

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 hævdevundne 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 tyskfødte, 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 tar 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 danskerne 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 afledes 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,

der ud over Coca Cola og Anders And ligeledes rummede jazzmusik og Orson Welles.

Skovmand går i *Barbarous TV international* til hjertet af populærkulturen. Han analyserer 1980'ernes absolutte seersucces inden for quizgenren *Wheel of Fortune*. Skovmand understreger, at der er foretaget yderst begrænset forskning inden for quiz genren, fordi genren sædvanligvis ikke tillægges nævneværdig kulturel betydning, og derfor ikke er værd at ofre akademisk interesse. Det er derfor beklageligt, at Skovmand ikke har inddraget Bo Damgaards bog om quiz'en *Men nu til noget helt andet*. Damgaard tager her genren alvorligt og forholder sig til en dansk quiztradition, der rummer anderledes kvaliteter end *Lykkehjulet*. En mulig årsag til udeladelsen kan være, at Skovmand, der lægger vægt på, at quiz programmer skal betragtes som en kulturel praksis frem for en tekst, kun sekundært synes at være interesseret i tekstens specifikke kvaliteter.

I artiklen *Cultural quality: search for a phantom?* lægger Schröder også vægt på receptionen i et sjældent forsøg på at opstille kvalitetskriterier for TV programmer. Han fastholder, at programmerne skal bibringe seerne en etisk, en æstetisk og en ekstastik oplevelse for at have kvalitet. Det er således receptionsforskerne, der skal dokumentere programmernes kvalitet, men eftersom de empirisk funderede eksempler, som Schröder inddrager, virker vilkårlige uden tilknytning til distinkte tekstlige forhold, så må kvalitet betragtes som en egenskab hos seeren. Teksten er væk.

Anne Jerslev *Semiotics by instinct* og Ib Bondebjerg *Intertextuality and metafiction* har bidraget med væsentlige artikler hentet fra deres aktuelle bøger. I begge tilfælde er der tale om æstetisk interessante forhold vedrørende marginaliserede (kultfilm) og elitekulturelle (*The Singing Detective*) forhold.

Til sidst skal nævnes at Jostein Gripsrud i *French-American connection* har foretaget en sammenlignende analyse af den franske film *A bout de souffle* og den amerikanske genindspilning *Breathless*. Og Peter Larsen har i *More than just images: the whole picture* foretaget en sammenlignende analyse af CNN's og NRK's dækning af golfkrigen.

Hanne Bruun, stipendiat
Institut for informations- og medievidenskab
Århus Universitet

Knut Lundby: *Mediekultur*. Universitetsforlaget, Oslo 1993. 165 sider.

Knut Lundby er førsteamanuensis ved Institut for Medier og Kommunikation ved Universitetet i Oslo, med en uddannelsesmæssig baggrund som religionssociolog. *Mediekultur* er en del af et større projekt – om »Media -Religion – Kultur« med basis i det Teologiske Fakultet ved Uppsala Universitet, og denne bog burde retteligere være betitlet Media/Religion/Kultur.

Undertitlen på bogen lyder:

Når mediene får en nøkkelrolle i det sociale liv, preger dette de kulturelle omgivelsene. Radio, fjernsyn, aviser, blader, bøger og andre formidlere inngår i vårt kommunikationsmiljø. Mediene former en mediekultur.

Det lyder jo lovende, og ambitiøst: en totalanalyse af samspillet mellem det sociale liv, kulturen i almindelighed og mediene. Desværre kan bogen ikke leve op til dette brede sigte. Begyndelsen er ellers lovende: En sammenligning mellem mediedækningen af kroningen af den engelske Kong George VI i 1937, og af Elizabeth II i 1953. I 1937 blev kun radioen lukket ind i kirken, medens det nystartede britiske fjernsyn måtte holde sig udenfor. I 1953 forholdt det sig ganske anderledes: det blev en mediebegivenhed, en *media event* (med refetence til Dayan og Katz), hvor TV i højere grad *gestaltede* end *dækkede* begivenheden. I 1937 kunne radioen i al ubemærkethed netop dække begivenheden; i 1953 er kroningen iscenesat med TV for øje, og øre.

Lundby bruger dette eksempel til at indføre Pitrim A. Sorokin, den russisk-ortodokse sociolog, og hans begreber om betydning og formidling. Hovedpointen er at al kommunikation kræver formidlere, som bærer betydningsindholdet i den sociale og kulturelle relation mellem dem som deltager. Formidlerne er selv en del af ethvert sociokulturelt fænomen (s.17). Dette gælder både almindelig mellem menneskelig kommunikation og kommunikation via tekniske medier. Dette betyder, at det er uden mening at skelne mellem »direkte« og »indirekte« kommunikation. For at vende tilbage til kroningseksemplerne: begge var »kommunikationsbegivenheder«, men 1953 var i modsætning til 1937 også en »mediebegivenhed«.

Herefter går Lundby over til en serie af begrebsafklaringer, som, afbrudt af religionssociologiske eksempler, varer bogen ud. Habermas' begreb om kommunikativ handling (overfor strategisk og instrumentel handling) introduceres, sammen med begreberne 'tradition' og 'innovation'. Hernæst vi-

dereføres Sorokins sociologibegreber: samfund, kultur og personlighed -begreber som hævdes centrale også for både Giddens, Habermas og Bourdieu, en påstand, der må siges at være problematisk.

Dernæst introduceres begrebet »kommunikationsmiljø«, som en lokal enhed af kommunikerende personer i en kultur. Også Habermas' distinktion mellem livsverden og system nævnes.

I de følgende kapitler præges diskussionen af mere religionssociologiske overvejelser, hvor især Durkheim og Webers positioner beskrives i forhold til begreber som modernitet, sækularisering, forskansning og tilpasning. Eksempler om sven-skeres religiøse tilpasning til det amerikanske samfund, og Billy Grahams manglende gennemslagskraft i Europa fremføres. I det afsluttende kapitel refereres en række opfattelser af TVs rolle i mediekulturen (Katz & Liebes, Fiske, Altheide & Snow, Raymond Williams og mange flere). Problemet med dette kapitel er også problemet med bogen som helhed: den er for meget forskningsberetning og for lidt problematisering og diskussion af begrebernes anvendelighed. Paradigmer og tankesæt, der er indbyrdes konfliktende, refereres parallelt.

Mediekultur har givetvis til hensigt at levere en undersøgelse af eksisterende begrebsdannelser indenfor det »mediekulturelle« felt, med en tydelig intention om, at disse begrebsdannelser skal være hensigtsmæssige i forhold til det religions-sociologiske område. Det er denne intention, der skævrider bogen. Den ønsker øjensynlig at være både en mediesociologisk teorianalyse og det teoretiske afsæt for en medie/religionssociologi. I den ene sammenhæng prøver den at beskrive teori-dannelserne omkring »mediekulturen« bredt – og bliver lidet mere end et kompendium. I den anden sammenhæng opsøger den en række »fromme«, dvs. ikke-materialistiske sociologer og kulturforskere, hvis begreber imidlertid synes underligt uskarpe i forhold til konkrete medie-kulturanalyser.

Man må spørge sig, hvilken målgruppe denne bog er intenderet imod. Knut Lundby beskriver den selv som et »essay« og en »første rapport« i Uppsala-universitetets Media/religion/kultur-projekt. Som sådan er den et interessant forsøg på at få samling på en række medie-kulturelle begrebsdannelser. Desværre er den i for høj grad i splid med sig selv til til at fremstå som en sammenhængende diskussion af feltet.

Michael Skovmand, lektor
Engelsk Institut
Aarhus Universitet

Høyer, Svennik, Epp Lauk, and Peeter Vihalemm (eds.): *Towards a Civic Society. The Baltic Media's Long Road to Freedom. Perspectives on History, Ethnicity and Journalism. Baltic Association for Media Research/Nota Baltica Ltd., Tartu, 1993.*

Den foreliggende bog er i imponerende grad aktuell, og det i to henseender: Dels dækker den forholdene i de baltiske lande helt frem til midten af 1993. Dels – og mere centralt – bryder den helt nyt land i og med, at dens emne er medieudviklingen i de tre randstater, hvis forhold i beskæmmende målestok har været ukendte i Vesteuropa. Endvidere portrætterer den detaljeret en udvikling, der i sig selv er yderst interessant.

Kun halvanden måned efter Estlands, Letlands og Litauens genvundne uafhængighed (formelt fra september 1991) blev der afholdt en konference i Oslo med deltagere fra universiteterne i Tartu, Riga og Vilnius: *The Media in a Changing Society*. Værter var Institutt for medier og kommunikasjon, Oslo. På konferencen blev det besluttet at udarbejde en bog om de baltiske mediers udvikling og vej til friheden. Resultatet foreligger allerede nu.

Som allerede titlen fortæller, er der tale om en fremstilling, hvori landenes politiske historie og mediesystemernes historie er tæt sammenvævet. Gennem langt det meste af de tre staters historie har de været underlagt andre magter: Kun Litauen har i en længere periode været selvstændig. Det vil føre for vidt at gennemgå udviklingen i detaljer, men Estland og Letland har hørt under Danmark, Sverige og Tyskland (på forskellige tidspunkter og med varierende grænsedragninger) og kom i løbet af 1700-tallet under Rusland, mens Litauen i lange perioder hørte under Polen og fulgte med ved Polens 3. deling i 1795. I perioden 1918-40 var alle tre stater selvstændige republikker, men blev fra 1940 Sovjetrepublikker i henhold til Molotov-Ribbentrop-pagten af 23.8.1939 for Estland og Letlands vedkommende – Litauen som følge af Polens sammenbrud efter krigsudbruddet i 1939. Under 2. Verdenskrig blev de skueplads for ødelæggende krigshandlinger.

Bogens struktur følger nøje den politiske udvikling og dens faser. Efter et sammenfattende indledningsafsnit følger et kapitel om de tidligste år med trykt presse: Det første blad i Baltikum var *Ordinari Freytags Post-Zeitung*, der udkom i Tallinn (?) 1675-78. De første aviser var på tysk, og først i 1766 startede et blad (ikke en avis) på et af de nationale sprog.