

man's agreement-system eller et selvcensur-system, fordi ophavsretlovgivningen ikke kan beskytte tv-koncepter. Man kan som bekendt ikke have ophavsret til idéer, og *selve beskrivelsen* af tv-konceptet har ifølge ophavsretsloven ikke den fornødne værkhøjde, som f.eks. et partitur til musik har. Derimod er *programmet* beskyttet af ophavsretsloven, hvilket også i Danmark har givet årsag til retsager. I tilfældet *Kvit eller Dobbelt* var det markedsføringsloven, der kunne bringes i anvendelse, da det kunne sandsynliggøres, at DR bevidst havde kopieret væsentlige elementer fra *selve programmet*, som var almindelig kendt i tv-branchen. Men det er yderst sjældent, at det kommer til retsager, da tv-branchen gerne vil undgå dyre retssager såvel som tyveri. Derfor betales der hellere for brugen af koncepter, selvom det ikke er nødvendigt. Bogens gennemgang af de væsentlige aktører på markedet er ligeledes meget informativ, og vi får bl.a. en grundig gennemgang af specielt de firmaer, der har specialiseret sig i konceptudvikling og handel med disse, men ikke selv er broadcastere. De tre største selskaber er her det nordamerikanske All American Freemantle International, det hollandske *Endemol* og det australske *Grundig*.

Målet for den tekstanalytiske tilgang i bogens anden del er at få indkredset de forskelle, der er mellem versioner af henholdsvis et quiz show *Sale of the Century*, et game show *Man O Man* og soap'ene *Prisoner – Cell Block H* og *Sons and Daughters*. Moran diskuterer, hvorvidt de fremanalyserede forskelle kan fortælle noget om konstruktionen af det nationale og det kulturelt særegne i de forskellige lande. Det kommer der mange interessante resultater ud af, men problemet i denne del af bogen er dog, at Moran analyserer alt for mange *forskellige* tv-genrer og versioneringer. Det gør tekstanalyserne noget overfladiske, og der er en tendens til for megen oprensning af banale forskelle så som sproget, geografi, kulturelle referencer o.l. Tendensen er dog specielt påfaldende i analysen af soap-serierne, som er genstanden for receptionsanalysen i bogens tredje del. Her er målet at undersøge de to soap-seriers betydning for seernes oplevelse af national identitet og nationalt tilhørsforhold set i lyset af, at der er tale om versioneringer. Men receptionsanalysen har det metodiske problem, at det simpelthen synes umuligt at spørge seerne om den slags med udgangspunkt i de to serier. Moran må da også konkludere, at det tyske eller hollandske ved serierne er der, men det ligger så integreret i versionerne, at det for seerne er naturliggjort og upåfaldende.

Selve genrens fokus på følelsesmæssige problemer og menneskelige relationer synes til gengæld at spille en mindst lige så stor rolle i oplevelserne som temaet: seriernes betydning for oplevelsen af nationalt tilhørsforhold. Receptionsanalysen kan dermed egentlig hverken be- eller afkræfte, om det faktum, at serierne er versioneringer, har nogen betydning. Målet med receptionsanalysen besværliggøres tilmed af, at der på soap-området er meget vide rammer for versioneringerne. Det er rent faktisk vanskeligt at genkende programudgangspunktet for versioneringerne, så for publikum må man jo nok sige, at det sandsynligvis ikke spiller nogen særlig rolle, at det, de ser på skærmen, stammer fra en eksempelvis australsk 'original'. Man kunne dermed stille det spørgsmål, om det ikke er selve den globale brug af tv-fiktionsgenren: soap opera, der er det mest relevante at fremhæve i forhold til diskussionen af bogens teoretiske ramme?

Helhedsperspektivet på fænomenet copycat tv er dermed på mange måder bogens svaghed. Det ville efter denne læsers opfattelse have været langt mere interessant for bogens teoretiske ramme, hvis Moran var gået videre med analysen af afsenderleddet og genreforholdet. Det ville f.eks. være ganske spændende at få mere præcise og grundige analyser af, hvorfor man vælger at investere i bestemte koncepter og ikke mindst, hvilke overvejelser der ligger bag de justeringer af koncepterne, der finder sted hos aftagerne. Moran fremhæver selv, at køb af koncepter og versioneringer er alt andet end let, og versioneringer er ikke nogen garanti for succes. Det kræver bl.a. stor kulturel indsigt hos aftagerne, og der er store forskelle på, hvor stort et råderum for 'lokal' prægning der er. Det hænger snævert sammen med, hvilken genre vi har med at gøre. Råderummet for forandring er meget lille, når der er tale om de regelstyrede programformer quiz og game shows, hvorimod det er endog meget stort, når der er tale om soaps. En mere helhjertet fokusering på afsenderleddet ville også kunne være med til at sammenkæde bogens interesse for globalisering, som befinder sig på et meget abstrakt modernitetsbeskrivende niveau, med det empiriske studie af tv-mediets rolle. Men trods mine indvendinger mod formålet med og relevansen af receptionsanalysen, så er det en bog, der kan anbefales.

Hanne Bruun, adjunkt,
Informations- og Medievidenskab,
Aarhus Universitet.

Lars Kjerulf Petersen: *Miljøbevidsthed på MTV. Om naturen i massekulturen*. København: Forlaget Sociologi, 1997, 319 sider, kr. 300,-.

Det foreliggende værk udgør kultursociologen Lars Kjerulf Petersens ph.d.-afhandling, der blev forsvaret ved Sociologisk Institut, Københavns Universitet, juni 1997. Afhandlingens emne er den »miljøbevidsthed«, der lægges for dagen i en gruppe holdningsspots (såkaldte »prosocial idents«), som er blevet vist på den europæiske MTV-station. Mere præcist handler det om »sociale diskurser« om »naturen og den globale miljøkrise«, som forfatteren mener at kunne »udlæse« fra denne gruppe spots, og som antages at afspejle en mere almen samfundsmæssig »viden« eller opfattelse af aktuelle miljøproblematikker i en vesteuropæisk massekultur. Eftersom dette emne ikke tidligere har været behandlet, og eftersom MTVs holdningsspots af kommercielle grunde sandsynligvis er nøje kalkulerede med hensyn til at skulle afspejle en politisk og social »rigtig« miljøholdning, kan undersøgelsens intention umiddelbart bifaldes. Dette gælder naturligvis ikke mindst, hvis eventuelle MTV-»miljødiskurser«, som forfatteren antyder, skulle vise sig at versere i en aktuel miljøpolitisk debat.

Undersøgelsens metode er baseret på en traditionel tekstanalyse med udgangspunkt i A.J. Greimas' strukturelle semantik. Forfatteren antager grundlæggende, at »samfundsmæssige forhold kan identificeres ved at studere tekster« for så vidt, at disse tekster stammer fra offentligheds-sfærens væsentligste institutioner. Petersen refererer hermed til et semiotisk tekstbegreb og regner naturligt nok det kommercielle massemedium, tv, som eksemplarisk i denne sammenhæng. Således håber Petersen, at han som en sidegevinst til undersøgelsen »kan bidrage med at placere diskursanalysen i sociologien«. Den semiologiske eller strukturalistiske analyse af tekster beskæftiger sig ganske vist med historisk specifikke sociale diskurser, men dermed er der ikke tale om en sociologisk metode, og det foregiver forfatteren da heller ikke. Petersen kalder sit projekt for »socialsemiotisk«; men der er dog ikke tale om et socialsemiotisk arbejde i sædvanlig forstand, altså et værk, der skulle bygge på den semiotiske tradition, der tager udgangspunkt i Michael Hallidays og senere Robert Hodges og Gunther Kress' pragmatiske sprogteorier. Denne tradition har som bekendt affødt en betydelig, men videnskabeligt set væsentlig anderledes massemedieforsk-

ning (blandt andet ved Klaus Bruhn Jensen), der ville have været relevant at inddrage som perspektiv ved forfatterens forsvar for den tekstanalytiske metode. Ikke mindst, fordi der netop her er tale om en delvis sociologisering af semiotikken.

Forfatteren synes umiddelbart at ville et semiologisk projekt, nemlig at studere »tegnenes liv i samfundet«, som det hedder hos Saussure. Det er dog ikke tegnforhold som sådan, der interesserer ham, og den semiotiske analyses teoretisk selvrefleksive dimension, der er så karakteristisk for hans metodiske ophav (Greimas, Barthes – og ikke mindst tekstteoretikerne), finder vi ikke hos Petersen. Det er udelukkende »metoden«, der optager forfatteren, der insisterer på en fortolkningsbaseret undersøgelses almen gyldighed ved at referere Ricoeurs forsvar for hermeneutikken. Forfatteren sigter således mod en metodisk »pragmatisering« eller instrumentalisering af Greimas – i øvrigt meget i stil med Torben Kragh Grodals og Peter Madsens legendariske »Tekststrukturer« fra 1974. I samme åndedrag afviser Petersen, at det skulle være nødvendigt at gennemføre en parallel receptionsanalyse af programmaterialet med henblik på at tilvejebringe et positivt videnskabeligt belæg for, at de givne »miljødiskurser« virkelig »gennemstrømmer det sociale«. Det er det naturligvis heller ikke for så vidt, at det ellers lykkes forfatteren at gennemføre en forsvarlig analyse og fortolkning. Dermed ikke være sagt, at en receptionsanalytisk tilgang ikke ville have været et relevant, metodisk alternativ i forhold til den givne problemstilling.

Petersens koncentration om den metodiske dimension af den strukturelle tekstanalyse styrker naturligvis forventningerne til afhandlingens analytiske afsnit, der udgør sidste kapitel før konklusionen. Inden da føres vi efter de indledende, teoretisk-metodiske overvejelser (»Hvorfor tekst- og diskursanalyse?«) gennem et teoretisk kapitel om »naturen som social konstruktion« (altså diskurs), et begrebskritisk kapitel omhandlerne offentlighed, populærkultur og massemedier samt endeligt et mere deskriptivt signalement af MTV som »popinstitution« (historie og programflade). Hver især er der tale om grundige og forholdsvis selvstændige arbejder.

Bogens *clou* er uden tvivl forfatterens arbejde med Habermas' offentlighedsbegreb, der diskuteres i sammenhæng med MTVs popmusikultur og den franske sociolog, Michel Maffesolis teori om stammen og massen. For Petersen er det nødvendigt at udvide den traditionelle opdeling mellem manipuleret masse og oplyst, saglig kommunikation (Habermas' repræsentative, udstillende

versus ræsonnerende, borgerlige offentlighed). Hvis vi skal danne os en rimelig forestilling om MTV (og andre populærkulturelle institutioner) i en aktuel offentlighedssammenhæng, må det i følge forfatteren være nødvendigt at forstå dette massemedium på egne betingelser, herunder for eksempel de »stemninger og følelser, der gennemstrømmer massen«, som det hedder; aspekter, der rimeligvis kan begribes som »fortællinger« og »betydningsystemer«, altså kort sagt som diskurser. Hermed er der tale om et offentlighedsbegreb, der egentlig ikke er af politisk karakter, og som består af dimensioner, der er mindre objektive – eller snarere, med Petersens egne ord, »flimrende«. Denne dimension er ikke mindst nødvendig med hensyn til at forstå MTVs særlige rolle som mediator mellem massekultur og subkulturelle dannelser.

Maffesolis begreb om det »neo-tribale«, de flygtige, »stammeagtige« socialiteter, der kendetegner visse moderne, urbane sammenhænge, får en central status i analysen. Pointen hos Maffesoli er, at disse neotribale sammenhænge ganske vist er symbolsk forankrede (f.eks. ved holdnings- og smagsfællesskaber, identifikation med en stil mv.), – men at det i øvrigt først og fremmest handler om at opnå en *følelse af socialitet*, altså simpelthen at »samles for at samles«. Der er således tale om en relativt svag symbolsk forankring, der muliggør en vis fleksibilitet (eller lethed) med hensyn til den enkeltes deltagelse i (flere) »stammefællesskaber«, samt netop en vis dynamik med hensyn til disse fællesskabers dannelser, sammenlægninger, opløsninger mv. I Petersens udredning bliver det naturligt at identificere MTV-institutionen som forum for den symbolske udveksling, der danner grundlag for populærmusikkens »stammefællesskaber«, en konklusion, der virker overbevisende alt den stund, at MTV har tilegnet sig et – om ikke økonomisk eller kanalmæssigt, så i hvert fald netop *symbolsk* monopol som »the music television«.

Det afsluttende analytiske kapitel koncentrerer sig om 35 transmitterede holdnings- og budskabsspots fra perioden 1990-94 samt seks korte dokumentarindslag fra samme tidsrum om miljøproblematikker fra en temaorienteret »Planet Alert Weekend«. Gruppen af holdningsspots indgår i serierne »Act Now«, »Earth Day« og »World Problem World Solutions« og har en varighed fra 20 til 51 sekunder, hvoraf hovedparten har almindelig reklamespotslængde. Petersen oplyser, at der i følge hans kontaktperson på MTV skulle være tale om et udtømmende materiale. Det er i hvert fald stort! – Og omfanget begrænser

desværre resultatet, eftersom Petersen i kapitlet giver sig i kast med en analyse af hvert eneste spot (formentlig ud fra devisen om større repræsentativitet). Denne praksis hænger ikke specielt godt sammen med en fortolkende, tekstbaseret diskursanalyse. Petersen når således kun en kort beskrivelse af hvert spot; en beskrivelse, der søger at fastlægge det narrative såvel som det lyd- og billedæstetiske niveau. Desværre er denne gennemgang noget rodet og vilkårlig, og det kan undre, at forfatteren ikke har søgt hjælp i den film- og billedanalytiske faglitteratur for en systematisk, stilistisk analysemetode. Eftersom undersøgelsen insisterer på en semiotisk tv-tekstanalyse, men afslører en vis usikkerhed med hensyn til indholdet i et tv-tekstbegreb, ville undersøgelsen endvidere med fordel have kunnet konsultere filmsemiotikkens erfaringer.

Udgangspunktet for analysen er den velkendte aktantmodel, og beskrivelsen af de enkelte spots munder således ud i en identifikation af »subjekt« og »objekt«, »hjælper« og »modstander«, »helt« og »skurk« – samt naturligvis en »destruktiv kraft« (sådan een må der selvfølgelig være i en moderne naturopfattelse ...). Eftersom flere spots er af så kort varighed, at den narrative dimension må siges at være af mindre betydning end den billedæstetiske, forekommer det af og til irrelevant at fastholde analysens interesse for aktanter. Dette giver analysen et noget rigidt og ureflekteret præg, – ikke mindst fordi dens resultater ikke bearbejdes i et videre, fortolkende arbejde. Resultaterne sammenfattes i en stor, skematisk fremstilling, der igen leder over i en skematisk bestemmelse af karakteristiske »destruktive kræfter«, »skurke« og »ofre« samt af en serie binære, såkaldte »død-liv«-oppositioner i udvalgte holdningsspots. Ikke overraskende er der tale om modsætninger som »biler/forening« versus »børn«, »smid-væk-kultur« versus »genbrug« osv.

Den sammenfattende, tekstlige behandling af analysens resultater fylder blot fire tekstsider og når frem til den konklusion, at holdningsspots'ene fremstiller »mennesket« som en tvetydig aktør, eftersom det både optræder som helt og skurk. Det slutes således umiddelbart før værkets konklusion, at »budskabet« i disse miljøholdningsspots overordnet set må være, at »Menneskeheden, naturen og jordkloden er udleveret til de ulykker som den menneskelige dumhed og letsindighed, den samfundsmæssige udvikling, den menneskelige teknologi, ja den menneskelige fremfærd i det hele taget har ført med sig.«

Resultatet af værkets imødesete analyse er desværre noget pauvert i forhold til undersøgelsens

indledende forberedelser, der i bakspejlet fremstår som mere vægtige og selvstændige bidrag. Da der arbejdes med »flimrende« materier, er det måske forståeligt, at Petersens indledende, metodeudredende afsnit er skrevet ud fra en forsvarsposition. Dog ville det i denne sammenhæng have været relevant og berigende for analysen, hvis han havde frigjort sig mere fra aktantmodel og tekstanalyse og koncentreret sig om en fortolkningsfase. I denne sammenhæng kunne det have været interessant, om forfatteren – i forlængelse af det tankevækkende kapitel om neotribalitet og popmusikkultur – havde vovet at inddrage en refleksion over sit personlige engagement som deltager i »MTV-stammefællesskaber« (Petersen har deltaget i og skrevet godt om technoscenen). Endelig må det nævnes, at en grundigere, sprogligt stilistisk behandling afgjort ville have gavnet værket. Dette gælder ikke mindst tegnsætningen.

En naturlig fortsættelse af Lars Kjerulf Petersens undersøgelse må være at få sammenlignet analysens resultater med diskurser om natur- og miljøsyn i andre populærkulturelle sammenhænge og i den miljøpolitiske debat. Der er ingen tvivl om, at dette værk vil kunne udgøre et vigtigt bidrag til sidstnævnte – i en tid, hvor netop de i massemediernes verserende, ikke altid kritisk reflekterede »miljødiskurser« i stigende grad sætter den politiske og markeds-mæssige dagsordenen.

*Troels Degn Johansson,
Ph.D.-stipendiat ved Forskningscentret
for Skov & Landskab samt ekstern lektor ved
Institut for Film- & Medievidenskab,
Københavns Universitet.*

Finn Rasmussen: *Massemedier – nyhedsformidling og meningsdannelse*, København: Forlaget Columbus, 157 sider, 1996, vejl. pris 166,-kr.

Massemediernes rolle i samfundet bliver særlig tydelig, når de for at skabe den gode historie hopper med på udokumenterede påstande og dermed risikerer at lancere historier, der ikke er i overensstemmelse med sandheden, hvis man kan tale om dette som noget definitivt i forbindelse med nyhedsformidling. Således gjorde massemediernes sig til talsmand for den ene part i deres sensationelle fremstilling af konflikten mellem Shell og Greenpeace i forbindelse med

Shells ønske om at sænke boreplatformen Brent Spar. Massemediernes tog fejl, men gennem deres fremstilling af historien påvirkede de i første omgang meningsdannelsen, i anden omgang forløbet af konflikten.

Eksemplet bruger Finn Rasmussen til at vise fokus for bogen »Massemedier – nyhedsformidling og meningsdannelse«. Han ønsker at placere massemediernes i en sociologisk sammenhæng. Han vil dokumentere, hvilken betydning mediernes fremstilling af virkeligheden har for det enkelte menneske og for den politiske og kulturelle udvikling i samfundet. Desuden vil han anskueliggøre, hvordan arbejdet med massemedier kan gribes metodisk an i en pædagogisk sammenhæng. Ud fra Lasswells kommunikationsmodel vises tekstens vej fra afsender til modtager, og Finn Rasmussen beskriver, hvordan alle dele af kommunikationsprocessen kan danne grundlag for analyse.

Set ud fra en pædagogisk synsvinkel er det bogens styrke, at forfatteren hele tiden gør læseren opmærksom på, hvor man er i kommunikationsprocessen, hvilket bl.a. sker ved at tage udgangspunkt i forskellige analysemetoder, forskningsresultater og medieteorier og forklare deres styrke og begrænsninger.

Finn Rasmussen gør rede for nyhedsformidlingens udvikling fra de første aviser, over radio, tv og lokal-tv til, hvordan man forestiller sig, den vil blive, efterhånden som informationsteknologien overtager større og større dele af området. Ud fra mediernes logik gør han rede for producenterne intentioner og for, hvordan de forskellige genrer og formater etableres og udvikles. Han sætter forskellige syn på nyhedsformidling op mod hinanden og lader det være op til læseren, hvilke metoder man vil anvende i en eventuel analyse af konkrete medietekster.

På samme måde præsenteres forskellige påvirknings- og receptionsteorier, således at læseren selv kan anvende dem efter behov i den efterfølgende gennemgang af nyhedstemaet, valgkamp. Finn Rasmussen lægger hovedvægten på de danske medieforhold, men han inddrager ind imellem udenlandske forhold. F.eks. spejles den danske valgkamp i den amerikanske. Og selvom de danske politikere har lært at iscenesætte sig selv og deres valgkamp i følge mediernes logik og dermed selv er medvirkende til at sætte dagsordenen for nyhedsformidlingen, er disse medie-strategier kun en bleg afglans af det, der kan iagttages i den amerikanske valgkamp.

Udenlandske forhold inddrages også i beskrivelsen af lokal-tv's udvikling. Her fremhæves,