

Fra massemedier til mediesystem – om kodediskussionen i systemteoretisk medieforskning

Mikkel Fugl Eskjær

MedieKultur 2010, 49, 11-25

Published by SMID | Society of Media researchers In Denmark | www.smid.dk

The online version of this text can be found open access at www.mediekultur.dk

Systemteoretisk medieforskning rejser spørgsmålet om, hvorvidt massemedierne udgør en samlet institution, eller om medierne, i kraft af deres indbyrdes forskelle, skal betragtes uafhængigt af hinanden. Ved at indskrive medierne i en generel samfundsteori fremstiller systemteorien medierne som et autonomt funktionssystem. Denne bestræbelse kommer tydeligst til udtryk i identifikationen af en fælles kode for massemediernes system. Med udgangspunkt i Niklas Luhmanns medieteor foretager nærværende artikel en kritisk gennemgang af den systemteoretiske medieforskningens kodediskussion. Første del præsenterer kort systemteoriens kodebegreb og Luhmanns bestemmelse af mediesystemet som organiseret omkring koden information. Den midterste del gennemgår en række alternative forslag til denne kodedefinition, hvilket illustrerer omfanget, men også nogle af begrænsningerne, ved systemteoretisk medieforskning. Sidste del foretager en kritisk diskussion af systemteoriens kodeproblematik og viser, hvordan en ensidig kodefokusering står i vejen for en fortsat udforskning af vilkårene for mediesystemets udvikling og autonomi.

Massemedier eller mediesystem?

Luhmann og systemteoretisk medieteor foretager en problemstilling, som er grundlæggende for forståelsen af medierne, nemlig hvorvidt medierne udgør en samlet institution, eller om medierne, qua deres institutionelle og udtryksmæssige forskelle, skal betragtes enkeltvis,

for eksempel som skriftbaserede, audiovisuelle, journalistiske eller underholdende medier. Spørgsmålet er afgørende, ikke mindst for den mediesociologiske tradition, som søger at afdække mediernes samfundsmæssige rolle og funktion.

Problemstillingen kredser om to spørgsmål. Kan medierne anskues i bestemt ental som massemediene? Og hvad er det i givet fald, der binder medierne sammen som institution eller socialt system?

Det er denne problemstilling, som nærværende artikel undersøger ved at se nærmere på den systemteoretiske kodediskussion. Med udgangspunkt i Luhmanns bog om *Massemediernes realitet* (Luhmann, 1996), har systemteorien i de senere år leveret et væsentligt bidrag til diskussionen af mediernes samfundsmæssige dynamik (Qvortrup, 1998; Eskjær & Helles, 2000; Tække, 2006). Luhmann beskriver massemediene som et uddifferentieret system på linje med andre funktionssystemer såsom det økonomiske eller politiske system. Fælles for disse systemer er, at de organiseres omkring en særlig lededifferens eller kode. Det betyder for mediernes vedkommende, at både nyheder, underholdning og reklame orienterer sig efter samme kode (\pm information) og dermed kan betragtes som del af samme system.

Denne kodebestemmelse er imidlertid langt fra uproblematisk. Dels rejser den spørgsmål i forhold til Luhmanns analytiske tilgang, herunder teoriens begrænsede empiriske henvisninger. Dels rejser Luhmanns kodebestemmelse mere principielle spørgsmål, der knytter sig til kodebegrebets tendentielt ahistoriske karakter. Skønt Luhmann understreger, at systememergens altid er et empirisk spørgsmål, så er relationen mellem kodens immanente og historiske karakter underbelyst ud fra en traditionel medievidenskabelig betragtning.

Nogle af disse indvendinger kan muligvis forklares med karakteren af Luhmanns medie-bog. Hvor Luhmanns øvrige monografier om samfundets delsystemer er omfattende og historisk argumenterende, er mediebogen temmelig diminutiv, hvilket blandt andet medfører, at den historiske beskrivelse af mediesystemets emergens er noget sporadisk. Luhmann synes at have været sig bevidst, at en teori om samfundet, som ikke indeholder en beskrivelse af massemediene, vil være ufuldstændig (jf. Luhmann, 1997). Men man efterlades med indtrykket af en vis reservation over for dette, sociologisk set, utraditionelle område.

Dette forhold skal imidlertid ikke bortforklare de principielle indvendinger, som kan rejses mod Luhmanns kodebestemmelse. Til det formål kan man inddrage både systemteoretisk medieforskning samt anden nyere medieteorier. I tiden omkring Luhmanns medie-bog fremkom den konstruktivistiske gren af tysk medieforskning med en række alternative kodebestemmelser, som giver et andet bud på mediesystemets indretning end Luhmanns medieteorier. Disse kodeforslag illustrerer bredden i systemteoretisk medieforskning, men også de begrænsninger, som ligger indbygget i systemteoriens kodediskussion.

I de senere år er diskussionen om mediernes institutionelle karakter blevet ført videre af blandt andet nyinstitutionel teori (Ørsten, 2005), studiet af komparative mediesystemer (Hallin & Mancini, 2004; Curran et al., 2009) samt teorier om samfundets medialisering (Schulz, 2004; Hjarvard, 2008). Endelig er selve begrebet om "mediene" blevet problematiseret, givet de teknologiske, sociale og politiske udfordringer medierne står over for (Couldry,

2009). Couldry hævder således, at forestillingen om medierne som central samfundsinstitution stadig strukturerer social og individuel handling, men understreger, at denne position udfordres af en stigende markedsbaseret fragmentering.

Nærværende artikel præsenterer en *kritisk gennemgang* af Luhmanns medieteorier med udgangspunkt i systemteoriens kodediskussion. Den grundlæggende antagelse er, at systemteoriens beskrivelse af medierne som socialt system tilbyder et væsentligt teoretisk bidrag til mediesociologien. Men også, at den systemteoretiske medieforskning må revidere sin tilgang, hvis den skal føres videre. Til det formål tjener kodediskussion som genvej til systemteoretisk medieforskning i bred forstand, idet kodeproblematikken illustrerer både kvaliteter og begrænsninger ved den systemteoretiske tilgang.

Systemteoriens kodebegreb

Systemteorien er kendetegnet ved et omfattende begrebsapparat. Luhmann betegner selv sin teori som et *polycentrisk* og *labyrintisk* teorianslag (Luhmann, 2000, pp. 34-35). Det smitter af på den systemteoretiske medieforskning, hvis termer kan forekomme lettere esoteriske for udenforstående. I det følgende vil jeg så vidt muligt begrænse brugen heraf, men tvinges dog til en indledende gennemgang af systemteoriens kodebegreb, som danner baggrund for artiklens problemfelt.

Sociologisk systemteori betragter samfundet som bestående af uddifferentierede sociale systemer (det politiske system, det økonomiske system, det juridiske system etc.). Hvert system er organiseret omkring en kode. Teknisk set er en kode en todelt form (bestemt ved det udelukkede tredjedes princip), som består af en inderside og en yderside. Denne form er dog hverken udtryk for en systemgrænse (mellem system/omverden), eller et væsensforhold (ved den iagttagede omverden). Koden er derimod udtryk for en operationsmodus, som systemet betjener sig af, og som alene tilhører systemet selv. En kode angiver dermed et systems måde at forholde sig til sin omverden på. Det politiske system er organiseret omkring koden \pm magt (regering/opposition i demokratiske samfund), det økonomiske system omkring koden \pm overskud, det videnskabelige system omkring \pm sandhed og det juridiske system omkring koden \pm ret.

Som det fremgår, er koden binær og består af to sider: dét som koden orienterer sig mod (fx ret), og dét som koden definerer sig negativt imod (fx uret). Koden kaldes derfor undertiden også en lededifferens. Dvs. den differens, eller forskel, som bestemmer systemets operationsmodus, og som afgør, hvilke operationer der hører til henholdsvis system og omverden.

Koden sikrer sociale systemers autonomi og selvregulering. Som ledeforskel tilhører koden et iagttagende system og henviser således til sig selv. Dermed er koden også med til at konstituere systemets egne elementer. For at opnå kodens positive side (fx sandhed, overskud eller magt) udvikler sociale systemer deres egne midler (hvad systemteorien kalder "programmer"), såsom videnskabelige teorier og metoder, regnskabsmæssige teknikker og

budgetter eller (parti)politiske programmer og erklæringer. Alle disse midler (eller programmer) er netop eksempler på sociale systemers løbende udvikling (systemudbygning) og justering af egne systemegenskaber.

Mediesystemets kode

Mediesystemets kode er ifølge Luhmann differencen mellem information og ikke information (\pm information) (Luhmann, 1996, p. 36; 1997, p. 1104). Det betyder, at enhver hændelse (det være sig en handling, en ytring, en begivenhed, en forandring), der kan iagttages som information, udgør en potentiel nyhed. Koden udvælger dermed, hvad mediesystemet betragter som relevant information.

Det særlige ved medierne er imidlertid, at den valgte information optræder, *som om* den er dikteret af omgivelserne og ikke af systemet selv. Den selekterede information tilskrives omverdenen, hvilket tillader mediesystemet at ignorere egne selektioner. Dette er imidlertid kun muligt, fordi systemet på forhånd har defineret sit mulighedsområde (dvs. hvad der kan iagttages som information) og dermed konditioneret, hvilke slags informationer der kvalificerer sig som relevante. Resultatet er, at systemets selektion "kommer til syne som en selektion, som omverdenen og ikke systemet udfører" (Luhmann, 2000, p. 108).

Dette forhold er velbeskrevet i kritisk medieforskning, som har afmonteret journalistikkens selvforståelse af at være en umiddelbar registrering af virkeligheden. Nyheder skriver ikke sig selv, men er et produkt af stærkt institutionaliserede praksisformer (Golding, 1980; Schudson, 2005). I systemteoretisk forstand vil det sige, at omverdenen er systemrelativ. For eksempel hører såkaldte nyhedskriterier som skandale, negativitet eller relevans til mediesystemet, ikke til omverdenen.

Eftersom der ikke findes et omverdenskorrelat til koden \pm information, illustrerer koden mediesystemets såkaldte *operative lukning* og autonomi. For Luhmann er sociale systemer ikke blot en afspejling af omverdenen, sådan som den klassiske teori om åbne systemer hævder. Snarere er der tale om, at sociale systemers omverdensforhold afspejler systemets egen organisation og identitet.

Pointen er imidlertid også, at det netop er denne operative lukning, som gør systemet omverdenssensibel. Ved at have udviklet et fast repertoire af institutionaliserede operationer, organiseret omkring koden \pm information, er mediesystemet uhyre effektivt til at reagere på enhver slags hændelse, det være sig politisk, social, økonomisk eller kulturel.

Der knytter sig et særligt tidsforhold til koden \pm information, som er formativt for hele mediesystemet. Det viser sig nemlig, at tiden udgør et fundamentalt problem for en kode, som struktureres omkring information. For det første lader information sig ikke gentage. For det andet ændrer information karakter over tid. Hvad der opfattes som en nyhed første gang, er ikke længere en nyhed anden, tredje eller fjerde gang, man konfronteres hermed, skønt selve informationens meddelelse er nøjagtig den samme. Dermed adskiller medie-

systemet sig fra andre systemer, hvor tiden ikke behøver at udgøre et problem. Inden for koden ret/uret vil det, som var uret i går, med stor sandsynlighed også forblive uret i morgen.

Mediesystemets kode beskriver således et mediespecifikt forhold, hvor information konstant henfalder til ikke-information. "Old news is no news", lyder et journalistisk diktum, som illustrerer, hvordan information indeholder sit eget modbegreb. Heraf opstår mediernes umættelige jagt efter det nye og overraskende. Koden \pm information inkluderer således jagttagelseskemaet nyt/gammelt (Luhmann, 1996, p. 42), hvor det gamle (information) fungerer som negativ refleksionsværdi for definitionen af det nye (+information). Beskrevet med en anden figur medfører det, at medierne foretager en løbende aktualisering henholdsvis deaktualisering af information.

Imidlertid er mediesystemets kode ikke selv i stand til at bestemme, hvad der er information/ikke-information. Selv ikke-information kan i andre sammenhænge betragtes som information. Problemet er således, at koden principielt fører til uendelig regres (Luhmann, 1996, p. 37). Til at afbøde dette har mediesystemet udviklet forskellige "programmer", som for-strukturerer, hvad medierne opfatter som information/ikke-information. Eksempelvis vil et nyhedsprogram som regel behandle en politisk begivenhed (såsom Folketingets åbning) som information, hvorimod de deltagendes påklædning betragtes som ikke-information. Ugeblade og underholdningsprogrammer vil derimod tendere mod det modsatte.

Dermed repræsenterer et program en dobbelt selektion (Luhmann, 1996, p. 38), hvor udvælgelsen af information sker på baggrund af programmets for-selektion af forskellige kategorier af information. Luhmanns teori opererer med tre overordnede programtyper, som går på tværs af forskellige medier: nyheder, reklame og underholdning. Hver for sig repræsenterer de en dobbelt selektion i forhold til mediernes grundlæggende kode. Dermed programmeres den valgte information ud fra det enkelte programs specifikke operationer og historiske normer.

Den specifikke bestemmelse af mediernes kode som \pm information opstår relativt sent i Luhmanns forfatterskab. I Luhmanns tidlige artikler om massemedierne kredser kodebetragtningerne om aktualitetsbegrebet (Luhmann, 1981). Desuden er massemedierne bundet til teoretiske forestillinger om verdenssamfundet, som ifølge Luhmann er for komplekst til at kunne regulere og koordinere sig selv. Her træder massemedierne ind og tilbyder en globalt organiseret massekommunikation, som definerer og synkroniserer en fælles social virkelighed.

Fra og med *Massemediernes realitet* er Luhmann blevet mere afklaret. Ganske vist fastholdes mediernes synkroniseringsfunktion (Luhmann, 1997, pp. 820-826), men nu tjener medierne primært en bredere social integration og irritation af såvel psykiske som sociale systemer (Luhmann, 1996, pp. 46-47). I tilgift redefinerer Luhmann mediernes selektionskode til lededifferencen \pm information, hvilket er en yderligere generalisering af mediesystemet, samtidig med at det fastholder koden som gældende for alle systemets programtyper. I sidstnævnte spørgsmål er Luhmanns overvejelser forblevet uforandrede igennem hele forfatterskabet.

Nyheder og underholdning som information?

Ved at fastholde information som fælles kode for alle mediesystemets programmer opnår Luhmann to ting. For det første viser det, at man inden for samme systemiske kontekst kan medtænke store semantiske forskelle mellem underholdningens og nyhedernes informationsprogrammering. For det andet begrebsliggøres mediesystemets centrale placering i det moderne samfund.

Hvad det første angår, er det næppe kontroversielt at betragte nyheder som information. Derimod kan det forekomme besynderligt, at det samme gælder for underholdning. I det mindste indtil man besinder sig på generaliteten ved Luhmanns informationsbegreb. Det handler nemlig ikke om information i den journalistiske betydning af at være noget aktuelt. Som Werber bemærker: "Aktuelt eller ej, det er ikke spørgsmålet når vi ser *Casablanca* eller *Star Wars* for tredje gang" (Werber, 2000, p. 333).

Underholdningens operation består derimod i at skabe længsel efter mere information, hvilket vil sige efter udfaldet af tidligere information. Hvad er det rigtige svar på spørgsmålet i et quizshow? Hvordan overlever helten sidste uges cliffhanger? Får de elskende hinanden til sidst? Underholdning handler ifølge Luhmann om at ophæve selvskabt usikkerhed og spænding, hvilket er udtryk for, at underholdningens information er struktureret som en fortælling (Luhmann, 1996, p. 104). Med denne bestemmelse viser Luhmanns kodebestemmelse sig at være beslægtet med for eksempel formalistisk og kognitionsteoretisk narratologi. Her betragtes en fortælling som et formalt arrangement af elementer, der foranlediger tilskueren til at udføre "a definable variety of *operations*" med henblik på at skabe mening og sammenhæng i fortællingens informationer (Bordwell, 1985, p. 29).

Den formale lighed mellem programområdernes informationsbegreb imødegås imidlertid af en afgørende orienteringsdifference. Hvor nyhedsselektionen mestendels er indholdsbestemt (fremmedreference), er underholdningens informationsselektion formbestemt (selvreference) og rettet mod underholdningens interne måde at programmere information på. Skønt et show eller en fortælling knytter an til aktuelle begivenheder og personer, vil det i sidste ende handle om underholdningsproduktets egne spilleregler og normer.

Nyheder kendetegnes ved en mindre grad af selvtilstrækkelighed. Skønt der ikke findes omverdenskorrelater til nyhedernes informationskriterier, er nyhedsprogrammet ikke desto mindre rettet mod omverdensagttagelse. Nyhederne konstruerer principielt ikke selv sine informationer, men nok sine selektioner. De få gange, nyhedsmediernes afslører sig selv og hinanden i at producere egen information, betragtes det som undtagelsen, der bekræfter reglen, og fremhæves som bevis på mediesystemets evne til selvkorrektion.

Luhmanns beskrivelsesmodel medfører, at forskellen mellem medieprogrammer (nyheder, underholdning, reklame) forklares som en forskel *inden for* mediesystemet, ikke som en forskel *mellem* mediesystemer. Gevinsten ved en sådan betragtningsform er muligheden for at foretage en systematisk bestemmelse af mediernes centrale placering i det moderne samfund. I første omgang ved at påpege, hvordan medierne er bundet til andre sociale systemer. Nyheder er primært *strukturelt koblet* til det politiske system, underholdning

til kunstens system og reklame til det økonomiske system (Luhmann, 1996, pp. 122-125). I anden omgang ved at forbinde de enkelte programområder med en særlig *individtypik* og kommunikativ motivering, det vil sige forskellige aspekter af det moderne individ (Luhmann, 1996, pp. 130-133). Nyheder taler til en *kognitiv interesse* for vores sociale omverden (eventuelt tilføjet et moralsk påbud om, at vi *bør* være interesserede heri). Reklamen taler til den *nytte- og behovskalkulerende* side af tilværelsen. Og underholdning til vores *individualiseringshorisont*.

Begge forhold illustrerer, at medierne i det funktionelt differentierede samfund tildeles rollen som gennemgangsstation for social iagttagelse og individualitetsforhandling. Medierne er med andre ord blevet den moderne verdens fælles omdrejningspunkt. En konstruktion, hvis betydning ikke kan benægtes, skønt vi ved, at det er en konstruktion. Medierne er med Luhmanns ord verdenssamfundets kontingente, men også nødvendige konstruktion: "We have to rely on the system of mass media that construct our reality – transforming the artificial into the natural, the contingencies of their constructions into a mix of necessities, impossibilities, and freedom" (Luhmann, 2002a, p. 108). Pointen i forhold til nærværende diskussion er, at denne funktion varetages bredt af alle mediesystemets programmer.

Radikal konstruktivisme: medieteorier eller medieepistemologi?

Luhmann er ikke ene om at anskue medierne i en systemteoretisk optik. Der eksisterer historiske affiniteter mellem systemteori og medieteorier (Parsons & White, 1969; Alexander, 1990; Meyrowitz, 1985) samt mellem systemteori og Media Ecology (Innis, 1999; McLuhan, 1995; Eisenstein, 1983). Ligeledes kan man anføre berøringsflader mellem konstruktivisme og medieteorier, som ikke belyser medierne i et 1:1-forhold til virkeligheden, men ofte implicerer konstruktivistiske tilgange som i *gatekeeper* og *two-step flow*-modellen (Rusch, 1997; Großmann, 1999).

Særligt i nyere tysk medieforskning finder man et sammenfald mellem system- og medieteorier. Ikke mindst inden for den gren af medieforskningen, der udgøres af den såkaldte *radikale konstruktivisme*. Grundantagelsen i den radikale konstruktivisme er, at verden (viden om verden) er et produkt af individets virkelighedskonstruktion (Glaserfeld, 1995). Udgangspunktet er således den erfarede verden frem for den ontologiske erkendelse. Heri ligger et funktionalistisk aspekt. Sansning og erkendelse af virkeligheden er rettet mod den del, som er nødvendig for at tilpasse sig omgivelserne, hvilket selvsagt er en erfaringsstrategi, som tilhører det kognitive system, ikke omverdenen.

Den radikale konstruktivisme blev taget op af tysk medieforskning i løbet af 1990'erne. Baggrunden er det indlysende forhold, at massemedierne udgør en central kilde til individets virkelighedskonstruktion. Det medfører imidlertid, at konstruktivistisk medieforskning til tider minder mere om konstruktivistisk erkendelsesteori med medieteoretiske nedslag end omvendt. Fx hævder Siegfried Schmidt, at eftersom kulturen er blevet en mediekultur, er individets virkelighedskonstruktion blevet uadskillelig fra mediernes ditto. Medieforsk-

ning bør derfor integreres i et omfattende begreb om "medie-epistemologi", som kombinerer studiet af kognition, kultur og kommunikation (Schmidt, 1997).

På trods af deres fælles udgangspunkt eksisterer der væsentlige forskelle mellem Luhmann og den radikale konstruktivisme. For eksempel medfører sidstnævntes betoning af individets virkelighedskonstruktion, at medieaktøren i højere grad inddrages, end det fx er tilfældet hos Luhmann, hvor mennesket gøres til omverden for sociale systemer (Luhmann, 2000). En mere principiel forskel angår spørgsmålet om kognitive systemers virkelighedsreference; et område, hvor Luhmann flere gange har distanceret sig fra konstruktivismens "radikale" position (Luhmann, 1996, pp. 16, 162-165; 2002b, p. 129; 2002c, p. 50).

Alternative kodebetragtninger

I nærværende artikel er det imidlertid den fælles interesse for mediesystemet, der skal omtales. I den konstruktivistiske medielitteratur finder man en række forslag til mediesystemets kode, som adskiller sig fra Luhmanns kodebestemmelse.

Det er sigende, at flere af disse forslag tager udgangspunkt i mediernes politiske kommunikation. Jürgen Gerhards foreslår koden \pm opmærksomhed (Gerhards, 1994), og Marcinkowski og Blöbaum bestemmer mediernes kode som henholdsvis \pm offentlighed og \pm informativ (Marcinkowski, 1993; Blöbaum, 1994). Alle tre forslag opfatter medierne som et uddifferentieret funktionsområde med tætte koblinger til det politiske system. Det medfører ifølge Gerhards, at deltagelse i den politiske offentlighed er ensbetydende med at tiltrække sig mediernes *opmærksomhed*. Gerhards betragter offentligheden som et delsystem, der opstår i forbindelse med mediesystemets emergens, og hævder, at offentlighedens funktion er at spejle samfundet og involvere borgerne i samfundets forskellige delsystemer. Til det formål forudsættes mediesystemets deltagelse. På tilsvarende vis, men ud fra en mere journalistisk vinkel, hævder Marcinkowski og Blöbaum, at medierne konfronterer samfundet med temaer, som andre funktionssystemer ikke er i stand til. Derfor handler mediesystemers kode om at være *informativ* og skabe *offentlighed*.

Fælles for disse kodeforslag er imidlertid, at de retter sig mod det politiske system. Det øjeblik man vender sig mod dét, Habermas kalder den kulturelle offentlighed (Habermas, 1971), bliver alle tre kodeforslag mere problematiske. Underholdning handler ikke primært om at være informativ eller skabe opmærksomhed om et sagsforhold. Det drejer sig derimod om at tilbyde identifikationsanknytning, konflikter eller udløse spænding via variationer over et velkendt og forventet mulighedsfelt. Svagheden ved disse kodebestemmelser er således, at de primært giver mening inden for mediesystemets nyhedsprogram, og at underholdningen tildeles en perifer funktion.

Denne problemstilling er udgangspunktet for Peter Spangenbergers kritiske kodebetragtninger. Spangenberg påpeger, at mediernes æstetiske kvalitet som regel forbliver underbelyst i forhold til nyhedsprogrammets politiske aspekt, hvilket Spangenberg viser med henvisning til film og tv-mediet, eller det han mere bredt kalder *audiovision*.

Med fremkomsten af audiovision har massekommunikationens dispositiv ændret sig i retning af det underholdende, hvilket medfører, at mediernes informationsbegreb må revurderes (Spangenberg, 1999). Det er netop, hvad der sker hos Luhmann, hvor information både omfavner nyheder, reklame og underholdning.

Alligevel kritiseres Luhmann for at være påvirket af en politisk funktionsteori om massekommunikation. Dermed bliver koden semantisk determineret i retning af, hvordan noget bliver til information. Spangenberg hævder imidlertid, at medieteknologien principielt kan resultere i en dobbelt "iagttagelsesorientering". Det afhænger af perspektivet, og om effekten af mediernes kobling til bevidstheden lægges på (a) *fremmedreference* og informationsorientering eller på (b) *selvreference* og emotionsorienteret underholdning. Ifølge Spangenberg er der ingen tvingende grund til, at information (fremmedreference) foretrækkes over underholdning (selvreference) i bestemmelse af mediekodens præferenceværdi. Set i lyset af mediernes opmærksomhedskonkurrence og det aktuelle medieudbud er det snarere audiovisionens underholdningsattraktion end den traditionelle informationsfokusering, der dominerer.

Det interessante ved Spangenberg er, at han udfordrer Luhmanns kodebestemmelse med udgangspunkt i underholdningens æstetiske funktion. Spangenbergers eget kodeforslag handler følgelig om \pm attraktion, et forslag som også er blevet taget op af Laermans (Laermans, 2005). Dermed sker der imidlertid en afgørende forskydning i bestemmelsen af mediesystemets kode. Spørgsmålet om attraktion knytter sig nemlig til psykiske systemers iagttagelsesform. For Luhmann er det imidlertid afgørende, at mediesystemet tilbyder en bred samfundsmæssig tilkobling. Informationskodens generalitet sikrer, at mediesystemet ikke blot tilbyder kommunikativ tilslutning fra psykiske systemer, men også fra sociale systemer som organisationer og funktionssystemer.

Det sidste kodeforslag, som skal omtales, placerer sig midt i feltet. Alexander Görke hævder, at både journalistik og underholdning tilhører et fælles system. Begge programmer deler koden \pm aktualitet, hvorved medierne bidrager til en fælles synkronisering af samfundet (jf. Luhmanns tidlige overvejelser). Imidlertid påpeger Görke, at journalistik og underholdning besidder hver deres relation til koden. Journalistik består af: "communication which is primarily directed by the preference value (+actual)". Underholdning refererer derimod til: "the kind of public communications that is directed by the code's reference value (actual) [...]. It refers to the horizon of possibilities principally given in the moment of perception, which have not (yet) been selected" (Görke, 2001, p. 217).

Tankegangen er interessant, om end næppe ny (se fx Kracauer, 1951). Den tilbyder en forklaring på underholdningens ofte "symptomatiske" karakter, dvs. hvordan social bekymring over aktuelle, men endnu ikke indtrufne hændelser ofte reflekteres i underholdningens anskuelige form. Eksemplerne er velkendte: 1950'ernes monsterfilm afspejlede bekymringen for radioaktive deformationer; 1960'ernes spionfilm tematiserede den kolde krig; 1980'ernes og 90'ernes actionfilm henviste ofte til mellemøstlig terrorisme. Sidste skud på stammen er muligvis film om de katastrofiske følger af klimaforandringer. Som imaginære spejlin-

ger af aktuelle politiske og sociale fænomener er udgangspunktet en horisont af kollektive temaer og bekymringer. Dermed bidrager underholdning til den offentlige synkronisering af mediesystemets fælles kommunikation, blot iagttaget fra selektionens virtuelle side. Underholdning og journalistik skaber således et komplementært billede af den offentlige kommunikation: "the attraction of public communication results from referring entertainment to journalism and vice versa" (Görke, 2001, p. 219).

Imidlertid er der ikke tale om en ligeværdig relation mellem nyheder og underholdning. Defineret som nyhedsselektionens virtuelle side står underholdning i et afledt forhold til nyhedsprogrammets selektioner. Dermed falder Görke tilbage til en traditionel medievidenskabelig position, hvor nyheder betragtes som mediesystemets bærende program: "The necessity that entertaining communication has to refer to journalistic communication leads to the conclusion that journalism, and not entertainment, has to be regarded as the dominant service system of public communication" (Görke, 2001, p. 217, n. 12).

Mediesystemets kodeproblematik

Ovenstående gennemgang viser, at Luhmanns kodeforslag er en del af en bredere diskussion i 1990'ernes tyske medieforskning, som endnu ikke har fundet sin afslutning. Skønt Luhmanns kodeforslag er blevet udsat for kritik, har et klart alternativ aldrig vist sig. Tværtimod er Luhmanns kodeforslag forblevet omdrejningspunktet for nye kodediskussioner (Lærman, 2005).

Det hænger givetvis sammen med, at Luhmanns kodeforslag stadig er det mest generelle. Hvad enten talen er om \pm opmærksomhed, \pm offentlighed eller \pm aktualitet kommer man tilbage til samme spørgsmål, nemlig opmærksomhed, offentlighed eller aktualitet om *hvad*. Som Luhmann påpeger i sin diskussion af underkoden nyt/gammelt, må man respecifcere, hvad der menes med nyt, aktuelt eller offentlig. Dermed er man tilbage ved informationsbegrebet, eftersom det handler om ny, aktuel, offentlig eller attraktiv information.

Løsningen på kodeproblematikken ligger derfor ikke i en fortsat jagt efter den ultimative kode. Snarere peger den uafklarede kodediskussion på, at problemet stikker dybere ved dels at angå medievidenskabens genstandsfelt, dels omfanget af mediesystemets ydelse.

Vanskeligheden ved at identificere en entydig kode for mediesystemet indikerer for det første medievidenskabens traditionelle problem med at begribe omfanget af dets forskningsfelt (Williams, 2003), herunder vanskeligheden ved at indarbejde mediernes æstetiske dimension. Dette problem kan langt fra isoleres til systemteoretisk medieforskning. Snarere kan man hævde, at systemteoriens kodediskussion tager fat i en problemstilling, som ofte fortøner sig i medievidenskabens institutionelle opdeling i for eksempel journalistik, filmvidenskab eller politisk kommunikation.

For det andet synes bestemmelsen af mediesystemets kode at afføde større analytiske og teoretiske problemer end den tilsvarende kodebestemmelse af andre funktionssystemer, hvilket peger på et mindre veldefineret funktionssystem end for eksempel det politiske,

økonomiske eller juridiske system. Dette hænger sammen med mediesystemets funktion som gennemgangsstation for social iagttagelse. I den forstand minder mediesystemet om kunstens system, hvis kodebestemmelse ligeledes har givet anledning til omfattende udredninger (Luhmann, 1995; Thyssen, 1998). Begge systemer er kendetegnet ved, at deres primære ydelse er samfundsmæssig selviagttagelse. Herved adskiller de sig fra andre systemer, som nok tilbyder systemspecifikke iagttagelser af samfundet, mens hvis primære ydelse ikke i sig selv er at levere iagttagelse til iagttagelse. Som Luhmann siger om kunstsystemet: "Iagttageren bliver understøttet *som iagttagere* – ikke blot som en eller anden, der interesseret sig for sin ret, profit eller for sandhed" (Luhmann et al., 1990, p. 43). Kun medierne og kunsten er kendetegnet ved, at både funktion (forholdet til samfundet som helhed) og ydelse (forholdet til andre delsystemer) er at tilbyde iagttagelse.

Fællesnævneren for mediesystemet er således at facilitere social selviagttagelse ved at stille kommunikation til rådighed for sociale og psykiske systemer med henblik på at koordinere og teste iagttagelser af sig selv og andre. Problemet opstår med fordringen om at identificere en specifik kode for så bredt et funktionsområde. Årsagen til den fortsatte kodediskussion er, at mediesystemets ydelse lader sig beskrive som organiseret omkring både \pm information, \pm opmærksomhed eller \pm aktualitet, alt efter om accenten lægges på sagsforhold (aktualitet), social synlighed (opmærksomhed) eller tidsforhold (information).

Når Luhmann operer for koden \pm information, hænger det sammen med, at han ser mediesystemets funktion i relation til tidsdimensionen og ikke socialdimensionen (Luhmann, 1996). Mediernes funktion består for Luhmann ikke så meget i at skabe konsensus, men primært i social synkronisering og social hukommelse, hvilket forudsætter et konstant informationshenfald/informationsaktualisering. Hvis man som Gerhards, Blöbaum og Marcinkowski betragter mediernes ydelse som samfundsmæssig deltagelse, kommer koden derimod til at handle om \pm opmærksomhed eller \pm offentlig.

Skønt kodeafklaring er væsentlig for den systemteoretiske *teoriudvikling*, er spørgsmålet, om en forsat kodediskussion bringer den systemteoretiske *medieforskning* videre. Man kunne i stedet overveje at stille den systemteoretiske kodediskussion i bero til fordel for en respecifisering af selve den systemteoretiske grundantagelse, nemlig uddifferentieringen af medierne som selvstændig samfundsinstitution, og af hvordan vilkårene for denne automati er under konstant forandring.

Afslutningsvis vil jeg nævne tre områder, hvor denne diskussion står i centrum, og som både viderefører og problematiserer systemteoretiske grundantagelser. Det drejer sig om udforskningen af mediesystemets udbygning, grænser og kulturelle variationer.

Medialisering, de-differentiering og globalisering

Medialisering. Teoriudviklingen af medialiseringensbegrebet er muligvis det område, som mest indlysende kredser om de samme spørgsmål som den systemteoretiske medieforskning. Frem for alt ved at insistere på en samlet forståelse af medierne som inddrager både

nyheder, underholdning og reklame. Omdrejningspunktet for medialiseringensbegrebet er, at medierne ikke (længere) kan tænkes adskilt fra det moderne samfund, som på alle områder påvirkes af mediernes mellemkomst.

I Hjarvards teori om medialiseringen af kultur og samfund er det centrale begrebspar integration og autonomi (Hjarvard, 2008, p. 28). Det første begreb følger traditionelle sociologiske differentieringsteorier, hvorimod det andet beskriver, hvordan mediernes allestedsnærvær griber ind i andre samfundsinstitutioner. Systemteorien beskriver dette med det abstrakte begreb om strukturel kobling, som angiver en strukturel interdependens. Medialiseringensbegrebet er derimod historisk og kontekstuel anlagt og fokuserer på, hvordan den samtidshistoriske udvikling har skabt en stigende integration af medier og politik (priming, spin), forbrug (merchandising, brands), familieinstitution (leg) og religion (populærkulturel genfortryllelse).

De-differentiering. Hvor medialiseringensbegrebet fokuserer på mediernes påvirkning af andre systemer, har Bourdieu (Bourdieu, 1998) – og før ham både første og anden generation af Frankfurterskolen (Horkheimer & Adorno, 1993; Habermas, 1971) – påpeget det økonomiske systems indflydelse på medierne. På det grundlag har Hallin og Mancini rejst en diskussion om grænserne for henholdsvis differentiering og de-differentiering af mediesystemet, med henvisning til kommerialiseringens udfordring af mediesystemers autonomi (Hallin & Mancini, 2004). Det er en lignende diskussion, Couldry fører, når han beskriver den markedsbaserede fragmentering af medierne som en udfordring af den samfundsmæssige centrale stilling, massemedierne traditionelt har indtaget i det moderne samfund (Couldry, 2009).

Kulturelle variationer. Beskrivelsen af medierne som socialt system er blevet taget op af komparative studier af vestlige (Hallin & Mancini, 2004, 2005; Curran et al., 2009) og ikke-vestlige medier (Rugh, 2004; Fandy, 2007). I modsætning til systemteorien har den empiriske medieforskning fokuseret på kulturelle variationer i uddifferentieringen af mediesystemet. Skønt differentieringsprincipperne er de samme (udvikling af en masse presse; politiske paralleller mellem medier og politik; statens rolle), hersker der væsentlige regionale variationer i for eksempel programmeringen af politisk information. Hvor det liberale mediesystem tenderer mod en mere neutral politisk rapportering, primært som følge af kommercielle interesser, har det sydeuropæiske og til dels nordeuropæiske mediesystem traditionelt været mere præget af holdningsjournalistik og en større brug af politiske kilder (Hallin & Mancini, 2004).

Ikke-vestlige medier, såsom det arabiske mediesystem, repræsenterer en særlig udfordring. Her har globaliseringen medført en situation, hvor klare differentieringstendenser (liberalt orienterede og panarabiske medier) eksisterer parallelt med en fortsat stærk klientelisme. Desuden finder man inden for samme afgrænsede område (Levanten) – endog inden for samme land (Libanon) – sameksistensen af forskellige mediesystemer (autoritære, semiautoritære, liberale) (Iskandar, 2007). Det udfordrer ikke blot den "metodiske natio-

nalisme" (Beck, 2006), som studiet af mediesystemer traditionelt hviler på, men illustrerer tillige, at globaliseringen medfører hybride former for mediesystemets uddifferentiering.

Konklusion: Kritisk respecifisering

Den systemteoretiske kodediskussion rammer lige ned i Luhmanns teori om massemedierne system og belyser de kvaliteter og begrænsninger, som knytter sig til det systemteoretiske teorikompleks. Med sit isomorfe begrebsapparat, hentet fra teorien om sociale systemer, tilbyder Luhmann en samlet institutionel forståelse af medierne og deres bidrag til et fælles samfundsmæssigt og individuelt kommunikationsforråd.

Imidlertid resulterer bestræbelsen på at identificere en overordnet kode på det teoretiske plan i analytiske komplikationer på det formal-genetiske plan, herunder en svag beskrivelse af de historiske, kommercielle og kulturelle variationer, som præger mediesystemets udvikling. Kodediskussionen afslører, at Luhmanns teori primært udgør en mediesociologisk ramme, som har brug for – på kritisk vis – at blive medievidenskabeligt undersøgt, udfyldt og konkretiseret. Eller, som det hedder med et yndet Luhmann-begreb, at blive respecificeret.

Til det formål bør systemteoretisk medieteorien gå i dialog med mere historisk anlagte analysestrategier (fx Media Ecology), komparative studier (af både vestlige og ikke-vestlige mediesystemer) samt teorier om mediernes institutionelle forandringer (nyinstitutionel teori, feltteoretiske ansatser, medialiseringsteori). Kodediskussionen har afsløret, at en sådan dialog paradoksalt nok er forudsætningen for, at systemteorien kan leve op til Luhmanns mål om at sprænge medieforskningens "snævre rammer" (Luhmann, 1996, p. 7) og begrebsliggøre de institutionelle og samfundsmæssige forudsætninger, som gør massemedier til mediesystem.

Referencer

- Alexander, J.C. (1990). The mass news media in systemic, historical, and comparative perspective. In J.C. Alexander & P. Colomy (Eds.), *Differentiation Theory and Social Change. Comparative and Historical Perspectives* (pp. 323-366). New York: Columbia UP.
- Beck, U. (2006). *Magt og modmagt i den globale tidsalder. En ny global politisk økonomi* (H. Vangsgaard, Trans.). København: Hans Reitzels Forlag.
- Blöbaum, B. (1994). *Journalismus als soziale System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the fiction film*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1998). *On television and journalism* (P. P. Ferguson, Trans.). London: Pluto Press.
- Couldry, N. (2009). Does "the media" have a future? *European Journal of Communication*, 24(4), 437-449.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A.B., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: a comparative study. *European Journal of Communication*, 24(1), 5-26.
- Eisenstein, E.L. (1983). *The printing revolution in early modern Europe*. New York: Cambridge UP.

- Eskjær, M., & Helles, R. (2000). Mediernes realitet – en introduktion til Luhmanns teori om massemedierne. In F. Henriksen (Ed.), *Sekvens 2000. Mediesociologi* (pp. 33-76). København: Københavns Universitet.
- Fandy, M. (2007). *(Un)civil war of words. Media and politics in the Arab world*. Westport: Praeger Security International.
- Gerhards, J. (1994). Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurtheoretischer Bestimmungsversuch. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 34, 77-106.
- Glaserfeld, E. v. (1995). *Radical constructivism: a way of knowing and learning*. London: The Falmer Press.
- Golding, P. (1980). The missing dimensions – new media and the management of social change. In E. Katz & T. Szecskö (Eds.), *Mass media and social change* (pp. 63-83). London: Sage.
- Großmann, B. (1999). Der Einfluß des Radikalen Konstruktivismus auf die Kommunikationswissenschaft. In G. Rusch & S. J. Schmidt (Eds.), *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft* (pp. 14-51). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Görke, A. (2001). Entertainment as public communication: A systems-theoretic approach. *Poetics*, 29, 209-224.
- Habermas, J. (1971 [1962]). *Borgerlig Offentlighed – dens fremvekst og forfall. Henimot en teori om det borgerlige samfund* (E. Schwabe-Hansen, H. Høibraaten & J. Øien, Trans.). Oslo: Gyldendal.
- Hallin, D.C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge UP.
- Hallin, D.C., & Mancini, P. (2005). Comparing media systems. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (4. ed., pp. 215-233). London: Hodder Arnold.
- Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier. Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg*. København: Samfundslitteratur.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1993 [1943]). *Oplysningens dialektik* (P. Øhrgaard, Trans.). København: Samlerens Bogklub.
- Innis, H.A. (1999 [1951]). *The bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Iskandar, A. (2007). Lines in the sand: problematizing Arab media in the post-taxonomic era. *Arab Media & Society* (May).
- Kracauer, S. (1951). *Udlændinge i amerikanske film* (K. Roos, Trans.). København: Det Danske Filmmuseum.
- Laermans, R. (2005). Mass media in contemporary society: a critical appraisal of Niklas Luhmann's systems view. *Cybernetics and Human Knowledge*, 12(4), 51-70.
- Luhmann, N. (1981). Veränderung im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In N. Luhmann (Ed.), *Soziologische Aufklärung 3* (pp. 309-321). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N. (1995). *Die Kunst der Gesellschaft* (1. Aufl. ed.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien* (2., erweiterte Auflage ed.). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft* (2. Aufl. ed.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2000). *Sociale systemer. Grundrids til en almen teori*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Luhmann, N. (2002a). Deconstruction as second-order observing. In W. Rasch (Ed.), *Theories of distinction. Redescribing the descriptions of modernity* (pp. 94-112). Stanford: Stanford UP.
- Luhmann, N. (2002b). The cognitive program of constructivism and the reality that remains unknown. In W. Rasch (Ed.), *Theories of distinction. Redescribing the descriptions of modernity* (pp. 128-152). Stanford: Stanford UP.
- Luhmann, N. (2002c). The modern sciences and phenomenology (J. O'Neil & E. Schreiber, Trans.). In W. Rasch (Ed.), *Theories of distinction. Redescribing the descriptions of modernity* (pp. 33-60). Stanford: Stanford UP.

Article: Fra massemedier til mediesystem

- Luhmann, N., Bunsen, F. D., & Baecker, D. (1990). Das Kabelkalb. Ein Gespräch über Kunst. In N. Luhmann, F. D. Bunsen & D. Baecker (Eds.), *Unbeobachtbare Welt, über Kunst und Architektur* (pp. 51-66). Bielefeld: Verlag Cordula Haux.
- Marcinkowski, F. (1993). *Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- McLuhan, M. (1995). *Essential McLuhan*. New York: BasicBooks.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford UP.
- Parsons, T., & White, W. (1969). The mass media and the structure of American society. In T. Parsons (Ed.), *Politics and social structure* (pp. 241-251). New York: The Free Press.
- Qvortrup, L. (1998). *Det hyperkomplekse samfund. 14 fortællinger om informationsamfundet*. København: Gyldendal.
- Rugh, W. A. (2004). *Arab Mass Media. Newspaper, Radio, and Television in Arab Politics*. Westport: Praeger.
- Rusch, G. (1997). Kommunikation der Wirklichkeit der Medien der Wirklichkeit der Kommunikation. Ein Vorwort. In G. Rusch & S. J. Schmidt (Eds.), *Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikationswissenschaft* (pp. 7-12). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmidt, S. J. (1997). Blickwechsel, Umriss einer Medienepistemologie. In G. Rusch & S. J. Schmidt (Eds.), *Konstruktivismus in der Medien- und der Kommunikationswissenschaft* (pp. 119-145). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schudson, M. (2005). Four approaches to the sociology of news. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society. 4th Edition* (pp. 172-197). London: Arnold.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101.
- Spangenberg, P.M. (1999). Das Medium Audiovision. In R. Maresch & N. Werber (Eds.), *Kommunikation, Medien, Macht* (pp. 59-83). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Thyssen, O. (1998). *En mærkelig lyst. Om iagttagelse af kunst*. København: Gyldendal.
- Tække, J. (2006). Luhmann og medieteorien. In J. Tække (Ed.), *Luhmann og erkendelse* (pp. 133-165). København: Unge Pædagoger.
- Werber, N. (2000). Medien der Evolution. Zu Luhmanns Medietheorie und ihrer Rezeption in der Medienwissenschaft. In H. d. Berg & J. Schmidt (Eds.), *Rezeption und Reflexion. Zur Resonanz der Systemtheorie Niklas Luhmanns außerhalb der Soziologie* (1501 ed., pp. 322-361). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Williams, K. (2003). *Understanding media theory*. London: Arnold.
- Ørsten, M. (2005). Nyhedsinstitutionen: Et ny-institutionelt perspektiv på den medierede politiske kommunikation. *Økonomi & Politik*, 3, 13-28.

Mikkel Fugl Eskjær
Assistant Professor, Ph.D.
Department of Media, Cognition and Communication
University of Copenhagen, Denmark
Eskjaer@hum.ku.dk