

D. Heradstveit & T. Bjørno:
Politisk Kommunikation. Introduktion til Semiotikk og Retorikk. Oslo: TANO, 1987. 148 s.,

Anmeldt af: Torben Vestergaard,
Institut for Sprog og Internationale Kulturstudier, Aalborg Universitetscenter.

De tider er forbi da hhv. humanistiske og socialvidenskabelige kommunikationsforskere kunne affærdige hinandens metoder som "positivistiske" (i.e. politisk suspekter) hhv. "subjektivistiske" (i.e. uvidenskabelige). Fjendebillederne er blevet afløst af interessante forsøg på at bringe de humanistiske (semiotiske) og de socialvidenskabelige (kvantitative) metoder i dialog (se e.g. Fiske, 1982, Leiss et al., 1986; for en oversigt, se Schrøder 1987) og af en diskussion af de to metodesæts respektive styrker og svagheder. Heradstveit og Bjørgos (herefter H & B) bog er endnu et udslag af denne tendens, idet den er en introduktion til semiotik skrevet af forfattere med udgangspunkt i Norsk Utenrikspolitisk Institutt. H&B forsøger dog ikke at etablere dialog, men koncentrerer sig udelukkende om de rent humanistiske metoder (dvs. semiotik og sproghandlingsteori) med lejlighedsvis inddragelse af socialantropologiske synsvinkler.

Indledningsvis vil en kritisk bemærkning til bogens titel nok være på sin plads, for den er i langt højere grad en introduktion til semiotik og retorik med eksempler fra den politiske kommunikation end en bog om politisk kommunikation i egentlig forstand. Hvor vellykket er den så som introduktion?

H&Bs udgangspunkt er (1) at politik er at gøre ting med ord, og omvendt (2) at handlinger kommunikerer; og

da deres mål er at nå ind til selve budskabet bag ordene/handlingen, finder de at den traditionelle socialvidenskabelige betydningsanalyse må suppleres med/erstattes af den humanistiske. Der følger nu i fem kapitler en klar og loyal gennemgang af de vigtigste teorier om tegn, koder, denotation-konnotation, metafor, metonymi, eufemisme, ironi og (andre) indirekte sproghandlinger, samt symboler.

Fremstillingen er som sagt loyal, men alligevel ikke ortodoks semiotisk. For som H&B korrekt bemærker, er semiotikken først og fremmest interesseret i relationen mellem tegnene i en tekst og (næsten) ikke i relation mellem tegn/tekst og referenter/aktører (det sidste er dog kun delvist rigtigt; den sene semiotik interesserer sig i høj grad for modtageren, jfr. e.g. Eco, The Role of the Reader, 1981). Af denne grund må en analyse der også interesserer sig for "virkeligheden" suppleres med en form for analyse, der peger ud over teksten, in casu en form for diskursanalyse.

Jeg er langt hen enig i det generelle argument, men finder alligevel de diskursanalytiske afsnit blandt bogens svageste. Dels fordi de bygger på ældre forskning (Austin, Searle, Benveniste), dels fordi beskrivelsen af kommunikationssituationen ikke fuldt ud er opmærksom på det specielt massekommunikative.

Blandt indvendingerne mod en bog om politisk kommunikation må det også anføres, at visuel kommunikation kun behandles sporadisk, og blandt de få eksempler der gives er ét mildt sagt vildledende: det siges (s. 30), at mands- og kvindefigurerne uden på toilet-døre er ikoniske; det er de selvfølgelig også, men kun i en løsrevet forstand, så sandt som de ikke ligner herre-/dametoiletter, men netop indikerer dem.

Endelig en bemærkning til H&Bs brug af intentionalitetsbegrebet. Det er en vigtig pointe for dem, at udsagn

kan misforstås, dvs. få en anden effekt end den intenderede. Og imod den holdning, at det står læseren af en tekst mere eller mindre frit for at tolke teksten, som han selv ønsker, bare tolkningen giver mening, fastholder de, at politisk retorik og social handling grundlæggende er intentionelle (s.60). Mig bekendt er der for det første ingen, der har hævdet, at vi kan tolke tekster, som det passer os; det som mange derimod har sagt er, at tekster/handlinger kan få forskellige betydninger i forskellige kontekster. Men dette strider på ingen måde mod, at de er intentionelle, for konsekvensen heraf er ikke, at betydning er lig med afsenderens intention, men derimod at vi kan drages til ansvar for det vi siger/gør.

Mens de første seks kapitler overvejende er teoretiske, vender H&B sig mod den praktiske anvendelse i de sidste tre. Kap. 7 opstiller klart det principielle problem ved al tolkning: Hvis vi ønsker at fremtolke skjulte betydninger, hvordan undgår vi så at indlæse mere mening end der er belæg for? H&B giver ikke noget generelt svar på spørgsmålet, men deres egen praksis, i kap. 8, om massemediernes politiske retorik, er uhyre forsigtig, idet de indskrænker sig til at iagttage konsekvenserne af forskellige paradigmatisk valg af typen "terrorist" - "PLO soldat".

Hvis bogen var endt her, ville indtrykket have været, at vi stod over for en anvendelig introduktion til semiotikkens teorier, som dog i sin eksemplifikation langt fra illustrerer teoriernes rækkevidde. Men H&B har et es i ærmet: kap. 9, om terrorisme som kommunikation.

Hvis vi bortdefinerer det klassiske politiske attentat og guerillaaktionen mod militære mål, så står vi tilbage med en type terroraktioner, hvor ofrene er (mere eller mindre) tilfældige civilpersoner, hvis tilintetgørelse umuligt kan have været et mål i sig selv. Dette er for H&B de egentlige "første-generations" terrorhandlin-

ger ("anden-generations"terror er gidselaktioner), og som H&B påpeger giver de kun mening, hvis de forstås som kommunikative handlinger. Adressaten er (verdens)offentligheden, som, hvis kommunikationen lykkes, skal etablere en tegnrelation mellem udtrykket (volden) og indholdet (terroristens sag). Et klassisk eksempel er PLOs aktioner i Israel op til Arafats tale i FN i 1974. Et problem for terroristen som kommunikator er nu, at jo mere arbitrær (uskyldig) offeret er, jo mere opmærksomhed får han, men jo sværere er det for offentligheden at etablere den "rigtige" tegnrelation, i.e. medfølelsen med offeret tager overhånd over sympatien for en selv nok så retfærdig sag. For analytikeren er et af problemerne at fastslå hvilken tegntype terrorhandlingen tilhører: der er visse indexikalske træk (offeret skal have en vis forbindelse med sagen), men i mange tilfælde også klare ikoniske træk (Bader-Meinhof banden betragtede givetvis selv deres aktioner som metaforiske udtryk for hvordan forholdet mellem magthavere og folk i Vesttyskland "egentlig" var). Kapitlet er indholdsmættet og rejser i sagens natur flere spørgsmål end det besvarer. Der er her rigeligt stof til en ny bog fra H&B.

(Bogen er netop udkommet på dansk, bearbejdet af Carsten Kyhn, Samfundslitteratur 1988, kr. 100,-.)

Referencer

- Eco, U., 1981 The Role of the Reader, London: Hutchinson.
- Fiske, J., 1982. Introduction to Communication Studies, London: Methuen.
- Leiss, W. et al., 1986. Social Communication in Advertising, London: Methuen.
- Schrøder, K., 1987. "Convergence of Antagonistic Tradition? The Case of Audience Research", European Journal of Communication. 2, 7-31.