

Jørgen Stigel, hvad der oftest betragtes som pauser mellem de egentlige programmer. Indtil monopolbruddet bestod denne genre bogstaveligt af pauser af kortere eller længere varighed, og reklameindsatsen bestod i, at programværterne havde reklamer i pressen som en tålt nebensgeschäft. Først efter 1988 kommer reklamerne til i TV 2, i første omgang indkapslet i en helt urealistisk politisk spændetrøje, og Stigel demonstrerer reklamens helt grundlæggende formater eller henvendelsesstrategier, hvor seerne spiller med som en slags medproducent. Uden reklamer følger DR trop – for alvor efter 1996, hvor chefredaktionen kommer til, og området vokser derfor også i tid. Det er et spændende og nyskabende kapitel i tv's programhistorie, vi her får serveret. Afslutningsvis præsenterer Alexander P. Nielsen og Janne B. Balling os i kapitlet *Seeradfærd og seerpræferencer* for en lang række data med udgangspunkt i de seertal, der foreligger – desværre i de første mange år meget sporadisk, fordi de ikke ansås for vigtige. Fra 1970'erne begynder DR at foretage systematiske stikprøver, men først i 1992 introduceres realtidsmålinger i tv-metersystemet. Der skal derfor en del beregninger til for at sammenligne de forskellige systemers tal, men forfatterne lægger hovedet på blokken og konstaterer, at seningen af public service-tv fra 1960'erne til i dag næppe er vokset med mere end 15 % – nok mindre end almindeligt antaget. Forfatterne vover sig også ud i en spådom om, at tv har et stort og uudnyttet seerpotentiale målt i tid, fordi Danmark ligger i den absolutte bund i tidsforbrug. Om dette kan der herske meget berettiget tvivl både på grund af samfundsmæssige forskelligheder og den lange række af nye mediers tilkomst.

Dansk tv's historie er samlet set en god og oplevelsesmættet bog. For de ældre læsere en velkommen repetition og for de yngre for første gang en samlet fremstilling af, hvad det egentlig var og er, tv sender. Da det allerede er en stor bog, hjælper det ikke meget at komme med forslag til, hvad den også kunnet have indeholdt. Generelt vil jeg dog sige, at den kunne have været strammere og mere sammenhængende redigeret, og registrene over vigtige personer, der følger hvert kapitlet, virker lidt tilfældige. Den samlede konklusion på kapitlerne er, at tv nu for alvor forsøger at efterkomme seernes ønsker efter års paternalistisk skoleridt. Og af kapitlerne kan man få det indtryk, at det er godt. Her kunne godt savnes en lidt mere kritisk vinkel, for er det nu det? Er der ikke noget, der er kørt skævt i tidernes løb? Er kommerialiseringen

ikke uden negative programmæssige sideeffekter? Sådanne spørgsmål besvares ikke.

Bogen er på dansk, fordi den fortrinsvis har bud efter danske (og nordiske til nød) læsere. Det er en god ting, som er værd at erindre sig i disse tider, hvor alt ellers skal være på engelsk. Skal det være sådan, er der store områder, som ikke længere er interessante i udgivelsessammenhæng. Denne bog er et godt eksempel på det modsatte – universiteternes public service.

Ole Prehn,

Dekan for Det humanistiske Fakultet, Aalborg

Finn Rasmussen: *Massemedier og politisk kommunikation*. København: Forlaget Columbus, 2007

“Den, der forstår fuglenes sprog, kan blive minister,” lyder et velkendt fyndord blandt folk, der har deres daglige gang i Folketinget. Ordsproget pryder en af Vandrehallens vægge, hvor det er blevet suppleret med et mindre maleri, der viser en rovfugl parat til at fortære en skræmt spurv. Med denne visuelle kontekst er fyndordet gennem snevevis af folketingssamlinger blevet fortolket som et udtryk for, at stærke politikere fortærer svage politikere på Christiansborg, men inden for de senere år har nye fortolkninger spredt sig på Slotsholmen. Med tiden har der nemlig bredt sig en opfattelse af, at det er blevet nyhedsmediernes sprog, man skal mestre som folketingsmedlem. Kan man ikke tale og forstå dette sprog, når man ikke ud til vælgerne, og i værste fald bliver man selv fortæret af pressen og andre politikere.

Denne politiske afhængighed af medierne er også omdrejningspunktet for Finn Rasmussens bog *Massemedier og politisk kommunikation* (2007), hvori han beskriver politikens afhængighed af medierne – primært de nyhedsredigerede medier. Det sker ud fra en lang række forskellige indfaldsvinkler: “Hvor stor indflydelse har politiske aktører, som interesseorganisationer og partier, på medierne? Hvad gør medierne, det vil sige journaliser og deres redaktører, for at forholde sig kritiske overfor den påvirkning, der kommer udefra? Og hvor står de almindelige danskere i alt dette? Kan de gennemskue de processer, der foregår?”, spørger forfatteren blandt andet i bogens forord; og til glæde for citations-glade hjemlige forskere bliver en meget stor del af besvarelserne funderet

på forskningsresultater fra dansk medie-, kommunikations- og journalistikforskning.

Dette afsæt udgør på mange måder bogens styrke – og svaghed. Styrken ved den hjemlige forankring er, at beskrivelserne gør det lettere for læserne at forholde sig til bogens mange interessante pointer og perspektiver. Dermed fremmes læsernes fornemmelse af identifikation – for nu at anvende en af de ny nyhedsværdier, som bogen selv fremhæver, at nyhedsmedier arbejder ud fra. Til gengæld kniber det med at fremme andre nyhedsværdier, såsom aktualitet. Statsministerens udskrivelse af folketingsvalg i efteråret 2007 faldt således mere eller mindre sammen med bogens udgivelse, og den politiske udvikling har i nogen grad overhalet udgivelsen, idet en del af de omtalte hændelser, holdninger og handlinger er baseret på tiden op til og under forrige valgkamp i 2005. Bogens empiri bliver i den forstand udfordret af flygtige politiske forhold, og i landets boghandler har udfordringen meldt sig i form af de afdækninger af folketingsvalget i '07, som allerede er begyndt at udkomme.

Mere problematisk end eksempelmaterialiets aktualitet er dog den store afhængighed af den forudgående danske forskning inden for medier, kommunikation og journalistik. En udvælgelse, som bogens forfatter har større indflydelse på end udskrivelsen af folketingsvalg, og hvor Finn Rasmussen har kastet sig i favnen på snarere end sat sig – endsige stillet sig – på skuldrene af den hjemlige forskerstand. Her kommer selveste væsentlighedskriteriet for bogudgivelsen under pres, for som læser sidder man indimellem tilbage med fornemmelsen af, at blikket for forholdet mellem medier og politik er styret mere af indsatsen blandt danske forskere end af den generelle udvikling inden for selve feltet.

Konkret kunne forfatteren med fordel have orienteret sig bredere – indenlandsk såvel som udenlandsk – inden for de mange forskellige fagområder, hvor forhold som medier, kommunikation og journalistik ikke direkte indgår i navnene på institutter og centre. Men hvor der ikke desto mindre foregår ganske megen forskning. I bogens nuværende form kommer empiriske begrænsninger – bestemt af udskrivelsen af folketingsvalg – og teoretiske afgrænsninger – bestemt af manglen på faglig bredde inden for den mere klassiske medieforskning, som også denne anmelder er en del af – til at sætte dagsordenen for bogens disposition.

Denne problematik kommer navnlig til udtryk i forhold til den politiske del, hvor der kun er enkelte – om end markante – referencer til en mere

samfundsvidenskabelig litteratur, hvorimod den klassiske humanistiske journalistik-, kommunikation og medieforskning præger hovedparten af publikationen. En problematik, som det til forfatterens forsvar bør nævnes er udtryk for et mere generelt problem i dansk forskning, hvor politik traditionelt har været behandlet under ét fakultet og journalistik – og dertil knyttede forhold – under et andet. Men resultatet i denne sammenhæng er, at bogen bliver et vidnesbyrd om nogle af de sorte pletter på det danske forskningslandkort. Herunder ikke mindst, hvordan forskellige former for nye medier måske er ved at fremme et helt nyt sprog, som fremtidens politikere og politiske interesserede skal beherske.

For selvom danske medie-, kommunikations- og journalistikforskere i stadig stigende omfang har fået sat damp under kedlerne i publikationsmæssig sammenhæng – og at der også er spændende studier inden for forholdet mellem politik og nye medier – så savner man, at dette og andre områder bliver udfoldet ved brug af nogle af de internationale studier, som allerede er tilgængelige. Forfatteren bidrager i den forbindelse selv med en række undersøgelser, som besvarer nogle af bogens mere brændende spørgsmål, og udover et par casestudier, som er baseret på interviews med nøgleaktører i forbindelse med enkeltstager i nyhedsmediernes, har han foretaget en interview-undersøgelse blandt gymnasieelever i forbindelse med folketingsvalget i 2005. Denne undersøgelse leder Finn Rasmussen frem til en interessant rollefordeling i vælgerkorpsset, der er baseret på den betydning, de unge tillægger politik, og på den måde, de bruger medierne på.

Denne typologi er med til at bygge en effektiv bro til bogens primære målgrupper. For til bogens ros skal naturligvis nævnes, at den ikke foregiver at være mere, end den er: En bog, der i "særlig grad [er] skrevet til undervisningen i samfundsfag i gymnasiet og HF, men [...] desuden [vil] kunne bruges på andre undervisningsinstitutioner som seminarier, højskoler med mere". Til dette formål og til denne målgruppe fungerer bogen som en fin pædagogisk introduktion til nogle af feltets nøgleproblematikker. Hvorimod undervisere på landets universitetsuddannelser med fordel kan orientere sig mod udgivelser, der favner bredere empirisk og teoretisk såvel som geografisk og kronologisk. For forskere inden for feltet vil bogen mest af alt være interessant som et spejl, der reflekterer den hjemlige indsats; og hvor spejlet nogle steder tegner et knivskarpt billede af forholdet mellem medier og

politik, er refleksionen andre steder sløret, hvis der da overhovedet er nogen forskning at reflektere.

Peter Bro, lektor, Ph.d.,
Center for Journalistik, Syddansk Universitet

Heidi Philipsen and Lars Qvortrup (red.): *Moving Media Studies – Remediation Revisited*, Forlaget Samfundslitteratur, 2007

Antologien *Moving Media Studies* er en del af Forlaget Samfundslitteraturs skriftserie "Viden, læring, media og IKT", som beskæftiger sig med, hvordan vi i dagens videnssamfund forstår begreber som viden, læring og medier. Antologiens mål er bl.a., at stille nogle fundamentale spørgsmål til medieforskningen, spørgsmål som 'hvad er et medie', 'hvad er kommunikation', og ikke mindst: hvad forstår vi ved begreber som *remediering* og *immediacy*, sådan som vi finder dem præsenteret i Bolter og Grusins *Remediation* (1999). Grundantagelsen er, at disse spørgsmål er nødvendige at stille, og at de sidste to begreber bør revideres eller i hvert fald genovervejes.

Det er ikke alle af antologiens ni artikler, som for alvor beskæftiger sig med disse fundamentale spørgsmål. Det sker primært i antologiens indledning og i bidragene fra antologiens to redaktører. Lars Qvortrup konstruerer således to konkurrerende kommunikationsparadigmer, 'the transmission paradigm' og 'the complexity paradigm', baseret på Luhmanns ideer om kommunikationens rolle og karakteristika. I transmissionsparadigmet anskues kommunikation som transport af information med mediet som kanal fra afsender til modtager, der i udgangspunktet deler en fælles verden og kommunikerer i samme sprog. Her er et medie aldrig kun en neutral kanal, medie og mediebudskab er uløseligt forbundet, hvorfor det også giver mening at tale om remediering, dvs. det som sker når et mediebudskab kommunikeres i et nyt medie, såvel som når et medie genbruger træk og elementer fra tidligere medier. Og kommunikation inkluderer altid en række kommunikationsstrategiske virkemidler (æstetiske, retoriske, metakommunikative greb, kommunikationsidealer som Bolter og Grusins begreber *transparency* og *hypermediacy*) og forudsætninger (koder, filtre, kontekster). I kompleksitetsparadigmet anskues kommunikation derimod som en systemintern proces. Kom-

munikationen foregår som in-formation, dvs. som formgivende (meningsskabende) proces i kommunikationens aktører, og der er ikke nogen garanti, endelige sandsynlighed for at de forskellige aktører kommunikerer i det samme sprog eller deler den samme virkelighed. I dette paradigme er et medie det, som denne interne formgivende proces foregår igennem, og som indebærer en kompleksitetsreduktion (der skabes sammenhæng, sandsynlighed, afgrænsning).

Selv om den kommunikationsmodel, som kompleksitetsparadigmet beskriver, synes at kunne være et anvendeligt redskab til konstant genovervejelse af kommunikationens grundvilkår i en hyperkompleks verden, så er den også en model, der vanskeligt lader sig anvende i den form for konkrete medieanalyser, som antologiens øvrige artikler indeholder. Her er det snarere en model emanerende fra transmissionparadigmet, der gør sig gældende. Det er som sagt begrænset i hvor høj grad disse artikler rejser de fundamentale spørgsmål, som antologien stiller os i udsigt. I lige så ringe grad finder jeg de centrale begreber i Bolter og Grusins bog 'revideret eller i det mindste genovervejet'.

Men begreberne *immediacy*, *transparency* og *hypermediacy* bliver diskuteret og afprøvet, f.eks. i Pia D. Harritz' artikel. Harritz advokerer for, at en filmisk mimesis, dvs. den virkelighed, som filmen medierer, ikke forstyrres af elementer af hypermediacy, navnlig det at filmkarakteren stirrer direkte ind i kameraet og dermed skaber illusionen af at møde tilskuerens blik ('the returned gaze'). Denne antagelse forekommer meget korrekt. Men problemet her er, at der i de adskillige eksempler på *le regard à la caméra*, som artiklen bringer, ikke skelnes mellem, hvornår det er filmens intention at skabe illusionen af et gengældt blik, dvs. et blik, der gennemtrænger diegesen, og hvornår der er tale om et blik, der forbliver inden for diegesens rammer. Det sidste gør sig f.eks. gældende, når Jack Nicholsons karakter i *The Shining* ser direkte ind i kamera, men egentlig ser ind i øjnene på genfærdet af bartjeneren Lloyd. Jeg er ikke blind for, at vi som publikum oplever at blive set på, men noget brud i filmens transparency til fordel for en hypermediacy, er der reelt ikke tale om. Anderledes forholder det sig med en film som Sally Potters *Orlando*, hvor der er tale om to niveauer, et dramatisk og et episk. Inden for dette sidste henviser filmens hovedperson sig direkte til tilskueren i rollen som fortæller. Når Tilda Swinton lader sin Orlando-karakter se direkte ind i kameraet, så er