultural studies-relaterade nyckelbegrepp som individualisering och globalisering också kan studeras.

Idéer om mediatization har alltså diskuterats i olika former även innan Krotz definition. Detta genom ett antal besläktade begrepp som kommer beröras ytterligare i teoridelen av denna uppsats. I denna forskning kan liknande tankar absolut anas, men den utgår således inte från samma uttalade teoretiska ramverk som en stor del av fältet nu gör. Istället används alltså begrepp som *mediation*<sup>1</sup>, *medialisering* och *mediatisation*. Detta med en varierande grad av påtaglighet i åtskillnad och särprägel rörande mening och kontext, men också med en uppenbar koppling till det som här kommer att karaktärisera just mediatization.

Krotz (2009) exemplifierar resonemanget då han menar att även om forskningen om mediernas inflytande är mycket omfattande, så har ett perspektiv som fångar upp helheten av denna forskning ofta saknats. Detta framförallt eftersom kunskapen som finns inom ämnet tenderar att utgå från många olika vetenskapliga grenar, som inte ställs i relation till varandra.

Stig Hjarvard (2008) belyser problemet ytterligare, och pekar på hur det dessutom finns ett omvänt problem, vad gäller Krotz diskussion om hur teorier om mediernas betydelse saknar koppling och övergripande perspektiv. Hjarvard menar att användningen av begreppet mediatization i forskningen också tenderar att sakna förankring i mer specificerade beskrivningar och att begreppet därmed kan bli alltför generellt och opreciserat. Omständigheterna som diskuteras av de båda forskarna kan således sägas vara bidragande orsaker till hur teorier om mediatization, historiskt sett, varit relativt svårdefinierade.

För att positionera sig på ett sätt som kan sägas ta hänsyn till de ovanstående svårigheterna, måste man alltså beakta både faran att bli alltför övergripande, och risken att inte se till helhetsbilden. Att studera teorin om mediatization och dess inneboende mekanismer utifrån ett visst fall, kan därför bidra med såväl en synliggörande konkretisering av teorin, som en återkoppling från teorier om mediernas inflytande till ett större och mer allomfattande kunskapsfält. Fallet Kony 2012 kan således tjäna till att vara både murbruket som binder teorierna till varandra, och ankaret som möjliggör en koppling mellan verkligheten och kunskaper om verkligheten.

---

<sup>1</sup> De besläktade termerna omkring mediatization kursiveras med avsikt att tydliggöra en meningsskillnad mellan dem och huvudbegreppet mediatization.

#### ***1.4. Terminologin***

För att visa den spridning av begreppsliga idéer som finns inom fältet, och de kontextuella variationer som mediatization har beskrivits igenom, är en redogörelse av vissa centrala diskussioner nödvändig.

Schrott (2009) nämner i sin terminologiska diskussion just svårigheten att koppla ihop den forskning som tidigare har bedrivits inom fältet, då de begreppsliga världarna i forskningen skiljer sig åt. För att referera till forskningen, och koppla den till den definition som för stunden ska råda, kan teorierna bara delvis överföras, menar Schrott. Man kan således inte studera forskningen om mediatization med antagandet att det finns en enad grund, utan istället utforska de aspekter av den som ter sig relevanta och kan ses som överförbara till det perspektiv man väljer att tillämpa.

Relevant forskning begränsar sig dock inte till begreppet mediatization, utan kan också påträffas i diskussioner om *mediation*, *mediatisation*, och *medialisering*. Komplexiteten växer ytterligare då inte ens forskarna själva är helt konsekventa i sitt språkbruk. Andreas Hepp (2008, 2009, 2010) varierar exempelvis mellan mediatization och *mediatisation* trots att diskussionerna rör sig kring samma referenser och antaganden. Meningsskillnaden mellan dessa två begrepp kan i Hepps fall därför ses som obefintlig och istället som en ren språkfråga.

Den svenska varianten *medialisering* är tidigt använt begrepp. Det kan dock sägas härstamma från en mer utpräglad politisk kontext än vad som här kommer vara fallet, och ska därför inte användas med en rak översättning till gällande perspektiv. Istället kommer begreppet, i enlighet med Schrotts ovanstående synpunkt, användas i den utsträckning som relevanta kopplingar till rådande analys kan aväckas.

Termen *mediation* har också använts flitigt i diskussioner om mediernas inflytande. Hjarvard (2008) och Strömbäck & Esser (2009) menar att det skiljer sig från mediatization då det primärt användas till att beskriva relativt neutrala förändringar i form och innehåll, som kommer av valet av kommunikationskanal. Diskussionen betonar således inte de långsiktiga strukturella förändringar som är centrala i mediatization. Denna synpunkt är dock inte helt vedertagen. Couldry (2008) påstår att begreppet är bättre och mer allomfattande än mediatization, men tillskriver då också mediatization en mer linjär och förenklad betydelse än de forskare som i denna uppsats kommer bidra med grundläggande definitioner.



## 2. Problem

---

### *2.1. Syfte*

Målet med detta uppsatsarbete är att genom en fallstudie av filmen Kony 2012, kampanjen runt den, och rapporteringen om den, undersöka en stor mediehändelses bredare betydelse och relevans. Syftet med detta är att exemplifiera och därigenom utveckla teoribildningen kring mediatization.

Mer konkret arbetar studien med tre frågeställningar, som alla utgör olika delaspekter av den övergripande teoribildningen, och av fallet som sådant.

### *2.2. Frågeställningar*

Hur kan man konkretisera teorin genom att belysa mötet mellan fallet Kony 2012 och diskussionen om mediatization, utifrån följande analytiska teman?

1. Politik och opinion
2. Den teknologiska evolutionen
3. Mediologikens funktioner

## 3. Material

---

Då själva filmen ”Kony 2012” kan sägas vara det centrala i kampanjen ”Stop Kony”, är det därmed också filmen som utgör själva ljuskällan som ska belysa den teoretiska diskussionen runt mediatization. Filmen, som refererats tidigare, blir därför en viktig del av materialet som analysen ska inspireras från. Speakerrösten Jason Russels anförande, aktörerna som spelar huvudroller i form av intervjuobjekt, samt själva budskapet man presenterar, tjänar till att representera aspekter av den fasta utgångspunkt som filmen utgör. Dessa aspekters betydelse måste sägas vara en fråga om tolkningar, men då uppsatsen syftar till att just tolka och undersöka filmens relevans i förhållande till en bredare teori, blir detta arbete en förutsättning för själva uppsatsarbetet och därför inte något som ska undvikas, i detta avseende.

Filmen är således den fasta punkt i materialet som diskussionen ska föras mot, men för att bredda perspektiven och därmed möjligheten till en nyanserad och rättvis diskussion, blir också filmens mottagande en betydelsefull del. För att kunna studera hur man talar om händelsen, hur kritiken mot den ser ut, hur man sedan bemöter kritiken och hur

filmskaparnas egna reflektioner ser ut, blir således rapporteringen om filmen relevant. Att se till hur de fyra största svenska rikstäckande tidningarna Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen och Svenska Dagbladet hanterade ämnet mellan den 5:e mars 2012 och 30:e april 2012, bistår därför med möjligheten att se hur frågan behandlats under den period då filmen, och nyheten om den, var som mest aktuell. En förteckning över artiklarna återfinns i bilaga 1.

Rapporteringen blir tillsammans med filmen, grunden för en helhetsbild av kampanjens betydelse som är nödvändig för att undersöka en teori som måste definieras som mycket övergripande.

## 4. Metod

---

### *4.1. Det metodologiska tankesättet*

Uppsatsen syftar alltså till att undersöka sambanden mellan kunskaper om verkligheten i form av teorin om mediatization, och uttryck från verkligheten, genom en fallstudie av Kony 2012. Det är således inte ett enkelriktat arbete i avseendet att materialet ska analyseras utifrån teorin, och därigenom förklaras. Det är snarare en dubbelriktad analys av hur aspekter i mediatization avspeglas i ett konkret fall, och därigenom en diskussion om hur uttryck i kampanjen, och en bredare utvecklingsprocess i samhälle och kultur kan sägas vara betydelsefulla för varandra.

För att uppfylla detta mål på åsyftade grunder måste man ta hänsyn till den metodologiska diskussionen som förs inom fältet. Andreas Hepp (2010) menar, som senare kommer redogöras för mer ingående, att mediatization inte är en empirisk process som kan undersökas genom ett direkt samband till verkligheten. Detta kan sägas vara en relativt vedertagen inställning, då resonemang om metoder för undersökning ofta förs utifrån breda teoretiska grunder, och bistår med tankesätt snarare än praktiska lösningar. Andrea Schrott (2009) pekar på detta problem och menar att det är i princip omöjligt att svara definitivt på hur media påverkar mönster i samhälle och kultur, men att diskussionen om hur man ska hitta vägar att undersöka detta problem, är lika nödvändig som den är saknad.

Lundby (2009) bidrar fortsättningsvis med tankemässig grund, och menar att även om mediatization ses som en ständigt pågående förändringsprocess, går det att observera i en nutida kontext. Begreppet blir då mer omfattande och komplext, menar Lundby. Genom att applicera Lundbys resonemang på gällande metodologiska diskussion kan man argumentera för det heterogena tillvägagångssätt som syftet kräver. I en undersökning över längre tid, där själva utvecklingen syns, blir förändringar i smalare aspekter av processen

påtagliga, och möjliggör skarpa och definitiva modeller att undersöka dem genom. I en studie av tendenser i ett samtida uttryck måste man istället vara öppen för att röra sig mellan-, och se till parallella nivåer av teorin, för att kunna argumentera för dessa tendenser. Det blir därmed också svårare att sätta upp tydliga modeller för hur undersökningen ska genomföras. Lundbys vidare anförande betonar komplexiteten i förutsättningarna för forskning inom detta fält: *”Mediatization is not an even process, affecting and involving all actors in the same manner or to the same extent”* (Lundby 2009: 9).

Då det alltså snarare blir en fråga om att söka efter sambanden vertikalt genom fallets och teorins nivåer, än att hitta dem genom ett konsekvent och systematiskt urvalsarbete, krävs en teoretiskt inspirerad syn på materialet och dess relation till just teorin. De aspekter som utifrån den teoretiska bakgrunden bedöms som mest relevanta och intressanta för uppsatsens ansats, blir också de som fördjupningen koncentreras till. Då det är den teoretiska bakgrunden som ska tolkas och konkretiseras, krävs också ett urval av faktorer som på bästa sätt kan bistå med den möjligheten.

#### **4.2. Det metodologiska arbetet**

För att skapa en tydlig och gedigen bild av filmen görs en översiktlig karta av filmens delar, aktörer, budskap och andra aspekter som tolkas som relevanta. Översikten görs för eget bruk, endast med avsikten att underlätta för de återkopplingar och referenser som är centrala för analysen.

För att sedan få en omfattande bild av kampanjens mottagande görs en sökning i mediearkivet som innefattar alla artiklar, i tryckt press såväl som på webben, som innehåller ordet ”Kony”, från de fyra största rikstäckande tidningarna i Sverige under perioden 2012-03-05 – 2012-04-30. Att se till material från både webben och från de tryckta tidningarna gör att dubletter blir vanligt förekommande i kartläggningen, men då sökningen görs med syftet att omfatta en så stor del av diskussionen som det är möjligt, bedöms fördelen i att få med alla artiklar om ämnet som överhängande. Resultatet går sedan igenom och sorteras utifrån relevans till teoribakgrund, vilka som kommer till tals, och vad de säger. Då ett vitt spektra av uttalanden från filmskapare, mottagare, experter och reportrar kan studeras, bedöms detta material som tillräckligt och heltäckande, med avseende på just pressens rapportering.

Rapporteringen är också bred i det avseendet att den sprids relativt jämnt över de fyra tidningarna, och att artikeltyperna i vilka ämnet behandlas varierar. För att ytterligare bygga ut bilden och kontrollera att rapporteringen kan sägas vara representativ för hur det talas om kampanjen i media görs även ett bloggsök. Denna sökning refereras dock inte i

analysen, utan studeras bara med målet att kunna förhålla sig till, och utgå från en rättvis bild av hur filmen tas emot av- och i media.

Utifrån den teoretiska grunden väljs sedan de aspekter ut av filmen, och rapporteringen om den, som ses som relevanta för teorier som kan konkretisera diskussionen om mediatization. Detta teoretiskt inspirerade urval måste återigen sägas vara nödvändigt, då ett medvetet och strategiskt urval bidrar till den tydlighet i vilka aspekter som ska ses som mest relevanta och belysande, som också är en förutsättning för det fördjupande analysarbete som avses.

### **4.3. Övriga problem**

Ett problem som grundar sig i forskningen och teoribildningen är frågan om begrepp och terminologi runt mediatization. Eftersom den teoretiska diskussionen är en relevant del av uppsatsens själva syfte, är problemet också högst närvarande även i ett metodologiskt avseende. Andrea Schrott problematiserar ämnet:

*"There is a decided lack of a consistent and commonly shared concept of mediatization, a shortfall that leads to a limited transferability of the latest research contributions to the field".*

(Schrott 2009: 41)

Då utgångspunkten ligger i den definition av begreppet mediatization som ofta kopplas till generalitet och avsaknad av specificerade beskrivningar, måste man ofta se till smalare teoretiska diskussioner för möjliggöra rörelsen mellan verklighet och kunskapstradition. Dessa specificerande teorier måste väljas med viss omsorg, då forskningsfältets breda spridning och olika begreppsliga världar bidrar till att diskussionerna ibland bara delvis ligger inom ramarna för gällande teoretisk grund.

Eftersom kopplingarna, såväl som avvikelserna, inte medvetet förhåller sig till gällande terminologi och därför inte kan ses som ställningstaganden i förhållande till rådande uppfattningar, kan problem uppstå när man försöker avtäcka de äldre diskussionerna i ljuset av dagens teoretiska ramar. Det måste sägas vara mycket motiverat att diskutera teorierna, då de alltså utgör en del av själva fundamentet till perspektivet, men man bör vara medveten om risken att tillskriva dem en betydelse som inte vara avsedd.

Problemets kärna rör alltså hur man ska skapa den helhetsbild av perspektivet som krävs för en rättvis grund och en mångsidig analys, utan att tillskriva vedertagna teorier

en betydelse som inte alls var menad. För att undvika denna fara måste således teoriernas kontextuella relation till mediatization betonas, i de avsnitt de här tas upp. Diskussionen förs nödvändigtvis inte utifrån originalkällor och grundprinciper, utan grundar sig i den forskning om mediatization som i övrigt bidrar med teoretisk grund. Detta betonas också fortsättningsvis i uppsatsen då de aspekter som analyseras som mest relevanta rubriceras i teoriavsnittet som just delar av en större teoretisk bakgrund.

## 5. Teori

---

För att alls kunna definiera teorin om mediatization krävs en bred och öppen ansats. Begreppets betydelse har, som ovan nämnts, traditionellt sett rört sig nära många andra idéer om mediers konsekvenser och betydelse, och bilden av det tenderar ibland att bli något komplicerad. Detta då diskussioner kring kulturella och mediala tendenser som idag är ytterst relevanta för mediatization-teorin också har förts begränsat till andra, tidigare nämnda begrepp, utan att uttryckligen ha relaterats till den uppfattning om mediatization som idag kan sägas vara vedertagen. Därmed inte sagt att dessa diskussioner, i ett omvänt förhållande, inte går att se i ljuset av den tolkning av mediatization som nu är gällande. Särskilt då den flitigt använda definitionen av Krotz (2008: 23) bidrar med just ett omfattande och inkluderande synsätt: *”By mediatization we mean the historical developments that took and take place as a result of change in (communication) media and the consequences of those changes.”*

För att vidare beskriva den ansats, ur vilken denna uppsats ska utgå ifrån, kan avstampet fortsättningsvis göras i Krotz beskrivning av mediatization som en metaprocess. Krotz menar att mediatization kan liknas vid termer som individualisering och globalisering, i den meningen att de är metaprocesser som ska studeras och läsas upp med nyckelbegrepp som utveckling, förändring och tendenser, snarare än att se till startpunkter, definitiva riktningar och slutgiltiga tillstånd. Krotz (2009) menar också att metaprocesser hjälper oss att se händelser i verkligheten som delar av ett större perspektiv, i vilket de mindre diskussionerna påverkar varandra. Därmed kan tendenser som vanligtvis studeras utifrån olika teoretiska grunder också relateras till varandra, för att bättre kunna återge helhetsbilder av verkligheten.

Hepp (2010) tolkar vidare Krotz resonemang och menar att metaprocesser ska ses som övergripande teoretiska synsätt, som inte går att undersöka genom en rak linje till ett empiriskt material. Hepps fortsatta resonemang kan också sägas representera ansatsen till denna uppsats:

*”So a ‘meta process’ cannot be researched empirically as a single transformation phenomenon. Only the formulation of theories that account for such ‘meta processes’ allows us to structure the complexity of different empirical data in order to gain a deeper understanding of ongoing (long-term) processes of change.”*

(Hepp 2010: 38)

För att analysera verkligheten, och specifika fall från den, måste man alltså öppna upp perspektivet och se till ett bredare spektra av teorier som sedan kan tjäna till att förklara särskilda fall och koppla samman dem med den övergripande metaprocessen som är teorin om mediatization. Denna inställning är central i problemet i att definiera en teori som lever av att kunna hämta näring i olika nivåer av verkligheten, relativt obunden till teoretiska gränsdragningar. Schulz (2004) förklaring om hur teorin kan skildras utifrån mediernas mer specifika betydelse, såväl som från ett övergripande perspektiv, kan konkretisera resonemanget och göra det greppbart:

*(...)mediatization goes beyond a simple causal logic dividing the world into dependent and independent variables. Thus, mediatization as a concept both transcends and includes media effects.*

(Schulz 2004: 90)

### **5.1. Fyra förändringsprocesser**

Schulz (2004) beskriver fyra olika områden som påvisar mediernas roll i social förändring. Dessa teman ska här inte ses som förutsättningar för en diskussion om mediatization, men kan bidra med klargörande kopplingar i de fall de utmärker sig som relevanta.

Områdena utgörs av *extension*, *substitution*, *amalgamation* och *accomodation* (Schulz 2004: 89). I tur och ordning innebär termerna att räckvidden för kommunikation ökar genom mediernas inflytande, att man helt eller delvis byter ut tidigare former av kommunikation mot medierade versioner, att medierade aktiviteter blandas med icke medierade aktiviteter, och att mediernas inflytande ibland bidrar till att diverse aktörer måste anpassa sig och tillämpa mediernas logik. För att förtydliga dessa begrepp, och anpassa dem för vidare diskussioner, kommer de här efter att refereras till som *förlängning*, *ersättning*, *blandning* och *anpassning*.

### **5.2. Politiken i mediatization**

Politisk kommunikation har länge varit ett flitigt studerat ämne. Diskussioner om mediernas betydelse för demokratin och politiken har historiskt sett fungerat som en egen kontext, med begreppet *medialisering* som bakomliggande koncept. Diskussionen förekommer dock även med nuvarande konceptuella bakgrund, och då de båda traditionernas problematisering kring medier och politik ofta är snarlik, är kopplingen till mellan dem också betydande.

Förutsättningen för denna diskussion är, som för alla andra aspekter av mediatization, mediernas närvaro och betydelse för de sociala strukturer som utgör vår kultur. Diskussionen kring mediernas roll i politiken förs ofta utifrån faktumet att medierna är en så central kanal för politiker och partier att marknadsföra sig själva och sina åsikter (Nord & Strömbäck 2004). Inte heller i denna uppsats är detta en oviktig aspekt, men än mer relevant blir det att först se till hur medierna påverkar den uppfattning vi får av världen omkring oss, från vilken vi i stor utsträckning skapar vår världsbild. Strömbäck & Esser (2009) diskuterar saken och pekar på hur medierna styr den stora del av världen som ligger utanför våra egna erfarenheter. Man frågar sig hur mycket vi hade vetat om amerikanska presidentkandidater, afrikanska land eller avlägsna hot mot andra kulturer om inte medierna förmedlade information om detta.

Strömbäck & Esser (2009) och Nord & Strömbäck (2004) bidrar också med en synvinkel som i stor utsträckning kommer delas i denna uppsats, då man menar att det centrala i diskussionen inte behöver handla om huruvida vår uppfattning om verkligheten blir sann eller ej, utan snarare om själva faktumet att vi bygger vår uppfattning på en bild som till stor del målas upp av media. Vi tolkar verkligheten med grund i allt från nyheter till dokumentärer och tv-serier. Tolkningen utgår följaktligen från en verklighet som redan översatts och formulerats av medierna.

Denna bild av verkligheten kan således exemplifieras genom en kampanjfilm om Joseph Kony. Den kan dessutom utgöra den enda erfarenheten vi har av gällande ämne och därmed också representera det vi vet om ämnets förutsättningar. Efter de möjliga grundförutsättningarna blir ställningstagande, politiskt engagemang och opinionsbildning ett synnerligen intressant problem i detta avseende.

### **5.3. Teknologin i mediatization**

Krotz (2009) menar att teknologin som fenomen inte ska ses som en central faktor i mediatization-processen, då media inte ska betraktas som något rent teknologiskt. Krotz påpekar dock att den teknologiska evolutionen i hög grad är relevant, då utveckling och

tendenser aldrig är omotiverade idéer, utan gror med näring från marknadens efterfrågan och behov. Således blir kulturen och teknologin ömsesidigt bundna till varandra och därmed kan också mediatization-processen sägas vara högst närvarande.

En faktor som, både bokstavligt- och bildligt talat, kan sägas vara medlande mellan diskussionen om teknologi och teorin om mediatization är kommunikation. En uppenbar faktor i alla diskussioner inom fältet, men likväl värd att betona. Krotz (2009) erkänner kommunikationen som ett av fundamenten i mediatization, då kommunikationen är det huvudsakliga medlet för människor att konstruera sin sociala verklighet. Förändringar i teknologiska förutsättningar för kommunikation vi för med människor omkring oss, är också centrala för hur kommunikationen också strukturerar verkligheten.

Särskilt relevant blir diskussionen för den pågående mediatization-processen, då utvecklingen går mot ett allt större beroende av digital teknologi. Wilhelm (2004) beskriver detta faktum och säger att det digitala medielandskapet med alla nya möjligheter att skapa en social verklighet får allt mer omfattande uppmärksamhet av ungdomar, och att tiden man spenderar med dessa kommunikationsverktyg troligtvis kommer att öka. Utan att för den sakens skull förutsätta att så är fallet, visar detta resonemang att aspekten ändå är lämplig att studera.

#### ***5.4. Medielogiken i Mediatization***

Medielogikens koppling till teorier om mediatization är flitigt behandlad och medielogiken ses ofta som en självskriven del av mediatization-processen (Lundby 2009). Relationen mellan de båda begreppen är dock komplicerad och omtvistad, då det råder en diskussion huruvida medielogiken bör vara en term som ska användas när man talar om mediatization, eller om den snarare urholkar och förminskar perspektivet. Krotz (2009, Lundby (2009) och Hepp (2009) diskuterar alla hur medielogikens terminologi tenderar att klinga falskt i sammanhanget, då antydna att det finns en ensam, generell medielogik härstammar från ett alltför linjärt tänkande, där den komplexa relationen mellan mediatization och tendenser rörande kulturell förändring inte behandlas tillräckligt. Couldry (2008) kritiserar begreppet mediatization och attackerar just punkten som är relationen till medielogik. Couldry menar här att det är mediatization som är alltför linjär som teori, och förklarar bristerna genom att sedan förutsätta ett rakt samband från mediatization till medielogik. Couldrys argument kan dock sägas utgå från att de båda begreppen rör sig på samma nivå, i forskningen av mediernas inflytande.



Med ovanstående problem som bakgrund måste man således belysa en slags nivåskillnad mellan de båda koncepten för att legitimera medielogikens relevans i diskussionen om mediatization, och för att visa från vilken grund diskussionen om medielogik kommer föras i denna uppsats. Detta med anledning av såväl Schrotts (2009), som Lundbys (2009), Hepps (2009), och Hjarvards (2008) diskussion kring medielogik, där man är noga med att påpeka hur begreppet måste ses i relation till olika kontexter och fall, för att alls vara användbart. Att medielogiken som begrepp inte ska insinuera en ensam logik eller en allomfattande och ensam betydelse för media, trots att begreppet i sin ursprungsform är i singularis, är något som är centralt för denna diskussion.

Andrea Schrott (2009) kan sedan bidra med en definition av medielogik, från vilken diskussionen om medielogik kan utgå ifrån, då hon pekar på två filter, bestående av *urval* och *presentation*. Med Schrotts breda förklaring kan begreppet påstås vara relevant i sammanhanget, men det bör påpekas att just perspektivets bredd måste behållas. Urvalets och presentationens påverkan på innehållet ska alltså i detta fall inte ses som slutsatser, utan snarare som en startpunkt för vidare analys och en ingång till större strukturella diskussioner.

Med anledning av detta, och i enlighet med uppsatsens syfte, kommer eventuella medielogiska aspekter av fallet Kony 2012 därför inte analyseras enbart i relation till den ursprungliga idén om medielogik. De ska snarare avtäckas med teorin om mediatization som ständig följeslagare, och med den tillhörande problematiseringen runt medielogikens relevans i denna teori som bakgrund.

## 6. Analys

---

### ***6.1. Inledning och indelning***

Medierna finns ständigt vid vår sida, i alla aspekter av vårt samhälle. Vi upplever verkligheten och deltar i den, genom kommunikation som sker genom media. Då kommunikationsredskapen och media i allmänhet ständigt utvecklas och förändras, är det oundvikligt att dessa förändringar också får konsekvenser för de mönster vi lever efter. Detta kan sägas vara en grundföreställning i teorin om mediatization.

Kampanjfilmen Kony 2012 fick ett enormt genomslag. Den spreds och delades över sociala medier i en omfattning som gjorde att den blev en världsnöhet. För att undersöka och belysa sambandet mellan tendenser i samhället och denna kampanjs framgång, måste ett antal centrala aspekter av kampanjen teoretiseras. Den första berör kampanjens budskap om hur ett tillfångatagande av en krigsförbrytare i Afrika ska ske endast genom engagemang och

nya möjligheter att kommunicera, och riktar blicken mot frågor om samhällsförändringar i politik och opinionsbildande. Den andra faktorn koncentreras kring själva verktygen som gör spridningen av filmen och nyheten möjlig, och belyser en diskussion om hur teknologins evolution påverkar det vardagliga livet. Den tredje aspekten utgörs av den flitigt kritiserade, men obestridligt lyckade, strategin och framställningsformen som organisationen använde i sin film, och kastar således ljus på mediologiska funktioner och dess konsekvenser.

De tre aspekterna som nedan kommer undersökas syftar alltså till att studera huruvida centrala delar av kampanjen kan konkretisera teorin om mediatization, men också hur dessa delars betydelse för kampanjen kan förklaras utifrån en teoriram som grundar sig i mediatization. Ett ömsesidigt, reflexivt förhållande mellan verkligheten och kunskaper om verkligheten som är lika nödvändigt som relevant då man utgår från mediatizations ramar.

## **6.2. *Opinionen genom medierna***

Fallet Kony 2012 och dess natur gör att en politisk aspekt bör tas upp, då politiken är så uppenbart närvarande, och central i kampanjens budskap och syfte. Fallet skiljer sig förvisso en del från de vanligast förekommande aspekterna i diskussionen kring politik, mediatization och *medialisering*. Detta då förutsättningarna för denna form av lobbyism eller opinionsbildning måste sägas vara relativt nya, ställt mot de traditionella strukturer i politiken som vanligtvis studeras i problematiseringen av mediernas betydelse. Faktorer som synliggörs av kopplingen mellan Kony 2012 och politiken berör istället frågor om verklighetsbilder, värderingar och individers engagemang. Teorier om hur mediernas inflytande i politiken formar vår kultur, och vilka förutsättningar vår kultur erbjuder politikens medieuttryck, blir grundläggande för detta perspektiv.

Nord (2004) behandlar ämnet då denne talar om tendensen att stora organisationer och politiska partier allt mer förlorar sin starka position hos individer. När de egna värderingarna och grundinställningarna inte finns i samma utsträckning blir det sedan också troligare att man tar in budskap som andra för fram. Eftersom dessa budskap ofta förmedlas via medierna får medierna också en större roll i opinionsbildningen, i synnerhet eftersom relationen också ska beskrivas som ömsesidig:

*(...)medialiseringen är inte bara ett uttryck för att medierna är viktiga för publiken, utan också för att medierna är viktiga för den som har något att säga. Organisationer, företag och institutioner måste anpassa sitt arbete och sina mål för att uppmärksammas i medierna. Ty eftersom de kollektiva lojaliteterna avtagit i*

*samhället är många av dess institutioner hänvisade till medierna för att få något genomslag. Opinion får då ersätta organisationen.*

(Nord & Strömbäck 2004: 330)

Diskussionen kan ses i förhållande till Kony 2012, då kampanjen syftar till att först väcka intresse och engagemang hos individen. I nästa steg blir den enade opinionen sedan till en kraftfull resurs för att påverka politiker och större institutioner, och tvinga dem att anpassa sig. Även Chadwick (2006) berör frågan om hur den enskilde individen har fått en ökad betydelse för organisationer. Chadwick menar att tidigare preferenser rörande medlemskap och långvarigt engagemang idag omvärderats då man ser potentialen i kortvariga bidrag begränsade till enskilda kampanjer eller frågor, och att detta är en konsekvens av internets influenser på organisationsarbete.

Jason Russels inledande anförande i filmen Kony 2012 visar vidare att ovanstående också är en förutsättning som filmskapare och kampanjarbetare är högst medvetna om, då man talar om hur de nya möjligheterna till interaktion mellan individer, som förändringen av vår kultur har skapat, också erbjuder nya möjligheter att bilda opinion. Mot slutet av filmen talar Russel också om hur man ska gå till väga för att opinionens röst slutligen ska eka även i den traditionella maktens korridorer:

*(...)and this connection is changing the way the world works. Governments are trying to keep up. The game has new rules.*

*We've identified the 12 policymakers that could change the game regarding Kony. So we're targeting them. On our website, we've made it easy to write them directly. Call them, meet with them and get their attention*

– speakerröst, Jason Russel (Kony 2012)

Ovanstående diskussion blir således en grundläggande aspekt för samtliga aktörer i scenen som utspelar sig kring kommunikationen av kampanjen och dess budskap. Organisationen bakom Kony 2012 anpassar sig till rådande kultur och vädjar därmed till individens intresse för att skapa opinion. Individen är mottaglig för ett sådant budskap, då dennes grundföreställningar och värderingar kan sägas bli sekundära i relationen med den verklighetsbild som målas upp i filmen, åtminstone i de fall då denna verklighet ligger utanför individens egna erfarenheter. När sedan opinionen växer sig stark och börjar höras, måste

också ”policymakers”, det vill säga makthavare med stort inflytande i institutionella aspekter av politiken, också anpassa sig till rådande scenario för att behålla opinionens förtroende.

För att ytterligare betona kopplingen till mediatization kan man här också diskutera Schulz (2004) förändringsprocesser i termer av *förlängning*, *ersättning*, *blandning* och *anpassning*. Då är det *förlängningen* av individens räckvidd som till att börja med utgör förutsättningen för budskapets spridning. Man skulle sedan kunna applicera Schulz ersättningsbegrepp på två olika nivåer av ovanstående utvecklingstendens. Först på resonemanget om individens bestämda värden och normer, då dessa alltså kan sägas *ersättas* av verklighetsuppfattningar som redan tolkats av media. På den andra nivån kan man, i enlighet med Nords (2004) ovan redovisade uttalande, mena att opinionen har *ersatt* organisationen, i den meningen att individernas samlade övertygelse och engagemang i en viss fråga, blir viktigare än organisatoriska strukturer omkring bredare ideologiska övertygelser.

Lyfter man perspektivet något, och ser till hur de olika nivåerna samverkar, är det dock mer lämpligt att tala om en *blandning* i ovanstående nivåer. Att påstå att individers världsbild enbart är skapad av media, eller att opinionens kraft står helt självständigt, och därmed inte ta hänsyn till egna normer och traditionella organisationers inblandning, blir tämligen onyanserat. Däremot kan blandningen av nämnda aspekter sägas resultera i en rättvis bild, då man väddar till individers värderingar kring rättvisa och mänskliga rättigheter genom att visa upp en verklighet som befinner sig långt från de normer individen har i detta avseende. Blandningen kan också visas genom att argumentera för ett ömsesidigt beroende mellan opinionen som skapats och de större, traditionella organisationerna. Opinionen syftar således till att påverka organisationen till en grad som framkallar handling i den senare.

Denna bild motiverar också det sista förändringsbegreppet, då *anpassningar* till opinionens färdriktning krävs av institutionerna i allt högre grad. Relationen mellan Schulz (2004) termer i detta avseende och medierna blir här inte helt rak, men då mediernas roll i samhället grundlägger kopplingarna indirekt, som ovanstående diskussion argumenterar för, kan scenariot ses som ett tecken på mediatization. Mediesamhällets inflytande kan således sägas lämna avtryck i alla nivåer av det politiska samhället.

Att mediernas betydelse är relevant för demokratin är lika påtagligt som politikens koppling till Kony 2012. Genom att se till kritiken som framförts mot kampanjen kan också risker med denna förutsättning avtäckas. I Dagens Nyheter diskuteras dels negativa effekter som kommer av att uppfylla kampanjens syfte, och dels hur just filmen och kritiken mot den tenderar att förvirra den som tar del av debatten:

*Chris Blattman, professor i statsvetenskap och ekonomi vid Yale-universitetet höjer även ett varnande finger för militära ingrepp. Att USA skickar soldater innebär, om operationen att hitta Kony misslyckas, mer dödande och torterande av civila, menar han.*

– Dagens Nyheter 2012-03-08 (Haimi 2012)

*I stället för att vidga perspektivet blev det hetsjakt på dem som engagerats av filmen. Den 17-åriga studenten i Örebro förvirrades till den grad att hon la ned affischeringsinitiativet. "Jag var för snabb" ursäktade hon sig (...)*

– Dagens Nyheter 2012-03-13 (Karlsten 2012)

Filmen som sådan möter kritik rörande aspekter som relevans och överdriven dramatik. Själva handlingen den uppmanar till, och också det som kan bidra till mer handgripliga följder, väcker ofta en annan form av motstånd. Politiska frågor rörande påtagligt verkliga konsekvenser som krig och fred, gör att debatten vänder sig till aspekter som till synes ligger utanför själva mediernas roll i problemet. Det kan dock sägas finnas en viktig koppling även i detta avseende. Mazzoleni & Schulz (1999) bidrar med en ingång till denna kontext, som vidare kommer behandlas, i sin diskussion om ansvar och källkritik:

While the political parties are accountable for their policies to the electorate, no constitution foresees that the media be accountable for their actions. Absence of accountability can imply serious risks for democracy

(Mazzoleni & Schulz 1999: 248)

Diskussionen flyttas således till frågan om vem som kan ställas till svars för det som kritiseras som oansvarigt. I detta avseende kan en nivåskillnad skönjas mellan kampanjen, politikerna och de engagerade individerna. Den 17-åriga studenten som nämns i Dagens Nyheter ovan, får representera en nivå, då hon engagerar sig omedveten om de obefintliga kraven som ställs på den media som motiverat hennes engagemang. Kampanjfilmen, alltså den medietext som med ovan nämnda problem inte kan tillskrivas några källkritiska skyldigheter, befinner sig på en annan nivå, där det egna syftet utgör det som är viktigt. Politikerna befinner sig sedan på en tredje nivå, där kraven på ansvar koncentreras. Påtryckningarna från opinionen som bildats genom de två första nivåerna tvingar sedan politikerna att anpassa sig efter den nya situationen, trots denna nivåskillnad, och bidrar till att ansvarsbördan ökar än mer.

Då mediernas betydelse för kulturen, och opinionen som bildas genom den har uppnått en ställning som i vissa fall kan sägas vara lika stark, eller starkare än de traditionella politiska strukturerna, har kraven på ansvar och skyldigheter inte följt samma utveckling.

Detta kan sägas bidra till en diskrepans mellan hur man som medborgare upplever betydelsen av en handling som motiverats av media, och vilken betydelse handlingen faktiskt får. Något som därför kan sägas vara en konkret effekt av mediatization-processen, då ett reflexivt förhållande mellan media och kultur således också kan bidra till förvirring i frågor om vem som ska vara ansvarig för de processer som uppstår i mellan dem.

### **6.3. iFlödet – Den nya teknologin**

Den teknologiska evolutionen, tendenser i teknologins utveckling, och i synnerhet de konsekvenser som denna utveckling för med sig, är något som är högst relevant för diskussionen om mediatization. Hepp (2010) berör ämnet i sin diskussion om den kvantitativa, respektive kvalitativa aspekten av mediatization. Hepp menar i den kvantitativa aspekten att det är uppenbart att både användningen av teknologi, såväl som de olika formerna av den, ständigt ökar. Hepp påpekar vidare att denna utveckling tar sig uttryck i både tidsmässiga, rumsliga och sociala mått av vår verklighet. Diskussionen rör sig således nära Schulz (2004) terminologi gällande förändringsfaktorn *förlängning*, då nya former av teknologi och de gamla uttryckens anpassning till vår tid, sträcker ut sin räckvidd över vardagens alla vrår. Vi bär med oss, eller förväntar oss alltid någon form av uppkoppling till omvärlden, och behöver idag därmed nästan aldrig bli avskärmade från flödet av information.

Liknande konsekvenser kommer av det som Hepp (2010) väljer att beskriva som den kvalitativa aspekten av mediatization. Den nya teknologin ger oss inte bara möjligheten att kommunicera. I en ömsesidig påverkan strukturerar den också sätter vi gör det på, tillsammans med oss. Även i detta fall kan en konsekvens sägas ha blivit att räckvidden ökat, både vår egen och teknologins som sådan. Man kan påstå att vi inte längre behöver ringa upp internet genom ett modem för att blicka ut mot omvärlden, idag ringer istället internet upp oss när det händer något.

De kommunikativa möjligheterna för kampanjen Kony 2012 var alltså redan från början mycket stora. När man sedan betänker filmens budskap och syfte, ”*to make Kony famous*”, där man uttryckligen uppmanar mottagaren till just vidare kommunikation, blir fallet än mer intressant ur detta perspektiv. Med det fundamentala genomslag som filmen fick, blev kampanjen till en självgående maskin. En rörelse där syftets enkelhet och den förväntade åtgärdens tillgänglighet gjorde att filmen fick liv och sedermera sköljde över internet likt en

flodvåg. Därför är det också av central betydelse att fråga sig vilken roll de nya, smarta teknologierna spelade i detta händelseförlopp.

Krotz (2009) bidrar med intresseväckande tanke när denne talar om mediernas möjligheter beträffande social sammanhållning. Krotz bygger vidare på ovanstående resonemang om ökad tillgänglighet och förlängd räckvidd, och pekar på hur närheten till mobiltelefonen gör att vi idag när som helst kan välja att dela med oss av våra upplevelser i realtid, genom ett telefonsamtal. Krotz menar även att vi när som helst kan välja att lämna samtalet, då mobiltelefonen är oberoende av eventuella rumsliga aspekter som annars tenderar att hålla oss kvar i situationen. Kopplar man Krotz idéer till fenomenet rörande Kony 2012 och dess mekanismer, är det möjligt att också där föra en liknande diskussion. Här ska inte ämnet mobiltelefoner lämnas, utan snarare betonas ytterligare, och studeras med nya teknologiska funktioner i fortsatt åtanke. Idag, när mobiltelefonen snarare är en handdator, meddelar den oss så fort vi på något vis blir adresserade i de sociala forum vi är aktiva i. Det kan röra sig om ett direkt adresserat meddelande på Facebook, en uppdatering av en bloggare man följer som en av många, eller varför inte en delning av en video från en vän i valfri form av social media. Teknologin och dess ökade räckvidd gör det möjligt för oss att se den halvtimmeslånga filmen i princip var- och när som helst, och sedan på ett ögonblick, bara genom en enkel knapptryckning, genomföra den uppgift som kampanjen bakom Kony 2012 uppmanar oss att utföra.

Resonemanget kan också knytas till vidare aspekter av den nya teknologin som vi i allt större omfattning måste förhålla oss till. Krotz (2009) menar att det blir allt mer komplicerat att urskilja vad man ska se som en inre dialog, när teknologin ibland verkar vara levande. Diskussionen kan exemplifieras med faktumet att även om vi bara läser en artikel om filmen Kony 2012 och sedan ser filmen i syfte att ta reda på varför den har blivit så populär, blir handlingen omedelbart registrerad av internet. Vi blir därmed en siffra i den statistik rörande genomslag och uppmärksamhet som sedan förundrar nästa person i kedjan, och kanske kittlar dennes begär till att själv se efter vad allt handlar om:

*Vita huset och en rad kändisar har hyllat kampanjen, som uppmärksammats stort på Twitter och Facebook.*

– Aftonbladet 2012-03-09 (Aftonbladet 2012)

*Över 55 miljoner människor har tittat på videoklippen "Kony 2012" på Youtube som visar hur barn tvingas bli soldater i Uganda i Joseph Kony's armé. Detta är den förmodligen största politiska manifestationen någonsin för att få fast en krigsförbrytare.*

– Dagens Nyheter 2012-03-10 (Barkman 2012)

Trots att vi själva kanske uppfattar tiden vi sitter framför datorn som en stund där vi skapar oss en bild av kampanjen, där vi skickar iväg frågor mot Youtube, Facebook, eller Google, för att få tillbaks information och svar, blir den bokförd som något annat när också frågorna registreras av teknologin. När vi resonerar med hjälp av det intelligenta bollplank som är internet, förs dialogen inte längre enbart inåt, utan blir också en slags aktion då dialogens konsekvenser sträcker sig långt utanför individen i fråga. Resonemanget exemplifieras i Dagens Nyheter ovan, då man direkt talar om en politisk manifestation, trots att grunden till detta påstående utgår endast från antalet visningar filmen fått.

Ett annat möjligt perspektiv som kan bidra till förklaringen av kopplingen mellan teknologin som en aspekt av mediatization och kampanjens framgång kan skönjas i Krotz (2009) uttalande angående enkelheten att lämna ett samtal eller en diskussion, då Krotz menar att detta är en allt större faktor i hur vi kommunicerar. När allt som krävs för att stödja kampanjen är att ta upp mobiltelefonen från fickan, kan konsekvensen sägas bli, att allt som krävs för att sedan lämna diskussionen är att stoppa ner telefonen i fickan igen. Detta är naturligtvis en något förenklad bild av frågan, men man kan påstå att den upplevda fördelen i ett omedelbart engagemang får sin motvikt i avsaknaden av krav på nyans och argumentation. För kampanjens spridning som sådan, innebär detta emellertid ytterligare en faktor i varför den blir framgångsrik. Dessutom återkommer alltså enkelheten och tillgängligheten som huvudsakliga teman i kampanjens utformning, och mottagarens förväntade åtgärd ligger därmed i linje med det lättförståeliga formatet och budskapet kampanjen står för. Jason Russels avslutande anförande i filmen visar både ansatsen rörande enkelhet och vikten av kommunicerande teknologi:

*There are three things you can do right now. 1, sign the pledge to show your support. 2, get the bracelet and the action kit. 3, sign up for tri to donate a few dollars a month and join our army for peace. Above all, share this movie online. It's free.*

– speakerröst, Jason Russel (Kony 2012)



För att fortsättningsvis relatera analysen till de sociala konsekvenserna av den nya teknologin, är det värt att ta upp Tomlinsons (2008) tankegångar rörande "*cultural-technological anxieties*". Kärnan i diskussionen känns igen, då Tomlinson problematiserar kring hur den mobila teknologins rumsliga oberoende föder ett behov av att ständigt hålla kontakten, och därmed också en ångest när kontakten bryts, till exempel i händelse av avsaknaden av mobiltelefon. Tomlinson menar att den som inte äger eller använder mobiltelefon riskerar att bli kulturellt marginaliserad då man fränsäger sig den rådande plikten att hela tiden vara tillgänglig. Resonemanget ligger också nära det Bauman (2008) talar om som social död. Bauman frågar sig således om den elektroniska delen av livet inte längre är ett val, utan istället en förutsättning för att individen inte ska försvinna socialt.

Tomlinsons (2008) och Baumans (2008) idéer rör sig inom ramarna för teorier om mediatization, då man diskuterar sociala och kulturella konsekvenser i relation till mediernas förändring. För att åter förankra resonemanget i kampanjen Kony 2012 är det inte långsökt att se denna teori som en av många förklaringar till att budskapet spreds. Att bara titta på filmen Kony 2012 har, som nämnts ovan, sina tydliga konsekvenser, men att aktivt sprida den vidare till sin omgivning ligger kanske än närmare kärnan i framgångens förklaring. Kopplingen kräver ett visst mått av tillspetsning, men det är fullt möjligt att se delningen som ett sätt att visa sig kulturellt närvarande och socialt levande, för att använda föregående terminologi. Genom en delning av filmen visar personen i fråga för omvärlden att den har tagit del av kampanjen, att den förstår diskussionen och att den är en del av kommunikationen runt den. Delningar och vidarebefordringar av filmen, eller andra offentliga utspel som rör kampanjen, synliggör således inte bara ämnet som behandlas, utan också i hög grad personen som kommunicerar det.

Slutligen måste mottagarens uppdrag återigen sägas vara mycket enkelt och lättillgängligt, men det blir det bara eftersom den nya teknologin ser ut som den gör, och för att kampanjen, teknologin, och teknologins användande kan sägas vara ömsesidigt anpassade för varandras format. Samma typ av ömsesidig anpassning och utveckling mellan medierelaterade och kulturbundna uttryck kan också sägas exemplifiera teorier om mediatization.

#### **6.4. En reglerande Medielogik**

Kopplingen mellan medielogik och mediatization är, som tidigare redovisats, lika naturlig som den är omtvistad. Aspekter i mediernas samtida uttryck som kan ses som medielogiska

kan i hög grad också ses som tecken på ett mediatizerat<sup>2</sup> samhälle. Stig Hjarvard (2008) bidrar med ett resonemang från vilket perspektivet öppnas och inspirerar till vidare diskussion:

*(...)the most important conclusion for our present purposes is that one of the principal consequences of the mediatization of society is the constitution of a shared experiential world, a world that is regulated by media logic.*

(Hjarvard 2008: 129)

Vi lever och kommunicerar ständigt genom medierna, i medierna, med medierna vid vår sida eller i tron att de inte är närvarande. Detta kan alltså sägas vara en grundförutsättning för teorin om mediatization. Vi måste alltså hela tiden förhålla oss till dem, medvetet eller omedvetet. Hjarvard menar ovan att denna förutsättning bidrar till att medierna också formar och enar oss i vår uppfattning om hur saker och ting ska vara, hur de kommuniceras eller hur de ska tolkas. För att gardera Hjarvards resonemang mot kritiken som tidigare nämnts, bör det påpekas hur ett enat samhälle inte behöver betyda en enad värld, utan mycket väl kan vara beroende och avgränsat av mer eller mindre konkreta kontexter och sociala samband. Med detta i aldrig upphörande åtanke, kan man med Schrotts (2009) framhållande av två grundläggande mediologiska filter, urval och presentation, fortsättningsvis låta mediologiken introducera mediatization för fallet Kony 2012.

#### **6.4.1. Urval & Presentation**

För att diskutera och problematisera kring de val som gjordes bakom kulisserna i organisationen bakom Kony 2012 måste man anta en relativt cynisk utgångspunkt. Påstådda skäl som förklarar filmens och kampanjens natur måste ställas åt sidan för att de rent formmässiga faktorerna ska kunna studeras. Det råder ingen brist på tragik, ondska och orättvisor i världen, och med det i åtanke kan otaliga frågor väckas. Frågor som varför man inte istället riktade sig mot svält och fattigdom, eller varför man valde de huvudpersoner man gjorde blir en mycket hypotetisk problematisering, men kan i ljuset från mediologikens relation till mediatization belysa och avtäcka skäl som är relevanta för rådande analys. Det är här viktigt att återigen påminna om kampanjens mål. Man vill alltså genom en 30 minuter lång film, publicerad på internet, få så mycket uppmärksamhet som det är möjligt, och

---

<sup>2</sup> Begreppet *mediatizerat* syftar, i de fall de här används, att översätta det vedertagna begreppet *mediatized*, och är därmed ett försök att överbrygga språkliga problem som annars kan komplicera diskussionen.

därigenom göra Joseph Kony känd. Med detta i åtanke blir diskussionen om vad man behandlar, och hur man väljer att presentera det synnerligen viktig.

Björnsson & Luthersson (1997) diskuterar filter som urval och presentation, och deras roll i medierna och i samhället. Man gör detta med avseende på *medialiseringen* av nyhetsrapportering i svensk press, men diskussionen måste sägas vara ytterst relevant även för gällande ämne, då man utgår från den frågeställning kring vad som får genomslag i medierna, som är snarlikt den som här appliceras på kampanjen Kony 2012. Man nämner, förutom de nämnda termerna *urval* och *presentation*, också *form/dramaturgi* som ett tredje filter, som ingår i processen som avgör nyhetsvärdet i en händelse. Händelser bör för objektivitetens, nyansens och saklighetens skull passera dessa filter i ordningen urval, form/dramaturgi, och sist presentation. Det är dock så, att den sensationsjournalistiska metoden för nyhetsrapportering innebär ett omvänt förhållande i processen då nyheter väljs. Genom att först se till presentation, sedan form/dramaturgi, och till sist urval, försummas ofta händelsens verkliga natur till förmån för formatet den ska presenteras i, och för vad som blir en bra och säljande berättelse.

Kony 2012 kan ses i ljuset av denna teori om *medialisering*, då kritiken som framförts mot kampanjfilmen ofta riktar sig mot det sensationssökande urvalet, samt den förenklade och onyanserade presentationen av verkligheten. För att exemplifiera diskussionen kan Expressens (2012-03-08) rapportering av fallet bidra till konkretisering. Man refererar där en forskare som menar att "*Det är bara ett `vit man ska rädda afrikaner`-koncept och spridningen av filmen vittnar om en extremt låg kunskapsnivå bland folk (...)*". I samma artikel gör även en talesperson för Ugandas militär gällande att "*Konys styrkor nu för tiden är så små att de inte ses som ett hot i regionen*". (Högström 2012)

Argumentet som framförs kretsar alltså kring en fråga om relevans och obefintlig nyans i filmens framställning av verkligheten. Organisationen bakom kampanjen kritiserar i sitt användande av metoder och verktyg för att få uppmärksamhet, för att på bästa sätt kunna sprida nyheten och därmed få genomslaget man eftersträvar. En kritik som känns igen i diskussionen kring sensationsjournalistik. För att faktiskt applicera ovanstående modell på rörelsen kring Kony 2012 krävs möjligtvis en något förenklad framställning, men faktumet att kampanjen alls är möjlig att pressa in i en form som passar in i modellen, och att mycket av den kritik som har framförts följer samma linje, kan visa att resonemanget är relevant.

Man bestämmer således vilken berättelse man vill skildra, det vill säga berättelsen om hur barn utnyttjas i Afrika och hur västvärlden kan hjälpa dem. Sedan avgör man vilken form som passar berättelsen, det vill säga en 30 minuter lång kampanjfilm i

formen av ett dokumentärt reportage. Till sist väljer man sedan vilka som bäst representerar den version av nyheten man ska måla upp, det vill säga barnen Jacob Acaye och Gavin Russel.

Om man för en stund antar att ovanstående resonemang representerar kampanjens arbete är det lätt att blir dömande och kritiskt mot detta sätt att försöka påverka mottagare och omvärld. Det måste dock påpekas, att diskussionen fortsatt förs mot teorin om mediatization, och att förhållandet mellan filmen som medieuttryck och mottagaren som konsument och användare alltid ska ses som reflexivt. Följaktligen har också mottagarna en stor roll i skapandet av denna förutsättning för att en nyhet ska sälja, eller för att en berättelse ska spridas. Den gemensamma och erfarenhetsmässiga värld Hjarvard (2008) talar om, utformar således de premisser mot vilka, i detta fall, kampanjfilmer måste positionera sig för att bli framgångsrika.

Det reflexiva förhållandet mellan media och kultur kan här också beskrivas utifrån en fråga om specialisering. Om man fortsatt utgår från förutsättningen att medielogiken inte innebär en ensam logik, utan måste ses som ett mångsidigt perspektiv bundet till kontextuella faktorer, blir en naturlig utveckling att många olika genrer bildas. Dessa genrer kan baseras på syfte, mottagare, budskap eller medieform. Att det, som föregående stycke antyder, sedan bildas ideal och framgångsmodeller i var och en av dessa genrer bidrar till att sändare måste specialisera sig till en viss medielogik för att kulturens ideal ska motsvaras. Här kan också begreppet *anpassning* i Schultz (2004) förändringsmodell bidra med en poäng, då man i kontexten ser sig tvungen att just anpassa sig efter-, och praktisera den medielogik som sammanhanget kräver. Rothenbuhler (2010) talar om hur radioformatet på ett liknande vis gått från en ensam form och uppfattning om vad radio är, till otaliga förgreningar beroende på musikstilar eller liknande specialiseringar:

*Radio formats present themselves in public communication, not as business strategy, but as performances of taste, judgement, and style. The radio format portrays a world and an attitude toward it, and invites its listeners into that world.*

(Rothenbuhler 2010: 68)

På ett liknande sätt kan kampanjen Kony 2012 sägas presentera en uttrycksform som specialiserats till en dramatisk, känslomässig, och rak logik som publiken föredrar och accepterar i en dokumentär reportagefilm om orättvisor och missförhållanden. Är detta också samma kultur som analyserats som stark i medieanvändande, blir det bara naturligt att

presentationen ser ut som den gör i sitt syfte att göra Kony berömd. Denna medvetna taktik, som ofta kritiseras i rapporteringen, erkänns dessutom av Jason Russel själv enligt flera tidningar. Expressen refererar Russel då han säger:

*Den här videon är inte svaret, den är bara vägen in till diskussionen. Vi gjorde det här snabbt och förenklat med flit. Vi är stolta över att det är enkelt.*

– Expressen 2012-03-12 (Schreiber 2012)

Också rapporteringen om mottagandet filmen får bland unga privatpersoner vittnar om att format och presentation kan sägas vara rent nödvändiga mediologiska verktyg, för syfte och uttrycksform. I Dagens Nyheter kommer en svensk 18-åring till tals:

*Man blir hänförd, dras med, och tycker att Kony måste fångas in. Jag blev glad över att ungdomar väljer att jobba för mänskliga rättigheter, och inte bara sitter hemma och pratar – trots den kritik som finns mot dem.*

– Dagens Nyheter 2012-03-10 (Flood & Sörbring 2012)

Denna acceptans och medvetandegrad som uttrycks av både filmskapare och mottagare gentemot formatet för kampanjfilmen, kan också visa hur processen kring mediatization konkretiseras och tar sig uttryck i konsekvenserna av mediologiska faktorer. Schrott (2009) diskuterar modeller för institutionalization i dennes redogörelse för olika dimensioner i teorin om mediatization. Schrott menar att konkurrensen mellan olika reglerande modeller är grundläggande för det sociala livet, och att det mellan två starka sociala modeller kan födas en mellanliggande struktur, som balanserar dödläget och erbjuder en förlikning. Avtäckandet av en sådan förlikning mellan ordningar i media och andra kontexter kan därefter indikera effekter knutna till mediatization, menar Schrott.

För att tillämpa resonemanget på diskussionen om mediologiken i fallet Kony 2012, bör man återigen belysa resonemanget ovan. Det har alltså riktats skarp kritik mot hur presentation, urval och format bidragit till en onyanserad och förenklad bild av verkligheten. En effektsökande bild som har skapats av organisationen enbart för att uppfylla deras egna syften. Kritiken mot den vacklande nyansen och relevansen i presentationen av händelser kring Joseph Kony och förutsättningarna för dem, kan då sägas representera en viss social ordning. En ordning där neutralitet, källkritik och saklighet är högt prioriterade normer, och en ordning där engagemang och inblandning måste ske utifrån dessa premisser.

Denna ordning ställs sedan mot den mediologiska verkligheten som kampanjen och filmen arbetar ifrån. Strategier och anpassningar i innehåll och utförande, för optimal genomslagskraft i samhället, kan med den tidigare diskussionen om sensationsjournalistiska metoder som grund, sägas vara genretypiska för medieuttryck vars primära syfte är att nå ut och bli uppmärksammade. Här blir istället villkoren för engagemang och inblandning hänvisade till faktorer som medmänsklighet, känslor, orättvisa, och argumentet att alla faktiskt kan göra skillnad i ett problem som tidigare verkade vara omöjligt att greppa.

Mellan dessa motpoler kan således också en slags förlikning skönjas. Jason Russel uttalar sig reflekterande om hur filmen är avsiktligt förenklad och onyanserad, för att erbjuda en väg in i diskussionen. Nästan samtidigt uttrycker en svensk 18-åring glädje och hänförelse gentemot filmen och engagemanget som den väckt bland ungdomar, trots kritiken som riktats mot kampanjen. En hög medvetenhet blottas följaktligen både av filmskapare och av mottagare, då de enas i en uppfattning om att formatet kan sägas vara nödvändigt och nyttigt för att bidra till vidare diskussion. En delad uppfattning av verkligheten som är svår att urskilja såväl i filmens formmässiga strategi som i kritiken av densamma, men som blir uppenbar i den reflexiva diskussion som här uppstår som en konsekvens av mötet mellan media och social ordning.

Belägg för denna förlikning mellan två konkurrerande ordningar kan alltså sägas indikera förekomsten av metaprocesen som är mediatization. I fallet Kony 2012 blir dessutom de konkurrerande ordningarnas karaktär något som i sig kan sägas vara signifikativt för teorin. Detta då media och sociala strukturer här möts i något som kan analyseras som en gemensam, reflexiv kultur.

## 7. Diskussion

---

Filmen Kony 2012, kampanjen, och diskussionen som fördes om rörelsen i pressen måste sägas kunna belysa teorin om mediatization på ett tydligt sätt. De tre olika aspekterna som behandlas i analysen representerar, var för sig, viktiga diskussioner i den teoretiska bakgrunden. Mediernas inflytande i det politiska samhället blir en relevant diskussion då det grundläggs både i filmens syfte att påverka beslutsfattare och bilda opinion, och i en betydande del av forskningsfältet. Detta då *medialisering* är ett av de begreppen som först berörde den tanke som gällande forskning om mediatization utgår från.

Den teknologiska evolutionens betydelse är den aspekt som på förhand kanske ter sig mest uppenbar, då rent materiella verktyg är det som gör informationsflödets vägar genom samhället möjliga. Ämnet blir också relevant att teoretisera då konsekvenserna av tillgänglighet och bra kommunikativa möjligheter ger avtryck i såväl filmens rekordartade spridning, som i förändringar i vårt vardagliga sociala beteende.

Medielogikens relevans är också fast förankrad i både teori och material. I materialet är kritik mot filmens förenklade presentation av verkligheten ofta förekommande. I teorin är medielogiken också flitigt behandlad, i en diskussion om huruvida den ska tolkas som en ensam logik för medierna. I denna uppsats, och i fältet i övrigt, tjänar man på att se medielogiken som ett sätt att förklara de val som görs rörande urval och presentation i ett visst avseende. Att begränsa den medielogiska diskussionen till gällande kontext är således inte något som begränsar själva teorin om medielogik, utan snarare ett sätt att kunna applicera begreppet i ett bredare sammanhang.

Med hänsyn till den teoretiska bakgrunden och till fallets natur, är det de ovan nämnda aspekterna som visat sig vara mest relevanta för att beskriva tendenser i ett bredare perspektiv om förändring i samhälle och kultur. Argumenteringen för delarnas relevans kan sägas legitimera detta urval genom att påvisa funktionen de olika delarna har för det övergripande synsättet, och för kampanjen som sådan.

I frågan om hur man kan tydliggöra den teoretiska bakgrunden genom att studera mötet mellan fallet och centrala teman i diskussionen kring mediatization, är det konsekvenserna som följer av just dessa möten som kan sägas vara det väsentliga. Möten i var och en av de olika huvudaspekterna där ett ömsesidigt påverkansförhållande bildas, och en dubbelriktad anpassning kan skönjas, kan också belysa konkreta tendenser i processen mediatization.

Fallet Kony 2012 kan också sägas exponera detta möte på olika sätt, beroende av vilken aspekt som ligger som grund. I frågan om opinionsbildningen och samhällets engagemang i fallet kan sambandet förklaras utifrån hypotesen att verklighetsbeskrivningar och budskap som formas genom medierna får allt större betydelse för våra egna normer och värden. Vi engagerar oss sedan utifrån dessa normer i tron att de är tillförlitliga, och när traditionella politiska mönster måste anpassas till folkets ståndpunkter, mynnar problemet ut i en fråga om ansvar för de påtagliga konsekvenser som detta scenario kan föra med sig. En generaliserande slutsats rörande detta ska inte göras, men genom att se teorin genom kampanjen kring Kony 2012 måste ett sådant problem ändå tolkas som möjligt och närvarande i processen som uppstår.

I diskussionen om teknologins betydelse är filmens övergripande syfte, och den avslutande uppmaningen, att sprida vidare videon, det mest påfallande. Tillsammans med de vidsträckta möjligheterna för kommunikation, och kraven på tillgänglighet som den teknologiska evolutionen erbjuder, blir förutsättningarna att påverka samhället mycket goda. När dessutom filmens genomslag blir en nyhet i sig, behöver mottagaren inte ens ta ställning i frågan för att bli en siffra i den statistik som sedan kan användas som ren marknadsföring i kampanjens syften.

Med avseende på medielogikens roll i fallet måste det åter nämnas, hur medvetet både filmskaparen och privatpersonen som refereras uttrycker sig. Trots att den kritik som riktats mot kampanjen främst berör framställningens vinkling och dramatiserade bild av verkligheten, visar både sändare och mottagare upp en inställning som menar att detta är nödvändigt. För att alls kunna uppfylla sitt syfte, måste således filmen formas efter vad samhället behöver för att reagera och sedermera agera i en viss kontext. Detta kan sägas vara en konsekvens av hur medierna har format samhället till denna förutsättning, likväl som att konsekvenserna av just filmen Kony 2012, i framtiden blir bidragande till att dessa villkor vidmakthålls.

### ***7.1. Reflektioner och vidare forskning***

Genom att exponera centrala aspekter i den breda teoribildningen kring mediatization kan man, i ljuset av verkligheten, introducera mer konkreta diskussioner om mediernas betydelse för sociala strukturer vi lever genom. Fördelen i att anta ett perspektiv som mediatization kan sägas vara att dessa aspekter sedan också kan relateras till varandra, som en del av en större teoribildning, eller som en del i en fallstudie som Kony 2012. I detta avseende är perspektivet mycket uppslagsrikt.

I en studie av det här slaget kan tendenserna dock bara analyseras just i förhållande till vad som sägs i forskningen, och egentligen inte studeras i egenskap av den utvecklingsprocess som mediatization ofta beskrivs som. Konkretiseringen kan därför sägas vara begränsad till själva diskussionen om mediatization, snarare än att konkretisera mediatization som process.

För att närmare undersöka själva processen, utvecklingar i den, och skapa en tydlig bild av händelseförloppen som visas, kan istället en komparativ studie göras, över längre tid. Genom att undersöka två likartade fall, och sedan se till skillnader som kan förklaras genom mediernas betydelse, kan man bemöta och klarlägga den övergripande processen mer precist. Problemet med en sådan studie kan, med stöd i forskningsfältets



reflektioner, sägas vara att man då måste se till smalare faktorer i fallen och studera dem mer isolerat från andra aspekter, för att tydligt kunna belysa själva utvecklingen.

Med detta följer risken att man då förlorar den breda ansats som perspektivet i viss mån kräver, för att studien ska bidra till just den breda teoribildningen som är mediatization. Genom att spekulera i ett sådant scenario, kan man således också mer åskådligt begrunda de svårigheter som tidigare beskrivits, rörande olika begreppsliga världar och den svårdefinierade ansatsen att vara både övergripande och inkluderande i studier om mediernas betydelse.

## Referenslista

---

## **Böcker**

Bauman, Zygmunt (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos

Björnsson, Anders & Luthersson, Peter (red.) (1997). *Medialiseringen av Sverige*. Stockholm: Carlsson

Chadwick, Andrew (2006). *Internet politics: states, citizens, and new communication technologies*. New York: Oxford University Press

Hepp, A, (2010) "Researching 'mediatised worlds': Non-mediacentric media and communication research as a challenge", I Cammaerts, B, Carpentier, N, Kilborn, R, Nieminen, H, Olsson, T, Pruulmann-Vengerfeldt, P, Sundin, E & Tomanic- Trivundža (red.) *Media and Communication Studies interventions and intersections* [Elektronisk], ss. 37-48. Tillgänglig: [http://www.researchingcommunication.eu/reco\\_book6.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/reco_book6.pdf) [2012-05-22]

Hepp, Andreas, Krotz, Friedrich, Moores, Shaun & Winter, Carsten (red.) (2008). *Connectivity, networks and flows: conceptualizing contemporary communications*. Cresskill, N.J.: Hampton Press

Hepp, A (2009) Differentiation: Mediatization and Cultural Change. I Lundby, Knut (red.) (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang, ss. 139-157.

Krotz, F. (2009) Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. I Lundby, Knut (red.) (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang, ss. 21-40.

Lundby, Knut (red.) (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang

Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.) (2004). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur

Rothenbuhler, E (2010) From media events to ritual to communicative form. I Couldry, Nick, Hepp, Andreas & Krotz, Friedrich (red.) (2010). *Media events in a global age*. London: Routledge, ss. 61-75.

Schrott, A. (2009) Dimensions: Catch-All Label or Technical Term. I Lundby, Knut (red.) (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang, ss. 41-61.

Strömbäck, J & Esser, F. (2009) Shaping Politics: Mediatization and Media Interventionism. I Lundby, Knut (red.) (2009). *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Lang, ss. 205-223.

Tomlinson, J. (2008) "Your life – To Go": The cultural impact of new media technologies. I Hepp, Andreas (red.) (2008). *Connectivity, networks and flows: conceptualizing contemporary communications*. Cresskill, N.J.: Hampton Press, ss. 59-68.

Wilhelm, Anthony G. (2004). *Digital nation: toward an inclusive information society*. Cambridge, Ma: MIT Press

### **Artiklar**

Couldry, N, 2008, "Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling", *New Media & Society*, vol. 10, nr. 3, ss. 373-391.

Hjarvard, S, 2008, "The mediatization of society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change", *Nordicom Review*, vol. 29, nr 2, ss. 105-134.

Mazzoleni, G, & Schulz, W 1999, "'Mediatization of politics: A challenge for democracy?', *Political Communication*, vol. 16, nr 3, ss. 247-261.

Schulz, W, 2004, Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept, *European Journal of Communication*, vol. 19, nr 1, ss. 87-101.

### **Multimedia**

Kony 2012 (2012). <http://www.Youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc>, Tillgänglig: [2012-05-23]

### ***Tidningsartiklar***

Barkman, Clas (2012). Filmen om Kony engagerar världen. [Elektronisk] *Dagens Nyheter*, 10 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

Film om ökänd gerilla väcker debatt (2012) [Elektronisk] *Aftonbladet*, 9 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

Flood, L & Sörbring, G (2012). Hur reagerade du när du såg filmen ”Kony 2012”? [Elektronisk] *Dagens Nyheter*, 10 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

Haimi, Rebecca (2012). Kritik mot succékampanjen ’Kony 2012’. [Elektronisk] *Dagens Nyheter*, 8 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

Högström, Erik (2012). Filmen om Joseph Kony får hård kritik. [Elektronisk] *Expressen*, 8 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

Karlsten, Emanuel (2012). Emanuel Karlsten: ”Kony 2012” en debatt helt utan vinnare. [Elektronisk] *Dagens Nyheter*, 13 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

Schreiber, Johanna (2012). Kony-filmare ger sina kritiker rätt. [Elektronisk] *Expressen*, 12 mars. Tillgänglig: Mediearkivet [2012-05-23]

### ***Bilaga 1***

*Rubrik*

*Tidning*

*Publicerad*

---

Kritik mot succékampanjen `Kony 2012`	 DN	2012-03-08 16:29
Filmen om krigsherren har spridits av miljoner	 Expressen	2012-03-08 19:50
Filmen om Joseph Kony får hård kritik	 Expressen	2012-03-08 19:50
Över 40 miljoner har sett internetkampanjen mot Joseph Kony	 Aftonbladet	2012-03-09
40 miljoner har sett hans grymheter på You Tube	 Expressen	2012-03-09
När Kony blir som Kurt	 Expressen	2012-03-09
När Kony blir som Kurtz	 Expressen	2012-03-09 12:21
Film om ökänd gerilla väcker debatt	 Aftonbladet	2012-03-09 13:21
Film om ökänd gerilla väcker debatt	 SVD	2012-03-09 14:07
Ex-barnsoldat stöder filmen om Kony	 SVD	2012-03-10 02:14
Ex-barnsoldat stöder filmen om Kony	 Aftonbladet	2012-03-10 02:33
Hur reagerade du när du såg filmen "Kony 2012"?	 DN	2012-03-10
Rekordspridning av Kony-klippet	 DN	2012-03-10
Filmen om Kony engagerar världen	 DN	2012-03-10
Kampanj kritiseras	 SVD	2012-03-10
Ex-barnsoldat stöder filmen om Kony	 Aftonbladet	2012-03-10 05:11
Kony-filmare svarar på kritik	 SVD	2012-03-10 12:22
Krigsherren Konys offer berättar	 Expressen	2012-03-10 17:42
Veckans klipp	 DN	2012-03-11
300000 barn är soldater - men de blir färre	 DN	2012-03-11
Lätt att ta till vapen för ett mål mat	 DN	2012-03-11
"Respektlöst försöka tjäna pengar på Konys namn"	 DN	2012-03-11
Svårt anpassa barnsoldater till normalt liv	 DN	2012-03-11
Ingen kunglig gäst på festen	 DN	2012-03-11
Kony 2012 på både gott och ont	 SVD	2012-03-11
Kony 2012 på både gott och ont	 SVD	2012-03-11 05:01
Svårt att anpassa barnsoldater till ett normalt liv	 DN	2012-03-11 08:07
Respektlöst försöka tjäna pengar på Konys namn	 DN	2012-03-11 10:19
Kony-filmarens svar till kritikerna	 Expressen	2012-03-11 18:00
Kony-filmaren ger sina kritiker rätt	 Expressen	2012-03-12

tre personer i dagens tidning	📄 DN	2012-03-13
Emanuel Karlsten: "Kony 2012" en debatt helt utan vinnare	📄 DN	2012-03-13
Ny Kony-film bemöter kritiken	🌐 DN	2012-03-13 11:02
Tröstens röst i oroliga tider	📄 DN	2012-03-14
Tvingade barnen kriga - dömd	📄 Expressen	2012-03-15
Först att bli dömd i Haag	📄 SVD	2012-03-15
Kony - på riktigt	📄 DN	2012-03-16
Kony - på riktigt	🌐 DN	2012-03-16 11:37
Kony-filmare omhändertogs av polis	🌐 Aftonbladet	2012-03-16 23:35
Kony-filmare drabbad av svårt sammanbrott	🌐 Expressen	2012-03-16 23:36
Kony-filmare naken på gatan - greps	🌐 SVD	2012-03-16 23:46
Kony-filmare naken på gatan - greps	🌐 Aftonbladet	2012-03-16 23:47
Kony-filmare greps i kalsonger	📄 Expressen	2012-03-17
Hustrun: Därför bröt Kony-filmaren ihop	🌐 Expressen	2012-03-17 22:37
Därför bröt Konyfilmaren ihop	🌐 Aftonbladet	2012-03-18 01:41
KONYS OFFER	📄 Expressen	2012-03-18
Simpelt men effektivt om ondskan	📄 DN	2012-03-19
Rättelser	📄 SVD	2012-03-20
Fredrik Strage. Glöm inte att ninjasköldpaddorna är heliga för en hel	📄 DN	2012-03-23
5 000 soldater ska jaga Kony	🌐 Aftonbladet	2012-03-23 20:39
Välkommen	🌐 DN	2012-03-23 22:13
FN fick tips om Joseph Kony	🌐 Aftonbladet	2012-03-23 22:13
FN fick tips om Joseph Kony	🌐 SVD	2012-03-23 22:40
FN fick tips om Joseph Kony	📄 DN	2012-03-24
Nya tips om Joseph Kony	📄 SVD	2012-03-25
Ett hån mot Uganda	📄 Aftonbladet	2012-03-26
Youtube-succén ett hån mot Uganda	🌐 Aftonbladet	2012-03-26 09:50
Är det bra att medier påverkar oss mycket?	📄 Aftonbladet	2012-03-27
Den vita räddaren	📄 DN	2012-03-29

ICC: Kony grips i år	 SVD	2012-04-01 02:30
ICC: Kony grips i år	 Aftonbladet	2012-04-01 02:41
Välkommen	 DN	2012-04-01 05:51
Åklagare: Tror att Kony grips i år	 Expressen	2012-04-01 17:37
Nu släpps uppföljare om Kony	 Expressen	2012-04-02
Kony kan gripas i år	 DN	2012-04-02
Pressas av barnen - för att stoppa Kony	 Expressen	2012-04-03 18:00
En annan dimension av världen	 DN	2012-04-05
Efter hårda kritiken - nu släpps ny Konyfilm	 Expressen	2012-04-05 21:42
Andra film om Joseph Kony släppt	 Aftonbladet	2012-04-05 23:47
Välkommen	 DN	2012-04-05 23:50
Andra film om Joseph Kony släppt	 SVD	2012-04-06 00:13
FRÅGA EXPRESSEN	 Expressen	2012-04-07
Ola Larsmo: Ingen kan nutvivla på att de var journalister	 DN	2012-04-10
Gamla stjärnor på ny nivå	 DN	2012-04-18
Joseph Kony måste fångas - med rättvisans hjälp	 Aftonbladet	2012-04-20 11:33
Svenske safariguide fängslad i Afrika	 Expressen	2012-04-22
"Det förekommer tortyr i landet"	 Expressen	2012-04-22
Svensk safariguide fängslad i Afrika	 Expressen	2012-04-22 16:51
Drömmen blev till en mardröm	 Expressen	2012-04-23
Domen som skakar krigsherrarna	 DN	2012-04-27
Stora konflikter i landet	 Expressen	2012-04-30
Kony uppges ha stöd av Sudan	 SVD	2012-04-30 05:16
Kony uppges ha stöd av Sudan	 Aftonbladet	2012-04-30 05:18
Svårt för USA:s elitsoldater att fånga Kony	 DN	2012-04-30 11:05