

Paddy Scannell (red.): *Broadcast Talk*, 1991, London: Sage.

Talen er over os. I en lang årrække har billedanalysen stået i medieforskningens centrum. Tale – og lyd i det hele taget – har henslæbt en ret ubemærket eksistens, typisk som nødtørftigt supplement til forståelsen af de mere moderne og spændende elektroniske billeder. Det »billede« er nu ved at vende, og både i udlandet og herhjemme kommer der en række bøger, der har mediernes tale og lyd som sit primære genstandsfelt. Analysen af radio er blevet opprioriteret, og tale/lyd-siden af det audiovisuelle udtryk er blevet anerkendt som det ligeværdige element, som det retteligen bør være.

Til grund for denne fornyede interesse ligger en opvurdering og fornyelse af pragmatikken, men det er en mere differentieret og sociologisk orienteret pragmatik, end den vi kender fra Austin og Searle, der er på dagsordenen i disse medietaleanalyser.

Broadcast Talk, der er redigeret af Paddy Scannell, er en ypperlig repræsentant for denne tendens. Ud over Scannells indledning rummer den 9 forskellige analyser af tale i radio og TV. Bidragene udgør ikke en enhed i teoretisk eller metodisk forstand, men »angriber« medie-talen ud fra traditioner som etnometodologi, semantisk diskursanalyse, mere »ren« pragmatik, organisationsanalyse m.fl. For nogle er talen selve det centrale objekt man ønsker at nå til forståelse af, for andre er taleanalysen snarere et middel til at belyse andre, mere historiske eller sociologiske forhold.

Et vigtigt fælles udgangspunkt er dog en grundsociologisk antagelse: at tale i radio og TV er institutionelt styret, hvilket først og fremmest indebærer, at der i de enkelte programmer og gener er en præallokering af de medvirkendes sociale roller og dermed bestemte talepositioner i forhold til det enkelte programs institutionelt bestemte kommunikative intention. Det er en vigtig pointe i mange af analyserne, at denne præallokering af talepositioner ikke kun skal forstås som et element i medieinstitutionernes ideologiske magtudøvelse, men tillige er et nødvendigt element for at definere den medieskabte tale-situation og dermed sikre modtagernes forståelse af programmet. Og den er et resultat af, at medie-talen ikke føres for de involverede parter, men først og fremmest udøves for at blive overhørt af et ikke-tilstedeværende publikum. De faste konventioner for denne præallokering af bestemte roller er tillige med til at gøre radio og TV-tale til et genkendeligt fænomen, der rutinemæssigt kan føje sig ind i hverdagslivet.

Denne opfattelse af den medieformidlede tales

institutionelle karakter overflødig gør ikke spørgsmålet om magt, men muliggør tværtimod en nuanceret og detaljeret analyse af det kulturelle og sociale konfliktfelt, der regulerer, hvad der tales om hvornår, hvem der taler med hinanden, hvordan man taler med hinanden – og hvad der slet ikke må tales om.

Hvad der *ikke* må siges, er genstandsfeltet for antologiens første analyse, hvor Peter M. Lewis foretager en historisk analyse af regler for ukorrekt sprogbrug i BBC's dramaafdeling. Lewis's ærinde er ikke kun at påvise restriktionerne for brug af bandeord o.lign., men især at vise hvordan brugen af sproget i dramaproduktioner til stadighed er blevet reguleret gennem en afvejning af forskellige aktørers interesser i og uden for BBC-organisationen: redaktørerne, manuskriptforfattere, publikum, politiske fraktioner etc.

Hvordan man taler til hinanden er genstand for John Corners interessante analyse af tidlige TV-dokumentarprogrammer i det engelske ITV. Han demonstrerer, hvordan man i den tidlige TV-dokumentarisme endnu ikke havde fundet en konsistent form; man forstod at interviewet var velegnet til at dokumentere et hverdagsagtig møde med andre (sprog)kulturer, men arven fra filmdokumentarismen og de sociale snobbearrierer stod i vejen.

Tre artikler af Steven E. Clayman, Sandra Harris og Greg Garton m.fl. tager den politiske kommunikation op til tale-behandling: Clayman giver en detaljeret analyse af konventionerne for hvordan nyhedsinterviews indledes og dermed indrammer politiske diskussioner indholdsmæssigt og forståelsesmæssigt. Harris giver en analyse af politikeres tale i interviewsituationer og viser, at politikere generelt svarer langt mere undvigende end andre interviewpersoner – Vi vidste det jo nok, men så er det dokumenteret! Garton m.fl. giver en mere overordnet diskursanalyse af den politiske debat under den engelske valgkamp i 1987.

Bogens sidste fire artikler – efter min mening de mest interessante – behandler den type programmer, hvor mediernes tale bliver til »snak« og får modspil fra modtagere, enten ved at de ringer eller skriver ind eller interagerer per substitut gennem studiepublikummets »medsnakken«. Ian Hutchby giver en glimrende systematisk fremstilling af et sådant »phone-in« programs konversationelle logik og forløb og påpeger nogle punkter, hvor konversationen adskiller sig fra intimsfærens konversation. Martin Montgomery giver ligeledes en interessant analyse af de fortælle-mæssige strukturer i en DJ's oplæsning af læserbreve.

De sidste to artikler af Andrew Tolson samt Gra-

ham Brand og Paddy Scannell er mere kulturelt og historisk fortolkende; de prøver at analysere talens betydning i konstruktionen af bestemte medieidentiteter, den engelske DJ Tony Blackburn, Dame Etna, m.fl. Tolson argumenterer for et delvist skifte inden for Talk-show genren: hvor den oprigtige mediepersonlighed tidligere illuderede at tale ud fra personlig erfaring, er nyere tale-værter mere åbenlyst syntetiske, og de spiller åbenlyst på det underholdende ved den uoprigtige og uhøflige performance. Brand og Scannell interesserer sig for hvordan en DJ opbygger sin identitet over tid, og hvordan denne identitet til stadighed bekræftes og udbygges gennem konversation med lyttere.

Antologiens forskellige indlæg stritter noget i forskellig retninger, og bærer præg af at være en sammenstyknings af forskellige bidrag, der ikke i udgangspunktet var tænkt sammen. Scannells indledende teoretiske overvejelser følges da heller ikke rigtigt op i bidragene. Hans fremhævelse af H.P. Grices konversations-maximer og Levinsons begreb om den implicite mening som centrale kategorier udvikles ikke, heller ikke i Scannells egen analyse. Samlingen giver ikke nogen systematisk introduktion til forskellige tale-analysetraditioner. Hermed er ikke sagt, at indlæggene er teoretisk uinformerede; en række artikler er ganske præcise med deres begrebsmæssige forudsætninger. Men bogen er først og fremmest tænkt som en demonstration af forskellige traditioner, når de trækker i arbejdstøjet.

Broadcast Talk giver inspiration og lyst til at arbejde videre med mediernes tale; den argumenterer overbevisende for, at det er lige så vigtigt at bruge ørerne som øjnene, også når man næste gang sætter sig for at se fjernsyn.

*Stig Hjarvard, forskningsadjunkt
Institut for film- og medievidenskab
Københavns Universitet*

**Niklas Luhmann: *Sociale systemer. Grundrids til en almen teori.*
Munksgaard, København 1993.
(Udgivet på 2 edb-disketter)**

En af de dominerende metaforer i medieforskningen er metaforen for kommunikation: At kommunikation er overførelse af en meddelelse fra en afsender til en modtager via en kanal – et medie. Modellen kan udbygges (med gatekeepers, »støj« i kommunikationen, meningsdannere på vej til den endelige modtager, »samfundet« der – som regel i

form af en kasse – omgiver kommunikationen, osv.), eller den kan sofistikeres, f.eks. ved at sige, at en afsender kan sende til mange modtagere, eller ved at gå tættere på de enkelte instanser i kommunikationen: lave institutionsanalyser af afsenderen, receptionsanalyser af modtageren, medieanalyser af kanalen, indholds- eller æstetiske analyser af budskabet. Under alle omstændigheder: kommunikationsmodellen er tilsyneladende den dominerende almene antagelse, den metafor der strukturerer de mange mere konkrete betragtningsmåder.

Men hvad nu hvis denne metafor slet ikke er den bedste metafor til at forstå den sociale kommunikations fænomener? Hvad nu hvis denne metafors forudsætninger ikke er sande? Lad os se på forudsætningerne: En af dem er, at afsender og modtager er åbne systemer: At »noget« – en meddelelse – kan transporteres ud af det ene system og ind i det andet. Men hvad nu hvis de er lukkede systemer? Hvad nu hvis de repræsenterer hver sin verden, hver sin forståelse? Så kan kommunikation ikke foregå som transport af meddelelser fra instans til instans.

En anden er, at der findes »noget«, som kan transporteres. Information, f.eks., sådan som Shannon og Weaver i sin tid foreslog med deres matematiske kommunikationsteori. Men gør der det? Jo, naturligvis kan vi iagttage de elektroniske impulser i en telefonledning, eller lydbølgerne i det fysiske rum. Men udbreder »meddelelser« sig på samme måde? Kan vi iagttage dem som fænomener, som impulser på vej fra afsenderen til modtageren? Eller er de ikke snarere konstruktioner: Konstruktioner hos afsenderen og konstruktioner hos modtageren, der ikke nødvendigvis er identiske.

Endelig er det en implicit forudsætning, at kommunikation foregår mellem individer. Den ene sender informationer til den anden. Men er det en sand forudsætning? Er det ikke sådan, at individer tænker (snarere end at kommunikere)? Er det ikke først sociale systemer, der kommunikerer?

Hvis der nu er noget om disse betragtninger, hvordan skal kommunikation da så forstås? Ifølge Luhmann er kommunikation et socialt systems selektion i dets omverden på grundlag af selvreference. Lad mig tage et eksempel: Inden for et videnskabeligt samfund gør der sig bestemte antagelser gældende. Man arbejder inden for et bestemt paradigme, og både undervisning, lærebøger, empirisk forskning og teoretisk diskurs foregår inden for dette paradigmes grundantagelser. Fænomener i omverdenen selekteres med andre ord på grundlag af det videnskabelige samfunds henvisning til sine egne antagelser. Men på et tidspunkt forstyr-

res disse antagelser. I første omgang forsøger det videnskabelige samfund at lukke af mod forstyrrelserne, eller det forsøger at omfortolke dem. Men det kan også ske, at den bryder sammen under dem, og må opgive sine hævdvundne antagelser. Et paradigme er blevet udskiftet med et andet. Der er, som Kuhn har sagt, sket en videnskabelig revolution.

Men det, der er sket, er, at pågældende videnskabelige samfund er blevet udsat for en udefrakommende forstyrrelse, og forstyrrelsen har haft en sådan karakter, at den har fremkaldt ændringer i pågældende samfunds grundantagelser. Men sjovt nok er ændringer ikke sket ved at impulsen udefra er »trængt ind« i systemet. Tværtimod er det systemet selv der igennem sine interne operationer har forandret sig, alene fordi fænomener i omverdenen var så komplekse (og dermed fremstod som »forstyrrelser«) at den ikke kunne håndtere dem.

Måske ligger metaforen »selektion« nærmere på det fænomen, vi kalder kommunikation, end metaforen »overførelse« eller »transport«. Måske er den bedre til at forstå et fænomen som mediebetings påvirkning; måske ligger den tættere på antropologisk inspirerede receptionsstudier; måske er den mere frugtbar for diskussionen af begreber som »sandhed«, »objektivitet«, »offentlig mening«.

Hvis man giver sig til at læse Niklas Luhmanns bog »Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie«, så er begrebet »kommunikation« blot et af mange sociologiske grundbegreber, der bliver taget op til revision. Bogen er Luhmanns hovedværk. Det er her, han gør samlet rede for sit videnskabelige arbejde, som blev påbegyndt i 1963, og som foreløbig omfatter ca. 50 videnskabelige monografier og knap 400 originale artikler. På dansk er han introduceret i Jens Christian Jacobsen (red.): »Autopoiesis«, Politisk Revy, København 1992, ligesom Ole Thyssen i »Penge, magt og kærlighed. Teorien om symbolsk generaliserede medier hos Parsons, Luhmann og Habermas«, Rosinante, København 1991 og i »Nutiden – det overfyldte rum«, Gyldendal, København 1993, enten introducerer eller er meget stærkt inspireret af Luhmann. Endelig vil jeg nævne det i Danmark udgivne tidsskrift »Cybernetics & Human Knowing«: Jeg har selv skrevet et par artikler om begreberne information (vol. 1 no. 4) og artificialitet (vol. 2, no. 2), og den tyske fødte, men nu amerikanske medieforsker Klaus Krippendorff havde i vol. 2 no. 1 en artikel om dominerende kommunikations-metaforer. Derimod synes han at være meget lidt kendt i danske medieforskerkredse, som nok kunne have gavn af at tage nogle af de snart naturgroede grundantagelser op til refleksion.

I 1993 udgav Munksgaard en dansk oversættelse på 2 disketter. Oversættelsen er foretaget af John Cederstrøm og Jens Rasmussen efter *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1984. Disketterne bruges således: Man ta'r disketterne, laver sig en ny mappe på harddisken, lægger filerne (fordelt på 12 kapitler samt forord, indføring og »indløb«, dvs. titelblad osv.) over i den, og læser derefter teksten ud på skærmen og printer ud efter behov. Den findes både i MS Word 5.0 til Macintosh og i WordPerfect 5.1 til DOS.

Bogen har været hundesvær at oversætte, og alt er ikke lykkedes lige godt. Men som arbejdsredskab ved siden af den tyske original er den glimrende. Og finder man på bedre formuleringer, så kan man jo bare ændre teksten, ligesom man kan ændre den 14 punkts Times med enkelt linjeafstand, hvis man bedre kan lide andre formater. Endvidere giver den læseren nye læsemuligheder: Man kan f.eks. åbne kapitel 4 om »kommunikation og handling« og søge på enkeltbegreber. Eller man kan søge på navne og f.eks. se hvor, hvordan og hvor ofte den chilenske biolog Maturana (som gav Luhmann det afgørende begreb »autopoiesis«) optræder og bruges af Luhmann. Der er derfor al mulig grund til at anbefale bogen (eller disketterne). Det er på mere end en måde fremtidens bog. Men køb den tyske original også. Og vær indstillet på at der skal arbejdes med de vante forestillinger, før de frugtbare »forstyrrelser« melder sig.

Lars Qvortrup
Center for Kulturstudier
Odense Universitet

Michael Skovmand and Kim Christian Schröder (eds.): *Media Cultures. Reappraising Transnational Media*. Routledge 1992. 222 s.

Media Cultures er en antologi bestående af 10 artikler, der er inddelt i 3 dele: 1. Media cultures: the historical process. 2. National and transnational media cultures. 3. Popular audiences and cultural quality.

Antologien har sat sig det mål at foretage en revidering af populære film og TV programmer med henblik på en mindre fordomsfuld forståelse af populærkulturen. Der er i første række tale om en revidering af transnationale fortrinsvis amerikanske medieprodukter.

Det er et tiltrængt og prisværdigt projekt, for

selvom TV spiller en stadig større rolle i danskerens tilværelse, så er det inferiørt overhovedet at tale om kvalitet i TV. På filmområdet er det efterhånden blevet almindeligt at tale om filmkunst, men som regel foretages samtidigt en afgrænsning til de populære filmgenrer herunder Hollywoodfilmene.

Media Cultures skriver sig ind i dikotomien mellem en elitær finkulturel kunsttradition og populærkulturen. Målet er en rehabilitering af populærkulturen lige fra *Lykkehjulet* og *Dollars* i TV til kultdyrkelsen af *The Rocky Horror Picture Show*.

I introduktionen foretager redaktørerne Kim Schrøder og Michael Skovmand et omfattende opgør kultureliten. Kritikken virker overfladisk, eftersom den ikke skelner mellem på den ene side Adornos og Horkheimers kulturradikale og politisk funderede kritik af populærkulturen og på den anden side Neil Postmans kulturpessimisme.

Med støtte i de seneste 10 års empiriske analyser af receptionen af medierne har medieforskningen korrekt forkastet Frankfurterskolens reduktionistiske forståelse af forholdet mellem tekst og modtager, hvor teksten entydigt dikterer den ideologiske påvirkning af modtagerne. Men benovelsen hos en række receptionsforskere over mødet med en kompleks virkelighed, og deres iver efter at fastholde modtagernes nuancerede receptionsformer har medført en tilsvarende reduktionisme, hvor de ofte totalt afskriver tekstens betydning.

Schrøder og Skovmands opgør med specifikt Frankfurterskolen og generelt kultureliten fører til en ny forståelse af forholdet mellem tekst og modtager, hvor det er modtageren, der er i centrum. En sådan forståelse er dog ikke nødvendigvis mindre fordomsfuld.

The consumption and enjoyment of American goods and popular culture thus came to serve for these working-class consumers as a symbolic resistance to the paternalism of the national cultural establishment. p. 7

Frankfurterskolens teori, der grundlæggende byggede på klassesamfundet, er erstattet af en teori om kulturkamp. Det er værd at lægge mærke til, at der i citatet er en reminiscens fra teorien om klassesamfundet, eftersom der tales om arbejderklasse frem for arbejdere.

De enkelte artikler i *Media Cultures* forholder sig løst til de overordnede problemstillinger opstillet i introduktionen. Der etableres ikke noget fælles metodisk og teoretisk udgangspunkt for en revurdering af populærkulturen. I stedet fremstår de

enkelte gennemgående meget interessante artikler som selvstændige bidrag, der mere eller mindre direkte forholder sig til antologiens mål.

Graham Murdock tematiserer i artiklen *Citizens, consumers, and public culture* forholdet mellem et public service og et kommercielt mediesystem. Murdock funderer sine analyser i offentlighedsteoriene, og han konkluderer på baggrund af en udfoldet historisk analyse, at hverken de kendte public service institutioner eller et kommercielt system har vist sig i stand til på en adækvat måde at tackle de aktuelle udfordringer, der stilles til borgerne i det moderne samfund. Uden nærmere at redegøre for den konkrete udformning advokerer han for etableringen af et nyt offentligt rum for en kommunikation, der er styret af et idealt krav om en politisk og en kulturel mangfoldig kommunikation til samfundets borgere.

David Morley diskuterer i artiklen *Electronic communities and domestic rituals* kulturel identitet i England. Han understreger, at forsøget på at fastholde en entydig national identitet er et led i en kulturel kamp mellem modstridende interesser. Han præciserer, at kampen mellem elitekulturen og populærkulturen har en lang historisk tradition, og han ser den udbredte anti-amerikanisme som et våben i denne kamp, eftersom de amerikanske produkter i vid udstrækning blev foretrukket af grupper, der traditionelt ingen kulturel magt havde.

I artiklen *Modernity and media panics* analyserer Kirsten Drotner, hvorledes de forandringer, der af fødes af det moderne, resulterer i genkommende mediepanikker. Disse mediepanikker skal ses som sociale og kulturelle magtkampe. Dels foregår der en kamp mellem fin- og populærkulturen ofte i form af den rationelle fornuft og oplysning over for det følelsesmæssige. Dels udspilles en kamp mellem den etablerede generation og ungdommen. Afslutningsvist sætter Drotner mediepanikkerne, der på trods af at påberåbe sig den rationelle fornuft er hæftige og følelsesladede, ind i en kulturel og psykoanalytisk forklaringsramme.

I *Postwar Americanisation and the revitalisation of European culture* giver Søren Schou en udfoldet redegørelse for den omfattende amerikanisering af den europæiske kultur efter anden verdenskrig. Det er Schous pointe, at der specielt i det første årti efter krigen var tale om, at den amerikanske påvirkning var med til at revitalisere den europæiske kultur. Det skyldtes blandt andet, at en række europæiske kunstnere, der var flygtet fra krigen, formåede af nød eller lyst at udøve deres kreative talent inden for den amerikanske underholdningsindustri. Det er derfor vigtigt, at fastholde et mere nuanceret billede af den amerikanske påvirkning,