

de tilsnit vil *Etik i journalistik* være egnet som debatoplæg i undervisningssammenhænge.

Bogen henvender sig i første række til vordende og praktiserende journalister for at bidrage med et fundament, som kan forankre formidleren i en fagligt etisk bevidsthed og ansvarlighed »som forudsætning for en mediedækning af høj professionel standard« (p. 9). Ifølge Nissen Kruuse gør tidens hastige ændringer på centrale livsområder dette fundament påtrængende, hvis journalisten skal kunne udfylde sin rolle som formidler i den samfundsmæssige debat.

Det er grundtanken, at det enkelte individ er moralens centrum. Derfor, men desuden fordi forfatteren mener, at den journalistiske praksis ikke lader sig indpasse i generelle regelsæt, tager hun klart og utvetydigt afstand fra etisk regulering på statsligt plan (f.eks. den ny medieansvarslov) og placerer det etiske ansvar hos journalisten selv. Samtidig stilles der også krav til en arbejdspladspolitik, som kan anspore til grundig formidling.

For journalisten gælder det om at træffe de rigtige valg, så han kan leve op til den etiske *forpligtelse* om at fremstille *fair* journalistik. Fairness er bogens journalistiske ideal – og dens omdrejningspunkt. Den fair journalistik defineres kort som »sande, væsentlige, dækkende nyheder underholdende fortalt« (p. 151). Nissen Kruuses videre udbygning af dette professionaliseringskodex – som kvantitativt tegner sig for en trediedel af bogen – er med sin konkrete tilgang et frugtbart indlæg i diskussionen om 'den gode journalistik'.

Køreplan for en fair journalistik

Etik i journalistik falder i 6 kapitler: 1. *Magten og den tobenede etik*, 2. *Journalistens integritet*, 3. *Forholdet til kilderne*, 4. *Utraditionelle arbejdsmetoder*, 5. *Journalistikkens fairness* og endelig 6. *Det etiske ansvar*. Bogen er iøvrigt forsynet med resultaterne af forfatterens *spørgeundersøgelse* om såvel uskrevne som nedskrevne etiske regler og rutiner på en række af de største danske mediearbejdspladser.

Nissen Kruuses gennemgående metode er en *belysning* (snarere end *gennemlysning*) af hvert kapitels tematik ved hjælp af to grundelementer: Dels forskellige undersøgelsesresultater samt teori til indkredsning af etikbegrebets aspekter; dels et empirisk materiale fra den journalistiske praksis (en lang række af overvejende aktuelle inden- og udenlandske sager med principiel etisk rækkevidde). Oftest kridtes banen op gennem opstillingen af illustrative polariteter, som danner afsæt for vejledning og videregivelse af egne erfaringer og gode råd.

Forfatterens eksplicite formidlingsstrategi er konfrontationen af meninger, »af enkeltindividets

bud, ment til diskussion og modsigelse« (p. 12). Umiddelbart kan dette synes at være en passende form til et så subjektivt betonet emneområde som journalistikkens etik. Men der savnes en strammere styring af det omfattende eksempel materiale, således at de overordnede perspektiver og pointer havde fremstået mere distinkte. Og desværre er det til tider vanskeligt at finde Nissen Kruuses egne standpunkter iblandt de mange beskrivelser, citater og referater af andres. Endvidere er det en svaghed, at stort set alle cases er dugfriske. For herved fremstår bogens problemfelt løsrevet fra en historisk forståelsesramme, fra de samfundsmæssige og kulturelle kampe som kunne være med til at forankre og skabe grobund for journalistens begribelse af sin rolle, – og bidrage til den øgede bevidsthed og ansvarlighed, som forfatteren efterlyser.

Et symptom på bogens manglende forståelse for historisk foranderlighed og perspektiv er det 6. kapitels efterhæng, et højt fragmenteret vue over »nogle af historiens store moral-filosoffer valgt efter, hvad de har at sige nutidens journalister« (citeret fra omslaget). I betragtning af afsnittets summariske og lemfældige karakter er det dog uklart hvilken brugsværdi en sådan »kongerække« (p. 238) reelt har.

Kyklop-journalistik

Vores væsentligste kritik gælder bogens syn på TV og dets rolle og betydning i nyhedsformidlingen. Overskriftens begreb er forfatterens, og det henviser til en enøjet, ensidig og unfair journalistisk behandling, som i høj grad må siges at karakterisere Nissen Kruuses eget perspektiv på TV-mediet. Samtidig kan forfatterens attitude pejle, hvordan den mere rodfæstede tradition griber om nye mediemæssige udfordringer: Særlig fjernsynets behov for at finde frem til arbejdsmetoder og formidlingsformer, der lader verbaliseringen gå hånd i hånd med visualiseringen, har konfronteret de normer og regler for god presseskik, som primært har afsat sig på baggrund af den skrevne journalistik.

Det TV-pessimistiske paradigme, Nissen Kruuse altovervejende baserer sin fremstilling på, afsætter et apokalyptisk billede af TV som alene *tivolisering* og *infotainment*. TV kan underholde. Intet andet. Der spørges retorisk: »Men kernen er måske, at fjernsynet som nyhedsformidler slet ikke egner sig til den funktion: at give seerne indsigt. Og at det kun kan undgå at falde i Neil Postmans underholdningsgrøft ved at lade sig nøje med – og videreudvikle dén mulige særlige evne – de hurtige, enkle sagsfremstillinger og afstå fra mere komplicerede?« (p. 229). – Modsat forfatteren mener vi, at svaret på hendes spørgsmål er at finde i den danske TV-do-

kumentarismes udvikling gennem de seneste år. For en nøjere betragtning bør denne genre slå bunden ud af dystopien, da den er et eklatant eksempel på at mediet *også* mestrer den komplicerede sagsfremstilling. Trist at en underviser ved Journalisthøjskolens semester for undersøgende journalistik, slet ikke øjner disse potentialer – og direkte erklærer TV uegnet til information og undervisning.

Helle Fritze & Mimi Olsen,
Danskstuderende,
Københavns Universitet

Lars Gustaf Andersson: *Änglarnas barn – En studie i Pier Paolo Pasolinis filmer*, Bokbox Förlag, Lund 1992. 204 s. SEK 230,-.

Pier Paolo Pasolini blev myrdet den 2. november 1975, og praktisk talt lige siden har den kontroversielle italienske dramatiker, lyriker, romanforfatter, kulturkritiker, sprog- og filmteoretiker samt filminstruktør givet stof til et utal af studier, afhandlinger og andre værker.

I indledningen til *Änglarnas barn* skitserer Lars Gustaf Andersson kort den foreliggende litteratur om Pasolini, som hans eget bidrag på én gang tager afsæt i og afstand fra. Ifølge LGA har den hidtidige forskning kodificeret sig omkring kætteren og martyren Pasolini som mytologisk figur og følgelig prioriteret hans liv over hans værk på en sådan måde, at værket alt for ofte – hævder LGA – blot er blevet set som en slags illustration af Pasolinis liv. På den baggrund er det LGA's ambition at præsentere et auteurstudie over Pasolinis oeuvre, hvor biografiske elementer nok inddrages, men ikke gives forrang for relationerne til italiensk historie og politik. Dog slås det allerede fra starten fast, at der ikke er tale om en monografi i traditionel forstand: »afhandlingen är ingen fullständig monografi över Pasolinis verk, men ett försök till en monografi över Pasolinis verk så som det gestaltas i Salò.« (p. 21).

Det er om analysen af Pasolinis sidste film, hans frie Sade-filmatisering *Salò – eller de 120 dage i Sodoma* – som er blevet kaldt såvel et af filmhistoriens mest fascinerende som et af dens mest vederstyggelige værker – LGA's afhandling koncentrerer sig. Den italienske instruktørs andre film går der relativt let henover: de skitseres indledningsvis ganske kort og berøres i øvrigt kun i det omfang, de kan underbygge observationer vedrørende Salò. Bogens undertitel, *En studie i Pier Paolo Pasolinis filmer*, virker således i nogen grad som falsk varebetegnelse, bl.a. fordi vi næppe kan få et fuldgældigt billede af film som *Accatone* og *Mamma Roma* blot på baggrund af de aspekter, de måtte have tilfælles med

Salò, men også fordi den temmelig overfladiske omtale af de tidlige værker er behæftet med faktuelle fejl (f.ex. spiller Elsa Morante absolut ikke en hovedrolle i *Accatone*).

I selve behandlingen af Salò fremhæver LGA værkets karakter af intertekstuel krydsfelt, hvor Sade (og Sade-udlæggere som bl.a. Barthes og Klossowski) møder såvel Dante som Baudelaire og Nietzsche samt en række kunstnere, der fordømtes pga. deres spegede forhold til fascismen (Benn, Pound og Orff), og bl.a. på den baggrund påpeger han, hvad han kalder Salò's metahistoriske dimension. Filmen udspiller sig ifølge LGA i en arkaisk tid, der nok præciseres til Mussolinis Salò-republik, men som samtidig, bl.a. qua de mange referencer til forskellige historiske perioder, antager en Dante'sk kosmologisk dimension, som gør filmens ideologiske implikationer gyldige også for Italien i 70'erne: »Det metahistoriska schemat – som inte motsäger det historiska utan snarare utgör den andra sidan av det – säger oss att den sociala republiken redan överskridit de kronologiska och geografiska begränsningarna och erövrat det italienska sjuttioalet. Fascismen har med andra ord inte bara en his torisk giltighet; den är också en realitet i det senkapitalistiska Italien, styrt av kristdemokrater i allians med både socialister och kommunister.« (p. 84). Pasolinis film retter sig i den forstand ikke blot mod den historiske fascisme, men måske i endnu højere grad mod 70'ernes »magt uden ansigt«.

Netop denne »binaritet« mellem historie og metahistorie bliver for LGA helt central i hans betoning af, hvad han anser for en af Pasolinis vigtigste æstetiske strategier: den dialektiske dublering eller spejling, der åbner filmene for tilskuerens aktive betydningsarbejde. »Dubbleringarna, speglingarna är närmast att betrakta som en vehikel för ett antal dialektiska system. De kan avläsas och analyseras på flera olika sätt« (p. 179). Og specielt om historie-metahistorie dichotomien hedder det: »I spänningen mellan de två läsarterna uppstår tvånget att reflektera över förhållandena, över den historiska förståelsen.« (p. 179). I afhandlingens afsluttende kapitel »Bortom dialektiken?« placeres Salò i forhold til denne dialektik, der ifølge Pasolini selv netop adskiller sig fra Hegels ved ikke at være trinær. Oppositionerne er uforsonlige, følger sig ikke sammen til en syntese, og synes dermed at udelukke enhver optimisme: »Jag menar att hur man än betraktar Salò går denna film inte att »rädda«; dvs det går inte att tillskriva den en utopistisk eller optimistisk potential. Den är ett vittnesmål om den nya världen och där finns ingen nåd. Det är en i högsta grad pessimistisk betraktelse om de mänskliga villkoren.« (p. 189). Selv Pasolinis tidligere helteskikkelser, de un-

ge »ragazzi di vita« – livets børn, eller »englenes børn«, som LGA kalder dem med et lån fra en anden »poète maudit«, Jean Genet – tilbyder ikke længere noget håb.

Undervejs beskæftiger LGA sig også med fascisme, sadisme og seksualitet, han trækker tråde til bl.a. Fassbinder og Mishima, ligesom han strejfer Pasolinis teori om »virkelighedens skriftsprog«. Den øvrige Pasolini-forskning citeres flittigt og ofte (også når kildeangivelse synes overflødig, som f.ex. i forbindelse med elementære observationer vedr. filmens lydside), så ofte faktisk, at man undertiden kan miste følingen med LGA's eget ærinde. Sandsynligvis sker dette tillige pga. afhandlingens opbygning, der stramt følger filmens progression (hvilket naturligvis er en fordel for den læser, der ikke har filmen præsent), sidder man tilbage med en mængde interessante fragmenter, der desværre aldrig rigtigt føjer sig sammen til et hele. Det har LGA ganske vist heller ikke lovet (»Läsningen av Salò är utförd på ett sådant sätt att de entydiga svaren blir omöjliga. Man kan säga att jag har försökt att göra motsättningarna tydliga snarare än att upplösa dem.« (p. 24)), og i så henseende er bogen vel helt i Pasolinis ånd (»tanken att han aldrig försökt skapa en helhet, en enhet av det kluvna, kan befria oss från tvånget att göra synteser.« (p. 190)). Men ét er en kunstners æstetiske praksis, et andet analytikerens behandling deraf. Jeg efterlyser ikke den endegyldige sandhed om Pasolinis værk. Analysen må hjertensgerne bare være »ytterligere ett i raden av de provisorier som vi upprättar för att förstå vår värld bättre« (p. 177), men hvis den ikke i al sin begrænsning formidler et klart budskab, eller i det mindste en kohærent idé, hvad skal vi så med den?

Eva Jørholt, Institut for Film,
TV & Kommunikation,
Københavns Universitet

**Dahlgren, Peter og Colin Sparks (red.):
Communication and Citizenship. Routledge 1991. 266 sider, 35 pund (hardback).**

De sidste par år har været domineret af de- og re-, der begge hedder -konstruktion til efternavn. Tvillingerne sætter også deres præg på denne bog, der for hovedpartens vedkommende bygger på bidrag til et kollokvium ved Inter-University Centre i Dubrovnik i maj 1989, der både var produktivt og behageligt, hvis vi kan stole på bogens takke- og credit-sektion.

Det, tvillingerne har kastet deres øjne på denne gang, er intet mindre end *Borgerlig Offentlighed*, der udkom på tysk i 1962, dansk/norsk i 1971, og som ende-

lig i 1989 er blevet udgivet in extenso på engelsk (selvom Habermas allerede i 1974 fremlagde hovedtrækkene af argumentationen i en artikel i *New German Critique*).

Foruden en indledning af Peter Dahlgren falder bogen i tre dele: del I om massemedierne som institutioner, del II om politik og journalistik og del III om journalistisk praksis. Logikken i redaktionen kan godt være lidt svær at få øje på: fx forstår jeg ikke, hvorfor Todd Gitlins kaptiel om valgdækningen i amerikansk TV står i del II og ikke i del III, ligesom det er svært at forstå, hvorfor Karol Jakubowicz' kapitel om offentlighedens struktur i Polen står i del II og ikke i del I. Men det kan vel også være ligemeget, specielt eftersom begge kapitler er overordentlig interessante, uanset hvor de står.

Denne anmeldelses overskrift er specielt møntet på Peter Dahlgrens introduktion, hvor den til fingerspidserne politisk korrekte forsker-embedsmand snakker om Habermas: hans bog er banebrydende, såvel teoretisk som metodisk (p.3), men alligevel er den fuld af fejl. Han burde have skrevet noget om alternative, folkelige og oppositionelle offentligheder, ligesom han har glemt at skrive om reception, semiotik, kulturteori og postmodernisme (p.6). Desuden har han glemt at skrive om køn og klasse, og han er selvfølgelig også for romantisk i sin beskrivelse af den borgerlige offentlighed, og derfor for pessimistisk i sin analyse af nutiden. Og så videre og så videre. Her irrt sich Goethe. Derfor skal de- og re- selvfølgelig rulles ud i lange baner (fra p.7 og fremefter).

Problemet med indledningen er i grunden ikke, at den opfordrer til, at vi arbejder videre med en banebrydende bog, der (som den slags plejer van) er fuld af løse ender. Denne dialog og videreudvikling har altid været og vil altid være meningen med at forske. Problemet er langt snarere den afskyelige artighed og korrekthed, der gennemsyrrer indledningen. Klasse – hip-hip-hurra! Køn – hip-hip-hurra! Miljø – hip-hip-hurra! Bøsser, lesbiske og negre – hip-hip-hurra! (se p.13). Man får en frygtelig lyst til at advokere en forskning, der følger sin egen logik og intet andet.

Heldigvis består bogen mest af indlæg, der sagligt behandler deres emne, uden at forsøge at indynde sig alle mulige steder. James Curran har en glimrende, overbliksskabende artikel, hvori han gennemgår forskellige opfattelser af medierne som institutioner. Han belyser sine argumenter ved hjælp af historiske eksempler (britisk presse og radio/TV) og ender med at diskutere den tredje vej mellem markedet og det formynderiske system, vi kun kender alt for godt i Danmark.

Colin Sparks gennemgår den seriøse presse i Storbritanien og pointerer, at det er forkert at opfatte pressens nuværende stadi som et fald fra et højere niveau engang i fortiden: pressen var også useriøs i gam-

le dage. I stedet foreslår Sparks, at man tager udgangspunkt i, at samfundet består af forskellige smagskulturer, der ønsker forskellige ting af deres aviser.

John M. Phelan gennemgår i en særdeles interessant og veldokumenteret artikel forholdene i USA, hvor offentligheden domineres af henvendelsesformer, der stammer fra TV og dermed fra »masseproduktionens, reklamens og forbrugets politiske økonomi« (p.76). I artiklen gennemgås det, hvordan kommercielle TV-stationer benytter kampagner for tilsyneladende ædle formål som AIDS- og narkobekæmpelse som ren marketing. I tidens neo-liberale ånd kunne man måske spørge: hvad galt er der ved det, hvis bare det samtidig tjener til et godt formål? Analysen af en AIDS-kampagne viser, at der er det gale ved det, at kampagnerne i virkeligheden kun retter sig mod de brede masser af seere, der derved får en god følelse af, at der bliver taget hånd om sagen. Hvad angår relevant information til risikogrupperne sker der imidlertid intet.

I en række mere tekniske artikler gennemgås desuden tysk fjernsyn (Vincent Porter & Susanne Hasselbach), amerikansk valgkamp i TV (Todd Gitlin), den italienske offentlighedsstruktur (Paolo Mancini), den polske offentlighedsstruktur (Karol Jakubowicz), politisk diskurs i USA sammenlignet med Danmark (Ann N. Crigler & Klaus Bruhn Jensen), globaliseringen af TV-nyheder (Michael Gurevitch m.fl.), kvinder og TV-nyheder (Liesbet van Zoonen) og den britiske boulevardpresse (Ian Connell). De seks førstnævnte artikler, der på empirisk basis reflekterer over forholdene i forskellige lande, er specielt interessante; de to sidste består mest af spekulationer.

Alt i alt kan bogen anbefales, og for os danskere er der det specielt sjove ved den, at vi kan finde alle vores gamle bøger og artikler fra 1970'erne frem og få et update på offentlighedsteorien og den slags. »Keep your Confederate money – the South will rise«, som jeg engang så det formuleret på en bagrude-streamer i Alabama. Smid ikke dine gamle noter om Negt & Kluge væk: der kommer gang i sagerne, når først de engelsktalende får fat i de gode bøger.

*Henrik Dahl, Institut for Afsætningsøkonomi,
Handelshøjskolen i København*

William Leiss, Stephen Kline & Sut Jhally: *Social Communication in Advertising, Second Edition 1990, London, Routledge.*

Der findes vel næppe et mere udforsket og gennemdiskuteret emne end reklamen indenfor medie-forskningen. Igennem årtier har såvel universiteter som private virksomheder sponseret forskning, der uanset teoretisk og analytisk udgangspunkt har haft

ét dominerende fælles sigte: at finde ud af hvordan reklamen virker. Hvad enten vi taler om simple hukkommelsesundersøgelser eller raffinerede sociokulturelle værdiundersøgelser, så ønsker forskerne at kunne sige noget om de effekter, som enkelte reklamer eller reklamen som generaliseret fænomen giver anledning til hos sine modtagere, forbrugerne.

Der er derfor på den ene side et enormt korpus af viden at tage fat på som reklameinteresseret læser, på den anden side et lige så stort behov for at der selekteres og bringes orden i denne viden på en ordentlig og anvendbar måde i form af introduktioner og lærebøger i reklame. Det er denne ambition som bærer Leiss, Kline & Jhally's bog, nemlig at favne bredt fra reklamekritiske og -forsvarende diskussioner over historiske redegørelser for medie- og reklamegenreudviklinger til analyser af reklamens og varernes kulturelle betydninger og roller i det moderne samfund. Dette er såvel bogens styrke, for vi behøver bøger som selekterer og ordner viden for os, som grundliggende svaghed, for det kræver at bøgerne skrives af tværfagligt kompetente videnformidlere på mere end almindeligt højt niveau.

Bogens styrke er grundlæggende, at vi med denne bog har en lettilgængelig introduktion til basale universitetsdiskussioner af reklamen og al dens væsen ud fra et ideologikritisk standpunkt. Bogens udgangspunkt er, at reklamen ikke alene drejer sig om at flytte varer fra købmænd til forbrugere, men at reklamen er en ideologisk mekanisme som vedligeholder og transformerer centrale kulturelle forestillinger i form af varediskurser hos forbrugerne. Og dette synspunkt fører forfatterne igennem en række diskussioner af teoretisk og historisk beskrivende art, der inkluderer såvel introduktioner til reklameteorier som analytiske sammenkædninger mellem faktiske medieformer og reklamegenrer. Det gør de for så vidt udmærket.

Bogens svaghed er imidlertid, at forfatterne deres vidtfavnende ambitioner til trods ikke har dækning på den check, de selv har skrevet. Eftersom reklamen er et så udforsket emne fra så mange viden-skabsteoretiske udgangspunkter, så kræver det mere end blot et akademisk stuerent synspunkt om reklamen for at kunne skrive en bred introduktion til emnet. Det kræver tværvideenskabelig viden og der er i bogen en slående mangel på indsigt i bl.a. basal markedsføringsteori, i dagens reklameanalytiske praksis i marketinginstitutter samt i vort århundredes førende teoribygning, semiotik, hvilket får til følge at bogen i høj grad er gamle synspunkter på nye flasker snarere end den introduktion til reklameteorier og -analyse, som vi i høj grad mangler.

Forfatterne tager deres begyndelse på bogen i de reklamekritiske synspunkter, som har været rejst si-