

Geoffrey Reeves: *Communications and the 'Third World'* Routledge, London og New York, 1993, 277 s. 230 kr.

I tredje linje i forordet skriver Geoffrey Reeves, at hans bog på linje med Roy Armes' »Third World Film Making and the West« (1987) vil kunne kritiseres for at være skrevet fra et vestligt perspektiv. For at undgå samme kritik har han, hvor det var muligt, benyttet undersøgelser og analyser skrevet af 3. Verdens forskere. Han pointerer samtidig, at han ikke kan se en klar skillelinje mellem 3. Verdens og vestlige perspektiver, idet de økonomiske teorier, som perspektiverne er udviklet i samspil med indgår såvel i vestlige som ikke-vestlige analyser. Hensigten med Reeves' indledende bemærkninger er naturligvis at give bogen en vægtig placering som oversigtsværk over kommunikation i 3. Verden, men forordet skal også ses som et nødvendigt forsøg på at undgå en sviende kritik fra især afrikanske forskere – for uanset intentioner er bogens perspektiv fuldt ud så vestligt som Roy Armes' oversigtsværk.

Bogen består af to dele. Den første del er en kritisk gennemgang af de dominerende teoretiske perspektiver, analyseresultater og kerneområder indenfor kommunikationsforskningen siden 60'erne. Vi præsenteres for moderniseringsperspektivet, kultur og medieimperialisme og for afhængighedsperspektivet. Herudover behandles forholdet mellem stat og kommunikation, Den Nye Informationsorden og i forlængelse heraf, data og ny afhængighed. I anden del af bogen giver forfatteren et overblik over den aktuelle situation indenfor medierne i dag; her gennemgås reklame, fiktion, musik og radio, nyheder, folkelige og alternative medier. Bogen er forsynet med et udmærket indeks og kan med fordel læses på tværs af kapitlerne – alt efter interesse i teori, problem, verdensdel eller medie.

Bogen indledes med en stillingtagen til begrebet 3. verden. Som alle der (i dag) arbejder med begrebet, fastslår Reeves dets utilstrækkelighed som samlebetegnelse for en række vidt forskellige nationer; Brasilien og Indien hørende til blandt de største filmproducenter i verden og de fattige, krigshærgede afrikanske lande, som Angola og Mozambique, med meget lille medieproduktion, kan ikke uproblematisk beskrives under ét. Reeves ser derimod en vigtig skelnen mellem Latinamerika på den ene side og Afrika og Asien på den anden. Latinamerika og Afrika står teoretisk som hinandens modpoler; afrikanske medieforskere er stadig optagede af 'udvikling' og det 'korrekte' forhold mellem stat og massemedier og af kampen for at overvinde kulturel afhængighed og imperialisme. Mange latinameri-

kanske forskere har derimod indtaget en post-modernistisk position. Hvilket Reeves desværre ikke definerer nærmere. Overordnet beskrives den latinamerikanske medieforskning med en større fokusering på interne mediestrukturer, medieindhold, semiotik og receptionsanalyse. Forskningen i Asien placerer sig imellem disse to poler. Reeves gør andetstedes opmærksom på, at den afrikanske medieforskning er i fare for at blive isoleret i forhold til de resterende 3. Verdens Lande, ved sin standhaftige fokusering på imperialisme og udviklingsproblematikker.

Det er ikke til at tage fejl af, hvilke af disse analyser Reeves finder mest interessante. De afrikanske analyser er *stadig* optaget af imperialisme og udvikling, mens de latinamerikanske har fat i langt mere interessante problemstillinger. Det er da også fra dette hovedsynspunkt, vi føres igennem de dominerende teorier i 60'erne og 70'erne. Hvert perspektiv gennemgås sagligt, sættes i forhold til økonomiske og samfundsvidenskabelige teorier i samme perioder. Herefter fremlægges nyere forskningsresultater på området, som problematiserer datidens perspektiver, ved først og fremmest at påvise de faktorer der begrænser eksterne og strukturelle forholds betydning for kommunikationsområdet.

Hovedkritikken af afhængighedsperspektivet og tesen om medieimperialisme er, at man inden for disse perspektiver lagde for stor vægt på de eksterne, globale strukturer og tilsvarende underbetonede de interne faktorer. Som eksempel på dette nævnes mediesituationen i Brasilien. Her fremhæves, at interne forhold som protektionistisk mediepolitik, militærregime og ikke mindst privat ejede TV-selskaber har haft større indflydelse på medierne end eksterne faktorer.

Tesen om amerikansk medieimperialisme på TV-området begrænses ligeledes af flere faktorer, som spiller ind på forskellige niveauer: Økonomiske forhold i de fattigste lande har helt konkret betydet kortere sendetid og dermed mindre amerikansk indflydelse end imperialismetesen forudsatte. Ligesom økonomien har begrænset antallet af TV-apparater i de fattigste lande, hvilket i sig selv mindsker den amerikanske påvirkningsmulighed.

De nationale kulturer viser sig at være en vigtig barriere i forhold til imperialismen. Reeves refererer adskillige undersøgelser, som viser at vestlige medier ikke ukritisk overtages i andre kulturer. Tværtimod viser analyser at f.eks. brasilianske telenovos og indiske hindifilm tydeligt adskiller sig fra amerikanske produktioner og fremstår med distinkte kulturelle træk. Formen er nok overtaget, men indholdet og betydningen udformes i overensstemmelse med den lokale kultur. Endelig peger recep-

tionsanalyser på, at 3. Verdensmodtagere øver en vis modstand mod imperialismen og heller ikke passivt modtager vestlige værdier og budskaber, men recipierer i forhold til egne kulturelle værdier.

Set med vestlige øjne, er det jo nogle fornuftige og vigtige kritikpunkter Reeves trækker frem overfor de økonomiske og strukturelle teorier, som har domineret 3. Verdens forskningen. Kritikken er ikke overraskende i fuld overensstemmelse med hovedstrømmen indenfor 90'erne medie og kommunikationsopfattelse. Med Reeves formulerede kritik af de afrikanske medieanalyser i baghovedet, provokeres man imidlertid til at overveje, hvorvidt hans analyse af kommunikationssituationen i 3. Verden indfanger den kompleksitet, det gamle paradigme kritiseres for ikke at få med!

Som introduktion og overblik til feltet fungerer bogen på den ene side godt. Den giver en god og grundig gennemgang af dominerende teorier siden 60'erne. Den pointerer overbevisende de store forskelle, der er mellem de enkelte 3. Verdens lande, og det betydningsfulde i at underopdele disse for at indfange kompleksiteten. Og den gør ikke mindst op med det store amerikanske, medieimperialistiske uhyre, hvor al lighed med amerikanske produktionsformer blev tolket som neokolonialisme. På den anden side skriver Reeves så hårdt op mod det gamle paradigme, fokuserer så meget på brasilianske og indiske forskningsresultater som underbygger hans/vores tese om de interne, nationale og individuelle faktoreres mulighed for at bryde globale og økonomiske strukturer, at han svinger med pendulet helt over i en anden grøft; en grøft hvor han underbetoner de økonomiske, sociale og politiske strukturer i en sådan grad, at han sår tvivl om, hvorvidt det nuværende paradigme formår at indfange kompleksiteten. Hans vurdering af de afrikanske analyser som fastlåst i det gamle paradigme, tyder på, at det nye paradigme i hans formulering ikke har fundet en balance mellem interne og eksterne forholds betydning for kommunikation i 3. Verden.

Iben Jensen, Ph.d.-studerende
Kommunikationsuddannelsen
Roskilde Universitetscenter

David Morley, *Television, Audiences and Cultural Studies*, London & New York: Routledge 1992. 325 sider. Paperback 11.99.

Bogen her er både ny og ikke-så-ny. Den er ny, fordi den er udkommet i 1992, og ikke-så-ny, fordi den mest indeholder artikler, der har været offentliggjort i andre sammenhænge i perioden 1980-92. Faktisk er kun 3 af bogens 14 kapitler helt nyskrev-

ne, nemlig den omfattende indledning, hvori Morley velopløst reflekterer over Morley, og gør op med andres læsninger af Morley – tydeliggør sine tidligere arbejders »foretrukne læsning«, om man vil – samt to mindre kapitler på ialt 20 sider.

Det betyder ikke, at bogen ikke er nyttig og velkommen, tværtimod. Morley er formentlig den mest citerede receptionsforsker gennem de sidste 10 år – både hans *Nationwide Audience* (1980) og *Family Television* (1986) er klassikere inden for den nyere kvalitative publikumsforskning, fordi Morley har været pioner inden for denne forskningsretnings udviklingshistorie fra tekstreceptionsstudier til mere »etnografiske« undersøgelser af mediebrug i hverdagslivet.

Hovedformålet med bogen er da også at gøre Morleys arbejder tilgængelige for nye generationer af forskere og studerende, der ellers er henvist til andenhåndsbeskrivelser af de tidlige arbejder, der ikke længere kan skaffes, eller til besværet med at opdrive de øvrige artikler i tidsskrifter og antologier. Bogen kan da også fint bruges som grundbog på et kursus om receptionsforskningens historie, suppleret med (ulovlige?) kopier af andre forskeres arbejde.

Der er imidlertid ét problem med at bruge bogen som historisk kilde til receptionsforskningens historie: De fleste af kapitlerne (eller måske dem alle) er revideret i større eller mindre grad – med Morleys ord er det sådan, at de enkelte kapitler "*draw on material originally published in...*". Det er imidlertid uklart, præcist hvilke revisioner der er tale om, og jeg har ikke orket at lave filologiske studier for at opklare det nærmere.

Bogens to første dele, »Theoretical frameworks« og »Class, ideology and interpretation«, kredser om (gen)opdagelsen af mediepublikummet og den aktive rolle, seerne spiller i afkodningen af massemediebudskabet/-teksten. Et kapitel præsenterer *Nationwide*-undersøgelsen og giver bl.a. Morley lejlighed til at fasthamre den pointe, at selvom seernes klasse-mæssige position ikke direkte determinerer deres afkodning af teksten, så betyder det ikke, at der ingen relation er mellem klassebaserede kulturelle kompetencer og læsningen af tv-programmer, selvom nogle forskere senere har udlagt hans resultater på den måde.

Tredje del, »Gender, domestic leisure and viewing practices« handler om udviklingen fra afkodningsperspektivet til et mere etnografisk perspektiv på familiens interaktion omkring tv-apparatet. Pointen er her, at det snævre receptionsperspektiv afskærer sig selv fra at forstå, hvad seerne egentlig bruger fjernsynet og dets programmer til i deres hverdag. Dagligstuen må anskues som en politisk

arena, hvor ikke mindst køn er afgørende for, hvem der ser hvad og hvordan.

Fjerde og femte del, »Methodological Issues« og »Television, technology and consumption«, går et skridt videre til at se fjernsynet som blot ét blandt hjemmets mange elektroniske apparater, hvis brug er indlejret i sociokulturelle ritualer: telefonen, mikrobølgeovnen, videoen, hjemmecomputeren, osv. Perspektivet her er, at disse teknologier befinder sig i spændingsfeltet mellem de kapitalistiske produktionsvilkår, der har udviklet og sat rammerne for dem, og på den anden side de historisk udviklede hverdagssammenhænge, der ind imellem rummer muligheden for at sprænge de givne rammer. Udforskningen af disse relationer kræver så en mere udfoldet etnografisk tilgang, hvor interviews med husstadens medlemmer suppleres med langvarig deltagende observation, således at både klasse, køn og generation inddrages i analysen.

Mens de første fem dele forbilledligt sammenbinder teoretiske ræsonnementer med empiriske undersøgelser, er der en tendens til at teorien dominerer i bogens sidste del "Between the private and the public". Man føler ind imellem, at ret banale pointer omkring mediebrugens tids- og rum-dimensioner ved at blive indpakket i cultural studies-jargon kommer til at lyde mere dybsindige end de egentlig er. Morleys ærinde er at pege på, hvordan ikke mindst fjernsynet i sit historiske forløb har konstrueret bestemte forestillinger om 'familien' og 'nationen', og senest 'det internationale samfund', og her ved har artikuleret (sic!) vores forestillinger om det private og det offentlige på en bestemt -hegemonisk - måde.

Perspektivet her er Foucault'sk i sin insisteren på, at mikro- og makro, hverdagslige og sociostrukturelle dimensioner må sammentænkes teoretisk og empirisk stringent, hvis medieforskningen skal gøre sig håb om at forstå de udviklingsprocesser, de moderne samfund og medier gennemgår.

Denne både/og-tænkning er karakteristisk for Morley: Medieteksterne sætter visse rammer for modtagernes læsninger (the preferred reading), men modtagerne kan også sprænge rammere og læse teksterne subversivt. Sociale kategorier som klasse og køn sætter rammer for menneskers adfærd, men de determinerer den ikke i ét og alt. Denne balancegang er nødvendig for en forsker, der som Morley hele tiden vender tilbage "again and again, to the same old questions about cultural power" (s.1). Og det er formentlig det, der gør hans forskning så levende, i sidste instans uafklaret, og derfor også frugtbar.

Når jeg altid har beundret Morley som medieforsker, uden at være enig med ham i ét og alt (f.eks.

er jeg temmelig uenig i hans opfattelse af "the preferred reading"), skyldes det denne åbenhed – som man ikke skal forveksle med vattethed. Han står f.eks. klart frem og siger i Introduktionen, at han ikke vil opgive forestillingen om en »foretrukken læsning«, fordi det ville være politisk naivt. Men han tumler alligevel videre med læsningen som teoretisk problem.

Bogen kan derfor give masser af inspiration ikke blot til afklaringen af specifikke forskningsmæssige problemstillinger, men til hvad det overhovedet vil sige at være forsker.

Kim Schrøder, lektor
Institut for Sprog og Kultur,
Roskilde Universitetscenter

Roger de la Garde, William Gilsdorf & Ilja Wechseltmann (eds.): *Small Nations, Big Neighbour: Denmark and Quebec/Canada Compare Notes on American Popular Culture*. Academia Research Monograph: 10. London: John Libbey & Company Ltd. 1993. 239 sider. Hardback

For at sige det med det samme: bogen har været for længe undervejs og den har en forkert titel, men ellers er den brugbar. Projektet blev sat i gang i 1988 og resultatet foreligger nu i 1993, 5 år efter. Dette er måske helt almindelig for produktionen af en videnskabelig bog i dag, men for et aktuelt medievidenskabeligt emne som dette kan det have fatale konsekvenser. Det skyldes den rivende udvikling som foregår indenfor grænseoverskridende TV, både mht. teknologien (adgang til satellit- og kabel-TV) og mht. forskningen (ikke mindst receptionsforskningen i et *cross-cultural* perspektiv).

De fleste undersøgelser, bogens artikler refererer til, stammer fra før 1990. Og en relativ stor del af i hvert fald de danske artikler, er ikke original-bidrag mere, men er, i mere eller mindre varieret form, blevet publiceret før bogen udkom. Dette gør, at f. eks. en artikel som Claus Buhls *Making sense of advertising* simpelthen virker foreldet for en aktuel publikation, med dens i dag selvfølgelig afvisning af stimulus-response modellen.

Dette problem er forresten noget jeg selv har oplevet med min undersøgelse *Aneignungen. Ausländisches Fernsehen und nationale Kultur*, som lider af den samme altfor lange produktionsproces. Dagens medieverden har et helt andet, hektisk tempo, som den traditionelle forskning ikke er gearret til.

Min anden indvending går på at bogen ikke indfrier det som dens titel lover. Bogen handler ikke

centralt om forholdet »*små nationer, stor nabo*«. Der er rigtigt nok enkelte af bogens forfattere som fokuserer på dette forhold, som Roger de la Garde (der belyser udnyttelsesgraden af amerikanske versus canadiske programmer), Søren Schou (der beskriver amerikaniseringen af Danmark som modernisering), Mark Starowitz (der bl. a. behandler amerikansk TV i fjerne arktiske område i Canada), og Ole Prehn/Else F. Jensen (der til og med ser på forholdet i et dobbelt perspektiv: Europa -USA, og de skandinaviske lande - EF). Men også i disse artikler savner man mere grundlæggende refleksioner om begreb som national kultur, national identitet, medieimperialisme, kulturtransfer etc.

De fleste artikler har et andet centralt interesseområde. Således skriver André H. Caron & Pierre C. Bélanger om hvordan (udenlandsk) fjernsyn virker på folks hverdag ("*connection between media content and cultural practices*" s. 136), og i øvrigt er artiklen en kritik af kvantitative og et plædoyer for kvalitative analysemetoder. Kim Christian Schrøders (kendte) artikel under ny overskrift (*Can Denmark be Canadianized? On the cultural role of American TV-series in Denmark*) handler ikke centralt om danske seeres reception af *Dallas* i form af en analyse af f. eks. noget specifikt amerikansk som modtages ud fra en specifik dansk forventningshorisont, men behandler dette forhold abstrakt, med en analyse af receptionsmønstrene *immersion / distance*, som gælder helt generelt.

En betydelig del af artiklerne handler først og fremmest om kommercialisering af TV-kulturen: således helt klart William Gilsdorfs og Kevin G. Wilsons bidrag, og til en vis grad også Jørgen Lerche-Nielsens & Ilja Wechselmanns artikel *Does internationalization impose a crisis on Denmark?* Svaret forbliver lidt uklart, men et sted antydes det at det egentlige problem er »*the commercialized internationalization of TV*« (s. 112).

For det tredje er bogen ikke komparatistisk. Teksten er inddelt i 5 tematiske kapitler som indeholder en artikel fra hver side. Men de handler næsten gennemgående om vidt forskellige ting. Også det datamateriale de bruger er ikke sammenlignbar, når f. eks. den ene bygger på mediestatistik og den anden på kvalitative analyser. Man savner en dialogisk struktur. Artiklerne taler stort set forbi hinanden. Dette betyder ikke at de ikke kan have en værdi hver for sig selv. Jeg går ud fra, at en canadisk læser kan have stor nytte af de danske bidrag og en dansk læser af de canadiske. Og dette er jo ikke dårligt.

For det fjerde: Bogens titel lover også at den skal handle om *popular culture*, men det gør den heller ikke, i hvert fald ikke centralt. Vi finder heller ikke en definition af, hvad der menes med det.

Bogens oprindelige idé var »*a joint book on commercialism and culture*« (s. 8). Og det er også det vigtigste emne, den færdige bog handler om. Synd at det hele markedsføres under etiketten »*små nationer, stor nabo*« og lover en grundlæggende revision af medieimperialisme-teorien. Udviklingen både i Canada og i Danmark har nemlig ikke så meget med amerikanisering at gøre, ikke med noget som kommer udefra. Det som sker er derimod en kommercialisering og trivialisering af fjernsynskulturen, og det foregår i høj grad indenfor de forskellige lande, ikke mindst på de skandinaviske/danske nationale kanaler selv.

Dette kommer også frem som resultat flere steder i bogen. Direkte og indirekte. Et sted skriver projektets initiator Ilja Wechselmann selv, som kritik på danske intellektuelles afvisning af amerikansk kultur, at de skulle hellere have lagt vægt på "*distinguishing between valuable Americanization and not so valuable Americanization, between culture and trash, good and bad, information and misinformation*" (s. 109). Dette skulle bogen selv have gjort, i højere grad end den faktisk næsten ufrivilligt gjorde bag dens misvisende titel.

Barbara Gentikow, førsteamanuensis
Institut for Massekommunikasjon
Universitetet i Bergen

Klaus Bruhn Jensen, Kim Schrøder, Tine Stampe, Henrik Søndergaard, Jørgen Topsøe-Jensen: Når danskere ser tv. En undersøgelse af danske seeres brug og oplevelse af tv som flow. Samfundslitteratur, 1993. 152 sider. Pris 95 kr.

Hvordan ser danskerne TV? Bogen her lover på de første sider og i pressemeddelelsen at udforske, hvorledes TV indgår i seernes hverdag som en kulturel ressource og som et kompliceret kulturelt fænomen. Men de fem medieforskere holder ikke, hvad de lover: I det store og hele er det en tynd kop the, de serverer, og efter læsningen sidder man tilbage med et antal common sense betragtninger om danskernes TV-hverdag krydret med et metodologisk skoleridt. *Når danskere ser tv* er blevet til som led i et større forskningsprojekt om *Nordisk Fjernsyn i Forvandling*, som er gennemført af danske, norske og svenske medieforskere i perioden 1988-1991. Idéen var at undersøge tv-seernes reaktioner på de ændringer, der er sket i nordisk tv i løbet af firserne: Opbygningen af et mange-kanalsystem og ændringer i programudbudet. Undersøgelsens udgangspunkt er, at tv må forstås som et flow, en