

slippes for hurtigt og drukner i den stadige proklamering af den absolutte sandheds død.

Trods sine teoretiske mangler rummer *Fotografiet under pres* mange gode iagttagelser og diskussioner om forholdet mellem fotografi, æstetik og virkelighed. Bogens styrke er dens lettilgængelige præsentation af forskellige formidlings- og læsestrategier. Den råber sine steder på modsigelse, men det er jo heller ikke det værste, en bog kan gøre.

Stig Hjarvard,
lektor,

Institut for Film- og Medievidenskab,
Københavns Universitet.

Finn Frandsen (red.): *Medierne og sproget*. Aalborg Universitetsforlag 1996, 181 sider, kr. 175.

Hverken medieforskningen eller sprogforskningen har interesseret sig ret meget for mediesproget som mediesprog, dvs. som et sprog eller rettere en sprogbrug med specifikke karakteristika. Med bl.a. denne motivation blev der i efteråret 1993 afholdt en konference om mediesproget på Handelshøjskolen i Århus. Formålet var »at skabe opmærksomhed om mediernes sprogbrug og belyse de problemstillinger der knytter sig til forskning og undervisning i mediesprog ..». *Medierne og sproget* indeholder hovedparten af de indlæg der blev holdt på denne konference.

Motivationen er der ikke noget i vejen med. Tværtimod. Og det er derfor med forventning man som læser kaster sig over indholdet, men efter at have læst artiklerne er det ikke i alle henseender forventningerne bliver indfriet. Nok bliver der skabt opmærksomhed om mediesprog, men det er kun i begrænset omfang man kan sige at artiklerne belyser mediesproglige problemstillinger knyttet til forskning og undervisning på de højere uddannelsesinstitutioner. Artiklerne er i hovedsagen analyser af konkrete medieprodukter. Og hvad angår selve fænomenet mediesprog, så loves der i forordet mere end artiklerne holder. Mediesprog er i helt overvejende grad forstået som det sprog man finder i trykte medier. Kun en enkelt artikel beskæftiger sig direkte med sprogbrugen i de elektroniske medier, og det oven i købet med et lidt specielt hjørne, nemlig

tv-tekstning.

Medierne og sproget indledes med en oversigtsartikel over nyere forskning i mediesprog. Fokus er på den angelsaksiske tradition (van Dijk, Bell, Fowler og Fairclough), og artiklen giver et udmærket overblik over hvad denne forskning har rettet sig imod. Dog kunne man have ønsket sig en mere udførlig diskussion af de muligheder og begrænsninger som de forskellige tilgange indebærer, ligesom det kunne have været spændende at se den danske og skandinaviske mere praktiske interesse for mediesprog i dette perspektiv. Det nærmeste man kommer, er i en afsluttende kort artikel hvor sprogopfattelsen inden for journalistik analyseres. Artiklen fokuserer på en væsentlig problemstilling: normer for godt sprog i journalistik, og indeholder en række gode og præcise iagttagelser, men syv sider er for lidt til at emnet rigtigt kan foldes ud, og der sker ingen tilbagekobling til den indledende oversigtsartikel.

Ellers beskæftiger resten af artiklerne sig med konkrete medieprodukter. Tre artikler behandler avisstof. Den første er en analyse af argumentationsmønstre i britiske avisledere. Analysen tager afsæt i en præcisering af hvad ledere typisk gør (fortolker, forudsiger, vurderer, anbefaler), herefter gennemføres en analyse af hvordan to ledere griber deres opgave an navnlig ud fra Toulmans model for praktisk argumentation. Artiklen slutter med nogle væsentlige principielle bemærkninger om lederen som genre, om at lederen er det sted hvor avisen taler direkte til sine læsere, og hvordan avisen derigennem konstruerer et billede af sig selv og sine læsere. Det kunne have været spændende hvis argumentationsanalysen havde haft netop dette som sit udgangspunkt. Det kunne have givet analysen et perspektiv der rakte ud over selve argumentationsanalysen som teori og metode. Den anden 'avis-artikel' demonstrerer hvordan man kan fremanalysere implicite holdninger i en politisk avistekst. De spørgsmål artiklen ønsker at besvare er: Hvordan forholder afsender sig til egne udsagn og til det afsender refererer andre har sagt eller gjort, og hvordan kan man som tekstanalytiker se det? Svarene tager afsæt i en udsigelsesanalyse, og mere konkret i en analyse af betydningsforskellen mellem 'say' og 'tell' som to varianter brugt i forbindelse med referatet, senere også af 'will' og 'would'. Konkret og klart, problemet er blot at det lingvistiske ræsonnement bag den generelle semantiske forskel på 'say' og 'tell', 'will' og 'would' forbliver implicit, og det svækker ræsonnementet for den ikke-indforståede læser. Desuden skæmmes artiklen af en del korrekturfejl. Den tredje ar-

tikel fokuserer på sprog- og genrenormering på avisredaktionen. Denne gang med udgangspunkt i to nyhedsartikler om samme begivenhed i to forskellige svenske aviser. Formålet er at undersøge hvordan de redaktionelle normer sætter sig igennem i form af redaktørens rettelser i journalisternes manuskripter, og i artiklen vises det helt konkret hvordan rettelserne er foretaget. I sig selv ganske spændende at se, og det fremgår klart at det er udtryk for en meget forenklet opfattelse at tro at redaktører nøjes med at klippe nedefra, sådan som det ofte siges. Artiklen er oprindelig skrevet på svensk, men oversættelsen lader noget tilbage at ønske. Der er en del svecismer undervejs, og enkelte udtryk er ikke oversat til det relevante danske udtryk (fx en 'redigerer' i stedet for 'redaktør').

De tre øvrige artikler udvider perspektivet til at omfatte både tekst og billeder. Den første beskæftiger sig således med valgplakaten som politisk kommunikation. En pointe i artiklen er at valgplakaten synes at udvikle sig parallelt med reklamen fra mere produktorienterede budskaber til mere person- og segmentorienterede. Og artiklen viser hvordan argumentationsformen bevæger sig fra det eksplicite til mere implicite former. Artiklen indeholder gode eksempler, men de eksempler der bruges mest plads på mangler desværre, ligesom artiklen indeholder udsagn af typen »Det er den mest irriterende type valgplakater...« »Plakater af denne type er sjældent særligt interessante«, udsagn som siger mere om afsenderen end om materialet. Den anden artikel giver en grundig og spændende analyse af en firmabrochure, en analyse der viser hvor langt man kan nå og hvor godt man kan underbygge sine analytiske pointer med en tæt sproglig analyse baseret på tekstlingvistik, argumentations- og

kommunikationsanalytiske begreber. Artiklen giver også en spændende analyse af forholdet mellem tekst og billede, hvor det udfoldes hvordan tekst er flere ting afhængig af funktion og layoutmæssig placering. Den sidste artikel drejer sig om tv-tekstning – en noget overset teksttype, men ikke desto mindre ifølge artiklen faktisk den teksttype vi bruger mest tid på i Danmark, mere end aviser, bøger og blade. Måske bogens mest spændende artikel. Den indeholder således et kort historisk afsnit med afsæt i stumfilmens mellemtekster, fortæller præcist og detaljeret om forskellige former for dubbing og tekstning, og om hvorfor nogle lande dubber, mens andre tekster de udenlandske film. Artiklen slutter med nogle overvejelser over hvordan den nye teknologi giver spændende muligheder for at vælge forskellige former for tekstning, men også hvordan der er risiko for discount-tekstninger som man kan se eksempler på i TV3's programmer. Her betjener man sig af skabelon-tekstning, hvor fx et engelsk program først tekstes til et regionalt 'hovedsprog', fx svensk hos TV3, og derefter til dansk, hvorefter man konsekvent ser 'breakfast' oversat til 'frokost', fordi morgenmad på svensk hedder 'frukost'! Artiklen er en glimrende introduktion til et område der ellers ikke nyder den store bevågenhed fra hverken sprog- eller medieforskere.

Medierne og sproget er en pose blandede bolcher fra et vigtigt men lidt overset hjørne af butikken. Men nogle af bolcherne er mere velformede end andre, og nogle har mere smag end andre.

Ib Poulsen,
lektor,
Institut for Nordisk Filologi,
Københavns Universitet.