

**Hanne Bruun: *Talkshowet. Portræt af en tv-genre, Borgen/Medier 1999. 385 s., 199 kr.***

Talkshows har efterhånden ganske længe fyldt godt op i tv-kanalernes programflader. Men bortset fra forholdsvis få undtagelser er talkshows langtfra blevet et medievidenskabeligt hit, der tilnærmelsesvist kan modsvare den interesse, genren er blevet vist af tv-stationer og ikke mindst seere. På den baggrund er det glædeligt, at Hanne Bruuns solide og indsigtfulde ph.d.afhandling om talkshowet nu er blevet gjort tilgængelig for en bredere kreds.

Bogen falder i fire dele. I den første ridses baggrund og formål op. I anden del drøftes ud fra en teoretisk tilgang, hvordan talkshowet kan afgrænses i forhold til andre tv-programgenrer, og hvordan den kommunikative relation mellem program og seer nærmere kan bestemmes. Tredje del – afhandlingens mest omfattende – analyserer brugen af talkshows i dansk tv i perioden 1979-1990. I analysen inddrages fem talkshows: *Kanal 22* og *Lørdagskanalen* fra før monopolbruddet og *Eleva2eren*, *Damernes Magasin* og *Højlands forsamlingshus* fra tiden efter. I den afsluttende fjerde del drages konklusioner på baggrund af resultaterne fra den teoretiske og den analytiske del.

Formål med bogen er at skabe indsigt i talkshowets struktur og dynamik med særlig vægt på dets kommunikative relation til seerne i de udformninger, man finder i dansk public service tv. Formålet er desuden at skabe et kvalificeret grundlag for at kunne forholde sig til den kritik af talkshowet, der fremføres i medie- og kulturdebatten, og at kvalificere diskussionen af talkshows generelt inden for public service tv. Følgende antagelser danner baggrund for det dobbelte formål:

– Talkshowets blanding af journalistik og underholdning er ikke noget, der først ser dagens lys efter monopolbruddet; tværtimod blev der under monopolet eksperimenteret med denne programtype gennem en årrække.

– Den stigende interesse for talkshows er ikke kun udtryk for konkurrencesituationens skærpede kamp om seerne, men i lige så høj grad et udtryk for et mere professionelt forhold til mediet med større genrebevidsthed og stærkere modtagerorientering.

– Talkshowets særlige kommunikative relation til seerne er en væsentlig forklaring på dets popularitet, men har også indholdsmæssige konsekvenser, bl.a. for journalistikken.

Den sidste grundantagelse begrundes inddragel-

sen af to nøglebegreber: »usikkerhedselementet« og »selskabelighed«. Ved »usikkerhedselementet« forstås den forventning til programmerne, som seere og producenter er blevet opdraget til at have på grund af mediets mulighed for at sende live, og ved »selskabelighed« en samværsform som ikke har noget mål udover selve samværet. Pointen er så, at selskabeligheden *som samværsform* spiller en særlig vigtig rolle i talkshowet, og pointen underbygges ved at pege på, hvordan oplevelsen af intimitet og participation skabes ved værtens brug af den uformelle interaktions gestik mv.. I det hele taget har interaktionsformen i talkshowet stærk lighed med de interaktionsformer, der kendetegner den uformelle ansigt-til-ansigt kommunikation, og sådan oplever seeren det også.

Det er således relationen til seerne, der gøres til det primære, og det er en klar styrke ved Hanne Bruuns analytiske tilgang. Dermed holder analysen fast i, at hvad der foregår i studiet, er for seernes skyld. Og man kan kun forstå et talkshow og interaktionen i det, hvis man inddrager seerpositionen. Men seerne er som bekendt ikke nogen homogen gruppe, og det havde været interessant, hvis analysen også havde forsøgt at indkredse, *hvilken slags* seer de enkelte programmer synes at have opereret med som den primære, altså kommet med et bud på den proto-seer som de enkelte talkshows synes at arbejde med. Det ændrer dog ikke ved, at introduktionen af begreberne »usikkerhedselement« og »selskabelighed« er et væsentligt supplement til den teoretiske forståelse af talkshowets seerappel og udtryk for en frugtbar analytisk vinkel på denne programgenre.

Og nu til selve analyserne, tyngdepunktet i bogen. Som optakt giver Hanne Bruun et glimrende overblik over programlandskabet og dets bagvedliggende normer tilbage i 60'erne og 70'erne med særligt fokus på tv-journalistikken og tv-underholdningen. For begge gælder det, at de er præget af opbrud og forandring. Tv-journalistikken præges af participations-ideologien med udvidelse af ytringsfrihed og ytringsmulighed i demokratiseringens navn. Tv-underholdningen ændrer sig fra den traditionelle tribuneunderholdning til mere journalistiske underholdningsprogrammer, der i højere grad afspejler tv-mediets mere intime receptionssituation.

Første del af den omfattende analysedel beskæftiger sig med de to markante programserier (*Kanal 22*, DR 1979-82, og *Lørdagskanalen*, 1982-86). Begge serier havde massiv opslutning blandt seerne, mens medie- og kulturdebatten var stærkt kri-

tisk. Analyserne peger på, at begge serier på det programmæssige niveau er udtryk for en stigende modtagerorientering og en mere bevidst brug af selve tv-mediet. Studieværtsrollen bliver gjort mere central, studieværterne iscenesættes efterhånden som tv-personligheder, og journalistikkens funktion udvides til at omfatte både debat, research og terapi. Dog understreges det, at denne professionaliseringstendens kun er i sin vorden, og begge serier viser tegn på vanskeligheder med at forvalte genren. Da DR beslutter at standse Lørdagskanalen, sker det ifølge bogen ikke på grund af en kritisk analyse af programmet på programmets præmisser, men på grund af en generel og massiv kritik i pressen.

Anden del analyser tre ligeledes markante talkshows (*Eleva2ren*, TV2 1988-1996, *Damernes Magasin*, DR 1991-92 og *Højlunds Forsamlingshus*, TV2 1988-1995), og hovedkonklusionen er, at disse tre programserier hver for sig repræsenterer en radikaliserings af tendenser i brugen af programtypen fra før monopolbruddet. Således peger analysen på, at *Eleva2ren* på en række afgørende punkter kan ses som en fortsættelse af *Lørdagskanalen*, dog med en stærkere prioritering af selskabeligheden. Analysen karakteriserer programmet som noget nær »det ultimative tv-program« med sin orientering mod en familær receptionssituation, et program kendetegnet af tryghedsskabende genkendelighed og af variation serveret i et højt tempo. Men analysen peger også på, at programmets valg af konfrontativ journalistik i programmet interfererer med denne understregning af selskabelighed. Til forskel herfra er *Damernes Magasin* udtryk for en radikaliserings af den terapeutiske samtale med fokus på hverdagsmenneskets beretninger om intime og tabubelagte emner ud fra egne erfaringer. Det fremhæves, at *Damernes Magasin* undgår de faldgruber, som tilsvarende amerikanske serier falder i ved at respektere de grænser, selskabeligheden sætter i forhold til gæsten. Endelig er det i *Højlunds Forsamlingshus* debatjournalistikken, der sættes i centrum. Analysen peger på, at man i dette program som noget nyt i dansk public service tv placerer lægfolk i rollen som debattører på linje med eksperterne, men også at iscenesættelsen af selve programmet og studieværten indimellem synes at modarbejde dette.

Analyserne er i almindelighed gode og veldokumenterede. Hvad angår *Kanal 22* er en væsentlig kvalitet den konkrete påvisning af, hvordan de fire producerende afdelinger griber programmet for-

skelligt an, og hvilke konsekvenser det synes at have haft. Analysen af *Lørdagskanalen* får klart vist, hvorledes programmet er forud for sin tid og peger frem mod *Eleva2ren* med sin prioritering af selskabelighed og iscenesættelse af studievært. Og påvisningen af programmets usikre omgang med genren er tilsvarende præcis og veldokumenteret. Analysen af *Eleva2ren* har gode pointer vedr. selskabelighedens udtryk. Derimod mangler der en analyse, der kan godtgøre programmets angivelige problemer med det konfrontative interview, herunder hvilke muligheder der er for at styre det konfrontative inden for selskabeligheden. Analysen af *Damernes Magasin* har en veldokumenteret analyse af klipning og kamerabevægelser som støtte for oplevelsen af den intime samtale og gensidige lytning, men også af rummet og af hvordan seerne drages ind i samtaleens rum. Derimod er det verbalsproglige aspekt noget underbetonet, og der mangler en præcisering af, hvori usikkerhedselementet består, og hvordan det kommer til udtryk. Analysen af *Højlunds Forsamlingshus* er på samme måde veldokumenteret, hvad angår den visuelle iscenesættelse, og påvisningen af programmets karakter af transmission er både central og væsentlig, da programmet dermed tendentielt lukker sig om sig selv.

Undervejs i analyserne introduceres en række begreber og kategorier. Det gælder således bl.a. en række dramaturgiske modeller. De introducerede analysekategorier er for så vidt velmotiverede, der hvor de introduceres, men der bliver ikke argumenteret for, hvorfor introduktionen ikke er sket tidligere direkte under analysen af de to programserier fra tiden før monopolbruddet. I det hele taget kunne det have været hensigtsmæssigt, at det samlede analytiske apparatur var blevet skitseret under den teoretiske del.

Det er ikke mindst med talkshows som med meget andet mediestof: Forældelsesfristen er kort. Allerede her fem år senere forekommer *Eleva2ren* og *Højlunds Forsamlingshus* at være fjern fortid, for slet ikke at tale om programmer fra før monopolbruddet. Den skæbne må *Talkshowet – portræt af en genre* dele med meget andet medielitteratur. Men på grund af den anlagte analytiske vinkel og de grundigt udfoldede analyser har bogen ikke desto mindre stor anvendelighed over for aktuelle talkshows, og så har den naturligvis stor værdi i kraft af den danske tradition inden for talkshows, som den formidler vigtig og grundig indsigt i. Selvom bogen som formidling er noget tynget af at være en ph.d.afhandling – en del af de mere

akademisk legitimerende afsnit kunne med fordel have været udeladt – bør den afgjort være et must i listen over centrale værker på ethvert kursus i medieanalyse inden for de videregående uddannelser.

*Ib Poulsen, professor  
Institut for Humanistiske Fag  
Danmarks Lærerhøjskole*

**Jørn Helder & Leif Pjetursson (red.): *Modtageren som medproducent – nye tendenser i virksomhedskommunikation*, København: Samfundslitteratur, 1999. 419 sider**

Danske og udenlandske virksomheders kommunikation med hinanden og med det øvrige samfund undergår i disse år en række væsentlige forandringer. Udefra tvinger nye tendenser i forbrugerkulturen samt mediernes årvågenhed virksomhederne til at kommunikere på nye måder, f.eks. i form af grøn kommunikation eller krisekommunikation. Og indefra oplødes den klassiske opdeling i intern og ekstern kommunikation samt den traditionelle forestilling om linjekommunikation som følge af indføringen af nye organisationsformer (f.eks. projekt-orienterede organisationer) og ny teknologi (f.eks. intranet).

Man kan derfor kun hilse en bog som *Modtageren som medproducent – nye tendenser i virksomhedskommunikation* velkommen. Den er tænkt som en lærebog for faget »virksomhedskommunikation« på noget, som kaldes for »Handelshøjskolen« (jeg går ud fra, at der tænkes på Handelshøjskolen i København...), og er skrevet af en gruppe forfattere, der tæller både teoretikere og praktikere, og hvoraf de fleste er eller har været tilknyttet Det Erhvervsøkonomiske Fakultet eller Institut for Interkulturel Kommunikation og Ledelse på HHK.

Bogens redaktører udpeger fire nye tendenser inden for virksomhedskommunikation: 1) et skift fra afsender- eller produkt-orienteret kommunikation til modtager-orienteret kommunikation; 2) en stigende koordinering af hele virksomhedens kommunikation, således at man bedre kan tale »med én stemme«; 3) en større erkendelse af, at nye teknologier og organisationsformer i informationssamfundet vil føre til opkomsten af nye kommunikationskulturer; og 4) den større og større

rolle, som medierne og deres iscenesættelse af store dele af samfundslivet har fået. Disse fire tendenser dukker op hver for sig eller i bestemte konstellationer bogen igennem.

*Modtageren som medproducent* består af i alt ni bidrag, som synes at kunne fordeles på to grupper: for det første bidrag, som beskæftiger sig med teoriudviklingen og de nye paradigmer inden for forskningen, og for det andet bidrag, som introducerer til nye eller oversete empiriske områder inden for virksomhedskommunikation. Til den første gruppe hører især Jørn Helder »Virksomhedskommunikation – i går, i dag og i morgen«, Simon Ulrik Kraghs »Fra afsender til modtager. Subjektivitet og reproduktion i virksomhedernes kommunikationskredsløb« og Jesper Højberg Christensens »Mod et nyt paradigme for organisationens kommunikation«. Til den anden gruppe hører Leif Pjetursson, Helle Petersen, Erik Johnsen, Mogens Bjerre, Karin Tollin, Mads Richard Møller, Bog Degn Rasmussen, Stig Hartmann og Peter Kvetnys kapitler om henholdsvis forandringskommunikation, ledelseskommunikation, markedskommunikation, digital kommunikation, regnskabsvæsen som kommunikation samt medierne som interessentgruppe. Der er dog langt fra vandtætte skotter mellem de to grupper af bidrag.

Som lærebog betragtet giver *Modtageren som medproducent* i det store hele en god og grundig indføring i de udvalgte teorier, paradigmer og områder. Man kommer langt omkring på en pædagogisk måde, som jeg tror, de studerende og andre interesserede læsere vil vide at værdsætte. Det ville dog have været rart med en oversigt over kommunikationsforskningens udvikling som sådan, således at man kan sammenligne de forskellige udviklingslinjer. Det ville også have været rart med mere entydige definitioner, ikke mindst når det gælder centrale begreber som virksomhedskommunikation, organisationskommunikation, corporate communication og business communication. Men det er naturligvis ikke så enkelt, når man har så mange bidragydere. Endelig ville det også have været rart med en indsigt i andre end blot angelsaksiske forskningstraditioner. Både i de tysk- og fransktalende lande i Europa foregår der særdeles relevant forskning i de nye tendenser inden for virksomhedskommunikation. Og så »går rigtige bøger med register« – hvad der desværre ikke er tilfældet her ...

Man kan naturligvis altid diskutere en lærebogs udvalgt af emner. Men jeg savner dog især et kapitel om metodologi og specielt om nogle af de nye