

Anders Esmark, Peter Kjær og Ove K. Pedersen

Det politiske kommunikationssystem

Det skorter ikke på aktuelle udmeldinger om, at politisk kommunikation er *væsentlig*. Det skorter mere på analyser af, hvad politisk kommunikation *er*. Der er to elementer i den aktuelle forståelse af politisk kommunikation, der tilsammen giver denne uheldige situation. Det ene element er den *normative indholdsbestemmelse* af politisk kommunikation gennem en demokratiteoretisk norm, der historisk set er formuleret i en tæt sammentænkning af pluralisme og mediesociologi. Det andet element er den aktuelle *afstand mellem medieforskning og politologi*, der gør det svært at erstatte den normative indholdsbestemmelse med et brugbart alternativ. Vi formulerer her et modtræk til begge elementer. Vi udpeger det politiske kommunikationssystem som genstand, og vi præsenterer nogle teser om dets udseende.

Der findes en bestemmelse af politisk kommunikation, der i en eller anden form er styrende for den meste forskning. Bestemmelsen har form af en *trepartsrelation* mellem politikere, medier og borgere. Vores formål med denne artikel at bringe medieforskning og politologi sammen i en teori om politisk kommunikation, hvor medierne udpeges som selvstændige og politiske institutioner med væsentlig relevans for politologien. Med det formål for øje, er der to forbundne problemer med trepartsrelationen. For det første er det en demokratiteoretisk og dermed *normativ indholdsbestemmelse* af, hvad politisk kommunikation bør være. For det andet indebærer trepartsrelationen en *arbejdsdeling* mellem politologi og medieforskning, der ikke tillader at rejse politik og kommunikation samtidig og som samme genstand.

At der ikke er mange aktuelle bud på, hvad politisk kommunikation er, der ikke i en eller anden forstand bygger på trepartsrelationen, har at gøre med en historisk udviklet arbejdsdeling mellem politologi og medieforskning. Medieforskning var i sit udgangspunkt i starten af dette århundrede fuldstændig ensbetydende med demokratiteori, og det er ud af denne syntese, at trepartsrelationen for-

mes. Siden 1970'erne har politologien og medieforskningen imidlertid fjernet sig mere og mere fra hinanden. Resultatet er kort fortalt, at både politologien og medieforskningen har givet afkald på at skulle betragte politisk kommunikation som én genstand.¹ Politologien har helliget sig politik uden medier, og medieforskningen har helliget sig medier uden politik. Hver for sig har politologien og medieforskningen været i stand til at analysere deres genstande med metodisk og teoretisk åbenhed, men netop ved spørgsmålet om politisk kommunikation er den normative indholdsbestemmelse gjort gældende.

Vi søger at opfylde tre formål i artiklen. Først viser vi, hvordan den normative indholdsbestemmelse dannes ved en syntese af demokratiteori og mediesociologi. Dernæst viser vi, hvordan den siden hen udviklede arbejdsdeling mellem politologi og medieforskning håndteres i to aktuelle værker om politisk kommunikation. Til slut formulerer vi vores eget tentative bud på en genetablering af politisk kommunikation som politologisk studiefelt via begrebet „det politiske kommunikationssystem“. Vi formulerer derfor nogle teoretiske retningslinjer og nogle teser til en forståelse af det politiske kommunikationssystemets historie.

Anders Esmark, Peter Kjær og Ove K. Pedersen

Det politiske kommunikationssystem

Det skorter ikke på aktuelle udmeldinger om, at politisk kommunikation er *væsentlig*. Det skorter mere på analyser af, hvad politisk kommunikation *er*. Der er to elementer i den aktuelle forståelse af politisk kommunikation, der tilsammen giver denne uheldige situation. Det ene element er den *normative indholdsbestemmelse* af politisk kommunikation gennem en demokratiteoretisk norm, der historisk set er formuleret i en tæt sammentænkning af pluralisme og mediesociologi. Det andet element er den aktuelle *afstand mellem medieforskning og politologi*, der gør det svært at erstatte den normative indholdsbestemmelse med et brugbart alternativ. Vi formulerer her et modtræk til begge elementer. Vi udpeger det politiske kommunikationssystem som genstand, og vi præsenterer nogle teser om dets udseende.

Der findes en bestemmelse af politisk kommunikation, der i en eller anden form er styrende for den meste forskning. Bestemmelsen har form af en *trepartsrelation* mellem politikere, medier og borgere. Vores formål med denne artikel at bringe medieforskning og politologi sammen i en teori om politisk kommunikation, hvor medierne udpeges som selvstændige og politiske institutioner med væsentlig relevans for politologien. Med det formål for øje, er der to forbundne problemer med trepartsrelationen. For det første er det en demokratiteoretisk og dermed *normativ indholdsbestemmelse* af, hvad politisk kommunikation bør være. For det andet indebærer trepartsrelationen en *arbejdsdeling* mellem politologi og medieforskning, der ikke tillader at rejse politik og kommunikation samtidig og som samme genstand.

At der ikke er mange aktuelle bud på, hvad politisk kommunikation er, der ikke i en eller anden forstand bygger på trepartsrelationen, har at gøre med en historisk udviklet arbejdsdeling mellem politologi og medieforskning. Medieforskning var i sit udgangspunkt i starten af dette århundrede fuldstændig ensbetydende med demokratiteori, og det er ud af denne syntese, at trepartsrelationen for-

mes. Siden 1970'erne har politologien og medieforskningen imidlertid fjernet sig mere og mere fra hinanden. Resultatet er kort fortalt, at både politologien og medieforskningen har givet afkald på at skulle betragte politisk kommunikation som én genstand.¹ Politologien har helliget sig politik uden medier, og medieforskningen har helliget sig medier uden politik. Hver for sig har politologien og medieforskningen været i stand til at analysere deres genstande med metodisk og teoretisk åbenhed, men netop ved spørgsmålet om politisk kommunikation er den normative indholdsbestemmelse gjort gældende.

Vi søger at opfylde tre formål i artiklen. Først viser vi, hvordan den normative indholdsbestemmelse dannes ved en syntese af demokratiteori og mediesociologi. Dernæst viser vi, hvordan den siden hen udviklede arbejdsdeling mellem politologi og medieforskning håndteres i to aktuelle værker om politisk kommunikation. Til slut formulerer vi vores eget tentative bud på en genetablering af politisk kommunikation som politologisk studiefelt via begrebet „det politiske kommunikationssystem“. Vi formulerer derfor nogle teoretiske retningslinjer og nogle teser til en forståelse af det politiske kommunikationssystemets historie.

Den normative indholdsbestemmelse

Inden for forskningen har den normative indholdsbestemmelse en ganske specifik historie, der handler om arbejdsdelingen mellem mediesociologien og pluralismen. Disse to traditioner har et og samme udspring, nemlig i den amerikanske debat om nationsbygning i dette århundredes tre første årtier. Tre forhold, der siden skal komme til at tegne den normative indholdsbestemmelse, sammenkædes her. 1) En udpegning af medieindhold og medieeffekt som genstand. 2) En arbejdsdeling mellem mediesociologi og generel sociologisk og psykologisk teori. 3) En arbejdsdeling mellem mediesociologi og demokratisk teori (Klapper, 1960; Newbold, 1995).

Udpegningen af medieindhold og medieeffekter som genstand hviler i høj grad på inspiration fra periodens behaviorisme. Inspireret af stimulus/respons-modellen, teorier om „massesamfundet“ og de nyvundne erfaringer med propaganda under første verdenskrig formuleres en række postulater om de nye *massemedier*. Postulaterne går i al korthed ud på, at medierne har ubegrænsede effekter på en befolkning af viljeløse masser. Det er ikke til diskussion, om medier har store effekter, men kun hvordan deres principielt ubegrænsede effekter skal administreres. I medieforskningen er periodens forestillinger meget rammende siden hen blevet karakteriseret som „The Magic Bullet Theory“ eller „The Hypodermic Needle Theory“ (Asp, 1986), hvilket beskriver propagandaens uhindrede indtrængen i en passiv modtagermasse. Hvad der sjældnere beskrives er, at disse postulater er formuleret i en debat, hvor der er et sammenfald mellem tidlig pluralisme og tidlig mediesociologi.

Denne tidlige pluralisme er ikke, hvad vi aktuelt forstår ved pluralisme, det vil

sige både en demokratisk norm og en deskriptiv registrering (Dahl, 1989). Det er derimod en negativt ladet diagnose af det amerikanske samfunds partiske og sønderdelte karakter (DeFleur og Ball-Rokeach, 1989). Rammen for en sådan diagnose er en amerikansk fascination af den tyske nationalstat, hvilket leder en gruppe af teoretikere til den følgende konklusion:

„What was required was a social science that spoke to and through elites and that through civic education and the manipulation of public opinion, would foster the creation of a democratic public that would be represented by the state“ (Gunnell, 1995: 24).

Sentenserne om borgerlig opdragelse og manipulation af offentlig mening skyldes, at de omtalte teoretikere repræsenterer et sammenfald mellem tilhængere af tysk inspireret statsbygning, teknokratisk elitisme og *propagandateori*. I denne gruppe befinder både Harold D. Lasswell og Walter Lippmann sig. De er begge blevet referencepunkter for både politologer og mediesociologer. De er begge enige i den tidlige negative diagnose af pluralisme, og de er begge tilhængere af statsbygning.

Lasswells syntese af mediesociologi og demokratiteori afhænger af propaganda, der for ham er det indlysende redskab til den borgerlige opdragelse og offentlige manipulation, som skabelsen af en demokratisk enhed i det amerikanske samfund vil kræve. Hvad der er motivationen i projektet fremgår af en berømt passage fra „Propaganda Techniques in the World War“:

„A new flame must burn out the canker of dissent and temper the steel of bellicose enthusiasm. The name of the new hammer and anvil of social solidarity is propaganda“ (Lasswell, 1927: 221).

At den demokratiske offentlighed, som Lasswell og andre med ham har i tankerne, er noget ganske andet end trepartsrelationens begreb om offentlighed, er evident. Blandingen af statsfetichering og elitisme anser ikke borgernes, men statens interesse for at være udgangspunktet. Dermed er mediernes mangel på objektivitet og neutralitet heller ikke noget problem, men et redskab. Hvad Lasswell demonstrerer er med andre ord den historiske sammenknytning mellem en bestemt form for mediesociologi og den demokratiteoretiske elitisme. Den normative indholdsbestemmelse af politisk kommunikation hviler dog ikke på denne syntese af elitisme og mediesociologi, men på det synspunkt, der formuleres mod den.

Modstanden inkarneres i første omgang af John D. Dewey, der fører en længerevarende debat med Lippmann om offentlighedens rolle i demokratiet. Hans svar lyder i forkortet version, at et demokrati ikke kan konstitueres uden en deltagende og veluddannet offentlighed, og at det følgelig er mediernes rolle at medvirke til dannelsen af en sådan (Ryan, 1995; se også Lippmann, 1960). Dewey bliver en tidlig fortaler for den offentlighedsforståelse, der kommer til at dominere mediesociologien fremover. Etableringen af denne er uløseligt forbundet til etableringen af pluralismen, som vi kender den. Den centrale figur i denne udvikling er først Harold Laski, der påtager sig at videreføre Deweys synspunkter, og siden hen Robert A. Dahl (Eisenberg, 1995).

I mediesociologiens historieskrivning er denne udvikling kendetegnet ved et skift i synet på effekter samt en udvikling i forholdet til sociologien og psykologien. Synet på effekter er det stik modsatte af den foregående periodes. I stedet for propagandaens uanede effekter træder præsidentkampagnernes mangel på effekter

frem. Inspirationen og de teoretiske redskaber kommer blandt andet fra udviklingen i det behavioristiske paradigme, hvor der konstateres en række forskelle på responsiden af stimulus/respons-forholdet. Som forklaring på denne forskel indføres der mellemkommende variabler, henholdsvis individuelle forskelle og forskelle mellem typer af sociale relationer. Det samme bliver tilfældet i forholdet mellem afsender og modtager.² Inspirationen kommer imidlertid også fra pluralismen, men til forskel fra forholdet mellem propagandateori og elitisme etableres der nu en arbejdsdeling mellem kampagneforskning og pluralisme. Hvor et sammenfald mellem politisk teori og teori om medier, personificeret ved Lasswell og Lippmann, tegner tiden lige efter første verdenskrig, er der ved overgangen til 1930'erne tegnet omridset af en arbejdsdeling, der i løbet af 1940'erne og 1950'erne eksemplificeres klarest ved forholdet mellem Robert A. Dahl og Paul F. Lazarsfeld. Arbejdsdelingen indebærer en kobling af behaviorisme, mediesociologi og pluralisme (Connolly, 1969; DeFleur og Ball-Rokeach, 1989).

Det er denne kobling, der knæsætter den normative indholdsbestemmelse af politisk kommunikation i medieforskningen. Den normative bestemmelse hviler først og fremmest på etableringen af en forbindelse mellem demokrati og offentlighed. Pluralisme er ikke et radikalt opgør med elitismen en bloc, men *medipluralismen* adskiller sig i forhold til „medieelitismen“ derved, at offentligheden skal være fri. Den pluralistiske metafor om „meningdannelsens fri markedsplads“ beskriver sammenhængen. For det første indebærer metaforen en bestemmelse af *kontrollen med medierne*. Pluralismens slægtskab med liberalismen indebærer, at den væsentligste norm i de-

mokratiet er individuel frihed, herunder meningsfrihed. Meningsfrihed er udspændt i et dilemma mellem negativ frihed og positiv frihed – mellem friheden *fra* overgreb såsom propaganda og behovet for at uddanne *til* demokrati. Det bliver et element i den normative bestemmelse, at medierne skal balancere mellem frihed og behovet for et vist element af kontrol af hensyn til demokratiets videreførelse. Det er ud fra en sådan logik, at både mediernes rolle som demokratiske vagthunde og varetagere af offentlig uddannelse gennem public service kan forsvares. Men ethvert indgreb i retning af meningslighed på bekostning af meningsfrihed skal overvejes nøje. For det andet indbærer meningsmarkedet en bestemmelse af mediernes *kontrol med andre*, det vil sige deres effekter. Pluralismens brug af *balancen* som et fællestræk ved markeder og vellykket demokrati sætter også normen for medierne. Medierne skal sikre balance i meningsdannelsen. De skal sikre, at repræsentationen af samfundets samlede mængde af legitime interesser er i balance. Derfor er et meningsmarked med mange medier et godt marked. Men dertil skal medierne være neutrale. Markedet er en mødeplads for frie aktører. Derfor er et meningsmarked med effektløse medier et godt marked. Med reference til det pluralistiske magtbegreb: medierne må ikke udøve væsentlig indflydelse på folks holdninger og dermed få dem til at gøre noget, de ellers ikke ville have gjort.

Det er præcis, hvad de empiriske studier af amerikanske præsidentkampagner inden for den såkaldte Lazarsfeld-skole kan bekræfte (Lazarsfeld *et al.*, 1944; Katz og Lazarsfeld, 1955). Konklusionen på disse studier er klar; propaganda-teoriens magiske kugle bliver blokeret af psykologiske og sociale variabler, såsom

motivation, uddannelse, køn, arbejde mv., og politiske kampagner har begrænset indflydelse på borgernes endelige stemmefordeling. Som en medieforsker konkluderer efter en synkron læsning af Lazarsfelds analyse af Erie County og Dahls analyse af New Haven:

„The structural homology of the two paradigms, personal influence and pluralism reveals something more significant than a coincidental similarity in the shape of their results; it reveals the similarity of problematics and methodologies, the common thrust of the two paradigms“ (Gitlin, 1978: 25).

Stuart Hall har i en ikke helt skæv iagttagelse karakteriseret resultatet af arbejdsdelingen mellem pluralisme og mediesociologien mellem 1940'erne og 1960'erne som „den empiriske verifikation af den amerikanske drøm“ (Hall, 1982: 61).

Hvad perioden frem til 1970'erne viser er med andre ord, at der har været en tæt kobling mellem pluralismen og mediesociologien. Resultatet af denne kobling er, at politikbegrebet i mediesociologien i denne periode alene har været formet af en demokratiteoretisk norm. Trepartsrelationen mellem objektive og kritiske medier, repræsentativt valgte politikere og oplyste borgere bliver det liberale og pluralistiske ideal for politik, såvel som for kommunikation, og den er i den forstand en normativ indholdsbestemmelse. Når trepartsrelationen fungerer, har vi en demokratisk offentlighed.

Mediesociologien påtog sig at bevise, at bestemmelsen også kunne genfindes i empiriske forhold. Siden 1970'erne har der kun været få fortalere for en sådan verifikation. Et forhold springer dog i øjnene: meget få har forsøgt at gøre andet end at vise, at idealet ikke kan verificeres. I den forstand er det stadig den normative indholdsbestemmelse, der struk-

turerer forskningen i politisk kommunikation. Det skyldes en kombination af to forhold. Dels har den normative indholdsbestemmelse stor praktisk betydning for medier og politikere, der fremfører de roller, de er tildelt i trepartsrelationen til legitimering af deres status. Dels har mainstream politologien skilt sig af med kommunikationsbegrebet, ligesom medieforskningen har skilt sig af med politikbegrebet. Når forskningen i dag konstaterer, at den normative indholdsbestemmelse er netop det: en normativ indholdsbestemmelse, melder der sig hastigt et problem med at samle politisk kommunikation i en alternativ teoretisk ramme. Den eneste udforskede kobling af „politik“ og „kommunikation“ er den normative indholdsbestemmelse. Dette på trods af to velvoksne paradigmer for medieforskning, der har etableret sig ved eksplicit afstandstagen til koblingen af behaviorisme, pluralisme og mediesociologi. Dels en amerikansk tradition der omfatter organisations- og professionsforskning samt agenda- og audienceforskning, og dels en europæisk tradition der omfatter studier af ideologi, kultur og diskurs samt mediernes politiske økonomi (Tuchman, 1988).³

Aktuelle bud på politisk kommunikation – den amerikanske tradition

Et af de nyeste bud i den amerikanske tradition, Timothy Cooks *Governing with the News* (1998), åbner også med at slå fast, at mediernes rolle ikke er den, der antages i trepartsrelationen. Medierne er politiske institutioner, og det har de for så vidt været længe. Konstateringen leder ham til at udpege et behov for at tilnærme mediesociologi og politologi til hinanden, hvilket skal ske via ny-institutionalismen. Cook gør en del ud af

at markere både slægtskabet med og forskellen til de to hovedveje i amerikansk medieforskning. Dels agenda og audience-forskning. Dels forskning i mediernes organisationsrutiner og professionelle normer. I introduktion af institutionsbegrebet har derfor et toleddet formål: at systematisere og understrege, at medierne har en plads i den politiske teori.

Det er tydeligt, at Cook ved at vælge den overvejende amerikanske udviklede ny-institutionalisme, fortsætter ad den hovedvej, der allerede er udstukket i den amerikanske mediesociologi. Med udgangspunkt i den sociologiske socialkonstruktivisme (Berger og Luckmann, 1967; Goffmann, 1974) har både agendaforskningen og organisationsforskningen siden 1970'erne arbejdet på en udskillelse af medierne som selvstændige institutioner (Tuchman, 1972; 1978; Gans, 1979; Patterson, 1993). Cook konkluderer, at medierne er *en* social institution. Han konkluderer også, at medierne er en *politisk* institution, og endog at medierne er en del af *government*. Hans argument er, at politikere har behov for offentlighed, og at de derfor er nødt til at indstille sig på mediernes rutiner og normer, „bias“ eller „production values“, som det kaldes med mediesociologiske begreber.

„Insofar as political actors increasingly need publicity in order to set their issues on the agenda and otherwise achieve their aims, they must shape their activities to accord with the production values of news, and politics follows in turn“ (Cook, 1998: 115).

Politikere er presset til „government by publicity“, og de må derfor indstille sig på mediernes forestilling om, hvem der fortjener „publicity“. Mediernes og politikernes relation kan karakteriseres som „negotiation of newsworthiness.“

Cooks bog opsummerer den amerikanske forskning og demonstrerer dens problemer. I bogen kritiseres den vægt, der i medieforskningen er lagt på den normative indholdsbestemmelse, og der peges på, at medierne er en selvstændig institution med en politisk rolle, ligesom forholdet mellem politikere og medier udpeges til empirisk undersøgelse. Der er dog flere problemer ved Cooks forsøg på at udvikle en teori om forholdet mellem politik og medier. Cook fremlægger en række empiriske eksempler, der illustrerer den gensidige forbindelse mellem politik og medier, og han beskriver også, i hvilken forstand medierne spiller en politisk rolle og bliver en del af „government“ i det amerikanske system. Disse eksempler følges imidlertid ikke op af en mere samlet teoretisk formulering af, hvad der kan menes med henholdsvis politik, „government“ og medier, og i hvilke dimensioner den gensidige afhængighed kan iagttages.

Aktuelle bud på politisk kommunikation – den engelske tradition

Norman Fairclough præsenterer sig i sin bog fra 1995 *Media Discourse* som en kritisk diskursanalytiker. Den kritiske intention er selve fundamentet for den europæiske medieforskning, der opstod i 1970'erne som en variant af neo-marxismen omkring begreberne kultur, ideologi, diskurs og ikke mindst hegemoni.⁴

Bogen sammenfatter den europæiske medieforskning lige så eksemplarisk, som Cook sammenfatter den amerikanske. Også Fairclough har intentioner om at sammenfatte andre bidrag systematisk, men har i modsætning til Cook ingen intentioner om at overskride traditionen. Det har med en væsentlig forskel på de to traditioner at gøre: hvor den amerikanske forskning er præget af, at medieforsk-

ning er det samme som *mediesociologi*, opfatter skribenter i den engelske tradition sig som repræsentanter for en tradition med klar politologisk relevans.

Kernen i Faircloughs argument er en kinesisk æske af sociokulturel praksis, der omslutter diskurser, der igen omslutter tekster. Fairclough har tidligere fremført modellen som et generelt redskab til diskursanalyse (Fairclough, 1992), og de tre lag skal da også forstås som tre analyse-niveauer: tekst, diskursiv praksis og sociokulturel praksis. På tekstniveau anvendes alle lingvistikkens redskaber til at finde tekstuelle repræsentationer af nogle bestemte forhold, såsom videnssystemer, sociale identiteter og sociale relationer. På niveauet for diskursiv praksis eftersøges spor i teksten af de omslutende genrer og diskurser (Fairclough, 1995: 59). De såkaldt sociokulturelle praksisser er yderligere opdelt i et situationelt, institutionelt og samfundsmæssigt niveau, alt efter hvor generel og omfattende den enkelte praksis er. De sociokulturelle praksisser omfatter også dimensionerne økonomi, politik og kultur.

Modellen er en sammenfatning af den neo-marxistisk inspirerede medieforskning. Formålet med en kritisk diskursanalyse er at afsløre teksters og diskursers ideologiske virkemåde, præcis som programerklæringen har lydt for studier af kultur, ideologi og hegemoni (Hall, 1980; Gurevitch et. al., 1982; Bennet et al., 1986; Carey, 1989). De fælles forudsætninger for disse udlægninger er et forsøg på at udpege politisk kommunikation uden den normative indholdsbestemmelse. Inspireret af marxisme, lingvistisk strukturalisme og psykologi tilskrives både politik og kommunikation en anden betydning end i den amerikanske mediesociologi. Politik forstås som værende ensbetydende med magt og magtudøvelse

(Hall, 1982; Laclau, 1990). Mediernes rolle er i det lys at opretholde bestemte undertrykkelsesformer, det vil sige ideologier, identiteter, kulturer, hegemonier eller diskurser. Kommunikationen bestemmes ud fra et stadig mere omfattende sprogbegreb. Inspireret af semiotik og (post-)strukturalisme, udvides kommunikation i visse tilfælde til at være ensbetydende med alt socialt, og i mindre vidtgående versioner med alt ikke-materielt (Hall, 1982). Denne nye bestemmelse udvider imidlertid ikke kun den politiske kommunikations område. Det er samtidig en sammensmeltning af de to begreber. Al kommunikation er politisk, og al politik er kommunikation.

Bogen – og den engelske tradition med den – præsenterer en anden række af problemer end Cook og den amerikanske tradition. Den aktuelle diskursanalyse inden for mediestudier er først og fremmest redskabsorienteret. Den består i alt væsentligt af en række redskaber til tekst- og billedanalyse (van Dijk, 1985). Det betyder på den ene side, at Fairclough tilstræber at forankre diskursanalysen i konkret tekstanalyse. På den anden side står ethvert analytisk postulat over teksthiveau tilbage som enten en abstraktion *fra* teksten eller som en ideologikritisk indlæsning *i* teksten. Fairclough argumenterer for tilstedeværelsen af diskursive formationer. Men han demonstrerer, at politik betyder kommunikation, og at kommunikation simpelthen betyder politik, og at afsløringen af tekstens „ideologiske virkemåde“ derfor er alt, hvad der behøves, for at knytte politologien og medieforskningen sammen.

Det politiske kommunikationssystem

Hvad der taler for de to tekster er deres kritik af den normative indholdsbestem-

melse og deres forsøg på at skabe en tidsvarende teoretisk ramme for studiet af politisk kommunikation. Hvad de samtidig demonstrerer, er afstanden mellem medieforskning og politologi. En afstand, resten af artiklen her er et forsøg på at minimere ved hjælp af begrebet „det politiske kommunikationssystem“. Termen skal forstås som et heuristisk redskab til analyse af den politiske kommunikations institutionelle historie i Danmark. Metoden er denne: for at gøre op med den normative indholdsbestemmelse forudsætter vi ikke de grænser, som trepartsrelationen indebærer, men studerer i stedet de koblinger og afgrænsninger, der konstituerer dens parter. Vi forudsætter ikke klare grænser mellem politikere, medier og borgere, men gør forholdet mellem afgrænsning og kobling til emne for empirisk analyse. Et sådant projekt forudsætter en definition af politisk kommunikation, der ikke er konstitueret af allerede etablerede koblinger og grænser mellem en kreds af givne aktører. Vores bestemmelse har i første led visse fællestræk med diskursanalysens. Det er en indholdsbestemmelse af politisk kommunikation, hvis formål det er på et abstrakt niveau at begrebsliggøre politisk kommunikation uden den normative indholdsbestemmelse. I næste led er bestemmelsen et forsøg på at skelne mellem kommunikation i al almindelighed og politisk kommunikation.

Kommunikation forstår vi som en intentionel aktivering af en social forventningsstruktur, med henblik på at opnå en reaktion. I lingvistisk forstand er kommunikation at forstå som enheden af „parole“ og „langue“ hvilket vi kan sidestille med sprogbrug og sprogsystem (Saussure, 1986; Foucault, 1972; 1977). Når vi taler om et politisk kommunikationssystem, er det udtryk for, at det vi gør til

genstand er „langue“ eller sprogsystem, det vil sige de strukturelle forudsætninger i konkret kommunikation. Men vi sidestiller ikke kommunikationssystem med sprogsystem, for som det fremgår ovenfor, er det systematiseringen af forventningsstrukturer i vid forstand, som vi er ude efter. Vi skelner mellem tre typer af forventningsstrukturer de diskursive, de institutionelle og de organisatoriske. Forventningsstrukturer etablerer både grænser og koblinger for den enkelte kommunikation. Ved at sætte grænser mellem nogle forhold og etablere koblinger mellem andre, bliver udsagn, handlinger og beslutninger stabiliseret og giver visse muligheder, mens andre udelukkes. Vi forstår med andre ord *dannelsen* af et kommunikationssystem som stabilisering af forventningsstrukturer over tid.

At komme fra denne abstrakte bestemmelse af vores genstand (som den strukturelle side af kommunikation) til *politisk* kommunikation indebærer et postulat om, hvilke særlige diskursive, institutionelle og organisatoriske forventningsstrukturer, der adskiller politisk kommunikation fra kommunikation i al almindelighed. Det første vi gør, er at skelne mellem politik som iagttagelsepunkt og som genstand. Politik som iagttagelsepunkt er Fairclough et eksempel på: han påstår, at politik er konstitutivt for alt socialt, hvorfor alt socialt også bliver politisk. Problemet er, at politik forsvinder som selvstændig genstand. Vi sætter derfor det *politiske* som iagttagelsepunkt til side til fordel for *politik* som genstand, og hævder, at politisk kommunikation empirisk adskiller sig fra andre former for kommunikation ved at relatere sig til „staten“ som diskurtivt omdrejningspunkt.

På det diskursive niveau indebærer dannelsen af et politisk kommunikations-

system, at der finder en generel stabilisering af *meningsfuldhed* sted. Det har for det første at gøre med stabiliseringen af „centre“ for meningsfuldhed – såkaldte nodalpunkter (Laclau og Mouffe, 1985; Laclau, 1990). „Staten“ udgør et sådant nodalpunkt for politisk kommunikation. Dernæst knytter der sig stabilisering af bestemte sproglige standarder til et sådant nodalpunkt. Vi kan, inspireret af den lingvistiske diskursanalyse, skelne mellem diskursers syntaks og semantik eller mellem deres form og indhold. Den diskursive syntaks er specielle fremstillingsformer såsom narrativer og figurer, der er uafhængige af emne og genstand, men snarere er knyttet til en bestemt diskursiv genre. Man kan muligvis tale om en bestemt politisk syntaks, men politiske diskurser er snarere semantisk afgrænset, det vil sige gennem koblinger og afgrænsninger af meningsbestemmelser i form af bestemte problemer, begreber og argumenter. Pointen er, at det politiske kommunikationssystem kan have undergået meget store forandringer på et syntaktisk og semantisk niveau, uden at „staten“ er forsvundet som omdrejningspunkt.

På det institutionelle niveau stabiliseres politisk kommunikation i kraft af stabiliseringen af bestemte *konventioner* for handlen. I forhold til den diskursive dimension udgør den institutionelle dimension en specificering af krav til deltagere. Det kan forstås som en tilbygning af normer, roller og positioner til den diskursive dimension. Det er ikke blot nogle generelle regler for meningsfuldhed, der stabiliseres her, men en etablering af sanktionerede normer for handlen (Powell og DiMaggio, 1991; Scott og Meyer, 1994; Scott, 1995). I det politiske kommunikationssystem er der på en gang tale om en vækst i sådanne roller og positioner, der kan associeres til „staten“, og om en ud-

vikling af karakteren af denne association, men igen er pointen, at denne udvikling og forandring kan finde sted, uden at staten „forsvinder“. I stedet for at antage, at det politiske kommunikationssystem opbevares af trepartsrelationens tre roller, spørger vi ganske enkelt til, hvilke roller vi kan finde, og hvilken karakter de har.

På et organisatorisk niveau stabiliseres politisk kommunikation gennem stabiliseringen af bestemte *autoritets- og beslutningsformer*. Diskurser og institutioner er ikke knyttet til specifikke personer, leder ikke nødvendigvis til beslutninger og inddrager ikke en bestemt medlemskreds. Et system af diskurser og institutioner, men uden organisering, kan ikke producere beslutninger. Organisation er med andre ord sammenknytning af aktører i enheder, der kan navngive sig selv som ophavet til en beslutning eller blive navngivet af andre som ophavet til en beslutning, og kan knytte denne beslutning til en bestemt form for autoritet (Luhmann, 1984; 1997). Politisk kommunikation indebærer her, at der etableres bestemte måder at beslutte og forvente beslutninger på. Vi hævder også her, at disse er associeret til staten, men understreger igen, at antallet og karakteren af associeringer kan have forandret sig væsentligt.

I det lys må den normative indholdsbestemmelse af politisk kommunikation forstås som en særlig type af politisk kommunikationssystem, hvor de tre parter gensidige afgrænsning og kobling er bestemt af diskursiv orden, der konkret er centreret om „parlament“. Af en diskursiv syntaks der bygger på den parlamentariske styringskædes sekventielle beslutningsdannelse. Af en diskursiv semantik om offentlighedens problemer der debatteres med saglighedens argumentationsform. Af de institutionelle specifi-

ceringer af påkrævede handlingsmønstre for både politikere og presse der gives af befolkningens generaliserede interesse. Og endelig af et sammenfald mellem beslutning og Folketing, hvis beslutnings- og autoritetsform er demokratisk legitimeret lovgivning. Om et sådant politisk kommunikationssystem nogen sinde har kunnet genfindes empirisk er tvivlsomt, men vi vil i første omgang nøjes med at konstatere, at vi nu kan spørge til det politiske kommunikationssystem uden at forudsætte det som en normativ bestemmelse.

Tre teser om det politiske kommunikationssystem

Hvad bliver svaret så? Hvordan ser det politiske kommunikationssystemets historie så ud? Vi ved det ikke. Vi ser os ikke i stand til at fortælle den institutionelle historie om det danske politiske kommunikationssystem endnu, men vi kan præsentere nogle teser, der bygger på allerede udført forskning i andre sammenhænge og til dels på igangværende forskning.⁵ Vi præsenterer her tre teser – en for hvert analyseniveau (se i øvrigt også Pedersen, 1999a).

1) En tese om diskurs: *Det politiske kommunikationssystem konstitueres i dag af to konfliktende interesser; samfundsøkonomiens og offentlighedens*. Hver for sig udgør disse to interesser et forankringspunkt for politiske diskurser, der godt kan leve side om side, men som ikke kan mødes uden konflikt. Den samfundsøkonomiske interesse er knyttet til dannelsen af en række nye politikfelter, såsom erhvervs- og strukturpolitik, forvaltningspolitik, miljøpolitik og europapolitik, der alle er kimære i 1970'erne, men ved slutningen af 1980'erne står som fuldt udfoldede politikområder. Den hi-

storie er skrevet andetsteds (Pedersen *et al.*, 1992; Andersen, 1995; Lægreid og Pedersen, 1994; 1996; 1999). Hvad vi understreger her er, at samfundsøkonomien er blevet et væsentligt sprog i det politiske kommunikationssystem.

Men det er ikke det eneste sprog. Den tese, vi forfølger, siger, at den politiske kommunikation er knækket over. Til samfundsøkonomiens interesse knytter der sig et kvasi-videnskabeligt sprog. Det er et sprog, som ved hjælp af økonomiske og teoretiske fremstillingsformer udpeger den nødvendige „omstilling“ og „tilpasning“ til de årsager, som samfundsøkonomiens skiftende balancer nu hævdes at være bestemt af, såsom „konkurrenceevne“, „strukturer“, „fremtiden“, „internationaliseringen“. Det er et sprog, man finder i redegørelser, rapporter og i en ny type af medier, der ikke hævder at handle på offentlighedens vegne, men kun på samfundsøkonomiens (*Mandag Morgen* er et godt eksempel). Der er et særligt karakteristikum ved det samfundsøkonomiske sprog, at det ikke indebærer et begreb om offentlighed eller „offentlig interesse“. Dermed ikke sagt at den offentlige interesse behøver at være i konflikt med samfundsøkonomiens. Det er snarere sådan, at offentlighedens interesse slet og ret er unødvendig, fordi samfundsøkonomien præsenterer sig selv som havende objektiv betydning. Offentlighedens interesse kan godt italesættes, uden at det forstyrrer samfundsøkonomiske målsætninger og bliver det ofte. Men offentlighedens interesse kan også anvendes som et modtræk til samfundsøkonomiens interesse. Som en måde at forstyrre den samfundsøkonomiske diskurs på, sådan som det skete med Mariager Fjord, der blev baggrundsbillede (også i bogstavelig forstand) for formuleringen af, at hvad miljøet – det vil sige „os alle sammen“ – ikke

kan være tjent med. Og skurken er klar nok: det er den enøjede politiske fokusering på de økonomiske balancer.

„Offentligheden“ rejses til protest eller i det mindste skærpet interesse gennem diverse enkeltsager eller skandaler eller ved, at nogle påtager sig direkte at udlægge, hvad offentligheden „mener og synes“, og hvad den „har brug for“. Ikke sjældent fremføres den offentlige „debat“ som den store mangelvare i det politiske kommunikationssystem. Det påpeges, at beslutninger truffet af hensyn til samfundsøkonomiens interesse har gjort regning uden vært. At beslutninger er truffet for hurtigt, for lukket og uden offentlighedens „vidende“. Men det er væsentligt at holde fast i, at den offentlige debat her er et diskursivt knudepunkt: en legitimerende interesse, og ikke en offentlighed, forstået som en faktisk deltagende kreds af borgere. Kort sagt: Semantisk handler begge diskurser om politik, og de italesætter faktisk ofte de samme forhold. Hvis man skal fange forskellen på de to former for politisk diskurs, er det derfor væsentligt at være opmærksom på, at de så at sige taler med meget forskellig syntaks, og at de påkalder sig to væsensforskellige målsætninger som legitimering.

2) En tese om institutioner: *Det politiske kommunikationssystem konstitueres i dag af en række roller og normer, der synes at være på vej til at etablere en grundlæggende rollefordeling: mellem samfundsøkonomisk aktør og offentlighedsaktør.* Skellet mellem samfundsøkonomisk interesse og offentlig interesse går igen på institutionelt niveau. Politikerrollen er delt mellem professionalisme og hvad vi i mangel på bedre vælger at kalde populisme. I den samfundsøkonomiske diskurs er en politiker udstyret med kompetence i kraft af sin evne til at argumentere kvasi-videnskabeligt, til at for-

handle nationalt og internationalt, til at danne netværk og til at anvende de mange støttefunktioner han eller hun tilbydes, såsom økonomiske sekretariater, politiske rådgivere, presse- og mediekonsulenter mv. For offentlighedens interesse er alt dette ikke nødvendigt og måske ligefrem i vejen. Her skaber politikerens autoritet ved hjælp af en evne til at inkarnere offentligheden, til at skabe eller i det mindste give indtryk af en kontakt mellem offentlighed og borger. En politiker behøver ikke at være enten/eller. Vi taler ikke her om bestemte politikere, men om roller. Nogle politikere er udprægede professionelle, andre populistiske og nogle mestrer begge roller. Hverken den professionelle eller den populistiske politiker er nye fænomener, men hvad der måske er nyt, er at der ikke er en tredje mulighed. Det er ikke muligt „bare“ at være politiker, hvor autoriteten gives alene ved det at være folkevalgt.

Medierne er også blevet splittet. De traditionelle massemedier har fastholdt og skærpet deres roller som henholdsvis „demokratisk vagthund“ og „objektiv formidler“ mellem politiker og borger. Inden for den samfundsøkonomiske diskurs er der imidlertid opstået nye former for ekspertmedier. De påkalder sig ingen folkelig interesse, men er drevet af hensynet til præcis den samme samfundsøkonomiske interesse som den professionelle politiker. Disse medier er altså ikke mere „nye“, end at de hævder både at være et „sted“ og en „kritisk instans“, men de er det helt og aldeles på den samfundsøkonomiske diskurs' præmisser. Det er en pointe, at denne udvikling foregår som en udvikling af *genrer*. Det er ikke sådan, at det enkelt medie slet og ret tilhører den samfundsøkonomiske diskurs eller offentlighedens diskurs. Det er ofte tilfældet, men den enkelte avis eller sta-

tion kan også indeholde aspekter af begge diskurser, men i så fald vil grænsen være en del af stoffets organisering (Pedersen, 1999a).

Også borgerrollen er splittet, her mellem organiserede interesser og et generelt borgerskab. Det er et ofte konstateret udviklingstræk, der har at gøre med partiernes faldende medlemstal og med den grad af indflydelse, som de forskellige typer af organisationer har på den politiske menings- og beslutningdannelse. Organisationerne har været en væsentlig del af den samfundsøkonomiske diskurs' historie, og de indgår i tætte koblinger med professionelle politikere og ekspertmedier. Der kan med andre ord konstateres en opsplittning mellem den rolle, som den organiserede interesse indtager i den samfundsøkonomiske diskurs, og den rolle, som det generelle (med)borgerskab indtager i den offentlige interesses diskurs. For den samfundsøkonomiske diskurs er borgeren udskilt som irrelevant, som en „manglende evne til samfundsøkonomisk kommunikation“. Men i offentlighedens diskurs er borgeren autoritetsgiver. Det politisk relevante er, hvad borgeren finder politisk relevant.

Endelig er der kommet nogle nye roller til, hvoraf vi vil pege på de to væsentligste: embedsmanden og eksperten. I trepartsrelationen er forvaltningen et neutralt og transparent medium, præcis som medierne. En del forskning har efterhånden illustreret, at forvaltningen hverken er neutral eller transparent. Det har i vidt omfang at gøre med formuleringen af den samfundsøkonomiske diskurs, fordi formuleringen af denne fra start ikke mindst er båret af embedsmænd. Embedsmandsrollen er i dag en af de væsentligste selvstændige roller i den samfundsøkonomiske diskurs (Pedersen, 1999b). Ekspertrollen indtager en anden funktion, ikke

mindst i kraft af den kvasi-videnskabelige karakter i den samfundsøkonomiske diskurs. Videnskabelig aura er vigtig for samfundsøkonomien, og man kan måske formulere det sådan, at videnskaben har påtaget sig/er blevet tildelt den kritiske funktion i den samfundsøkonomiske diskurs, som medierne påtager sig i offentlighedens diskurs.

3) En tese om organisationer: *Det politiske kommunikationssystem konstitueres i dag af en række autoritets- og beslutningsformer, der giver systemet karakter af en „polycentrering“*. Vi tror ikke, at det politiske kommunikationssystem slet og ret er splittet i to halvdele. Det vil være en for simpel måde at fremstille systemet på. Vores første postulat er, at der er to generelle typer af sammenhænge i det politiske kommunikationssystem. På den ene side en sammenkobling af professionelle politikere, ekspertmedier, eksperter, embedsmænd og organiseret interesse, hvilket vi kan kalde for en samfundsøkonomisk organisering. På den anden side en sammenkobling af populistiske politikere, nyhedsmedier og borgere, der blot deltager i egenskab af at være borgere, hvilket vi kan kalde for nyheds- eller sagsorganisering. Pointen er for det første, at der ikke kun er tale om diskursive eller institutionelle figurer, men også om bestemte måder at producere beslutninger på og om at der knytter sig bestemte autoritetsformer til de to former for organisering. Den samfundsøkonomiske organisering betjener sig generelt af forhandlet autoritet, hvilket vil sige, at den enkelte organisation ikke har en entydig autoritetsform såsom økonomisk styrke, politisk magt eller demokratisk udpegning, men er engageret i et spil om forudsætningerne for beslutningsdannelse og selve beslutningsdannelsen på en gang. Resultatet er, at beslutninger kan

produceres gennem et stort antal af blandede autoritetsformer, der kun har det fællestræk, at al autoritet er til stadig genforhandling. Nyheds- eller sagsorganiseringen er derimod en alliance, mellem politikere og nyhedsmedier, der producerer beslutninger ved at fremmane den offentlige vilje, enten eksplicit eller implicit. Både politikere og medier er ivrige efter at se beslutningen gennemført, men hævder i sidste instans at være redskaber for en offentlighed med legitime krav.

Vores andet postulat er så, at disse organisationsformer *ligger i lag*. Der er ikke én samfundsøkonomisk organisering, men mange, og autoritets- og beslutningsformerne varierer fra organisation til organisation. Et fællestræk er der dog: nemlig at der er tale om organisering mellem mange parter med en relativ høj grad af stabilitet rundt om et emne eller et policyfelt, såsom struktur- og erhvervs politik eller forvaltningspolitik. Der er heller ikke tale om én nyheds- eller sagsorganisering, men flere. Her er fællestrækket, at der er tale om en stabiliseret relation primært mellem politiker og medie, der ikke har noget fast emne. Relationen kan være stabil henover nyheder og sager, eller den kan skifte fra sag til nyhed. Muligvis er der flere generelle organisationsformer, men som udgangspunkt mener vi, at opdelingen mellem samfundsøkonomisk organisering og nyheds- eller sagsorganisering og begges lagdeling til sammen giver det billede af polycentrisme, som vi søger at udvikle.

Et eksempel på hvorfor kan passende runde artiklen af. Eksemplet er det toldfrie salg. En politisk beslutning hænger i nogle dage og svæver mellem en samfundsøkonomisk udredt, afhandlet og truffet beslutning i koordineret indsats med EU, og en meget nærværende modstand mod selvsamme beslutning, formu-

leret og fremstillet som en sag i et samarbejde mellem politikere, medier og borgere. Om vi eventuelt kommer til at undvære det toldfrie salg, afhænger næppe så meget af Marianne Jelveds person, som af forholdet mellem de to former for politisk kommunikation.

Noter

1. For danske undtagelser fra denne regel se imidlertid Siune, 1984; Hjarvad, 1995; Lund, 1997.
2. Derudover er det væsentligt at bemærke, at den hastige fremvækst af empiriske undersøgelsesmetoder af både kvalitativ og kvantitativ art og statistiske beregningsmåder er et væsentligt element i behaviorismens udvikling på dette tidspunkt.
3. Vi har beskrevet tiden mellem den normative indholdsbestemmelse og dags dato mere udførligt andetsteds. Se Esmark og Kjær, 1999.
4. Se Hall, 1982. På samme tid opstår en beslægtet tradition, der dog er et amerikansk-europæisk joint-venture, og som i højere grad er inspireret af den klassiske politiske økonomi. Denne position tager oprindeligt på sig at vise, at medierne først og fremmest er industrielle og kommercielle virksomheder, der producerer og distribuerer varer (Murdock og Golding, 1974), men siden hen at demonstrere mediernes afhængighed af eksterne interesser i enhver form, det være sig økonomiske, politologiske eller teknologiske. Det er disse to traditioner, der løber sammen i Faircloughs bog.
5. Inden for rammerne af forskningsprojektet „Politisk Journalistik – historie og udvikling“, der også tæller journalist Erik Meier Carlsen og Ph.D.-studerende Maja Horst.

Litteratur

Andersen, Niels Å. (1995). *Selvskabt Forvaltning*, København: Nyt fra Samfundsviden-skaberne.

- Asp, Kent (1986). *Måktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*, Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Bennet, Tony (1986). „Popular Culture and the Return to Gramsci“, pp. 11-19 i Tony Bennet et al.(red.), *Popular Culture and Social Relations*, Milton Keynes: Open University Press.
- Berger, Peter L. og Luckmann, Thomas (1967). *The Social Construction of Reality*, New York: Doubleday.
- Carey, James W. (1989). „Mass Communication and Cultural Studies“, pp. 40-68 i James W. Carey (red.) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, London: Unwin-Hyman.
- Connolly, William (1969). *The Bias of Pluralism*, New York: Atherton.
- Cook, Timothy E. (1998). *Governing With the News*, Chicago: University of Chicago Press.
- Dahl, Robert A. (1989). *Democracy and its Critics*, New Haven: Yale University Press.
- DeFleur, Melvin og Sandra Ball-Rokeach (1989). *Theories of Mass Communication*, New York: Longman.
- Dijk, Teun A.v. (red.)(1985). *Discourse and Communication*, Berlin: W.de.Gruyter.
- Eisenberg, A (1995). *Reconstructing Political Pluralism*, Albany: State University of New York Press.
- Esmark, Anders og Peter Kjær (1999). „Medier-nes rolle. Tre gamle myter og én ny“, i Erik Meier Carlsen et al. (red.), *Magt og Fortælling*, Århus: Ajour (Under udgivelse).
- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*, London: Polity Press.
- Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*, London: Arnold.
- Foucault, Michel (1972). *The Archaeology of Knowledge*, New York: Pantheon.
- Foucault, Michel (1977). *Power/Knowledge*, New York: Pantheon.
- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding What's News*, New York: Random House.
- Gitlin, Todd (1978). „Media Sociology: the dominant paradigm...“, pp.205-253 i A.W. Gouldner (red.), *Theory and Society*, Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company.
- Goffmann, Erwin (1974). *Frame Analysis*, Cambridge: Harvard University Press.
- Gunnell, John (1995). „The Declination of the State and the Origins of American Pluralism“,

leret og fremstillet som en sag i et samarbejde mellem politikere, medier og borgere. Om vi eventuelt kommer til at undvære det toldfrie salg, afhænger næppe så meget af Marianne Jelveds person, som af forholdet mellem de to former for politisk kommunikation.

Noter

1. For danske undtagelser fra denne regel se imidlertid Siune, 1984; Hjarvad, 1995; Lund, 1997.
2. Derudover er det væsentligt at bemærke, at den hastige fremvækst af empiriske undersøgelsesmetoder af både kvalitativ og kvantitativ art og statistiske beregningsmåder er et væsentligt element i behaviorismens udvikling på dette tidspunkt.
3. Vi har beskrevet tiden mellem den normative indholdsbestemmelse og dags dato mere udførligt andetsteds. Se Esmark og Kjær, 1999.
4. Se Hall, 1982. På samme tid opstår en beslægtet tradition, der dog er et amerikansk-europæisk joint-venture, og som i højere grad er inspireret af den klassiske politiske økonomi. Denne position tager oprindeligt på sig at vise, at medierne først og fremmest er industrielle og kommercielle virksomheder, der producerer og distribuerer varer (Murdock og Golding, 1974), men siden hen at demonstrere mediernes afhængighed af eksterne interesser i enhver form, det være sig økonomiske, politologiske eller teknologiske. Det er disse to traditioner, der løber sammen i Faircloughs bog.
5. Inden for rammerne af forskningsprojektet „Politisk Journalistik – historie og udvikling“, der også tæller journalist Erik Meier Carlsen og Ph.D.-studerende Maja Horst.

Litteratur

Andersen, Niels Å. (1995). *Selvskab Forvaltning*, København: Nyt fra Samfundsvidenskaberne.

- Asp, Kent (1986). *Måktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*, Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Bennet, Tony (1986). „Popular Culture and the Return to Gramsci“, pp. 11-19 i Tony Bennet et al.(red.), *Popular Culture and Social Relations*, Milton Keynes: Open University Press.
- Berger, Peter L. og Luckmann, Thomas (1967). *The Social Construction of Reality*, New York: Doubleday.
- Carey, James W. (1989). „Mass Communication and Cultural Studies“, pp. 40-68 i James W. Carey (red.) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, London: Unwin-Hyman.
- Connolly, William (1969). *The Bias of Pluralism*, New York: Atherton.
- Cook, Timothy E. (1998). *Governing With the News*, Chicago: University of Chicago Press.
- Dahl, Robert A. (1989). *Democracy and its Critics*, New Haven: Yale University Press.
- DeFleur, Melvin og Sandra Ball-Rokeach (1989). *Theories of Mass Communication*, New York: Longman.
- Dijk, Teun A.v. (red.)(1985). *Discourse and Communication*, Berlin: W.de.Gruyter.
- Eisenberg, A (1995). *Reconstructing Political Pluralism*, Albany: State University of New York Press.
- Esmark, Anders og Peter Kjær (1999). „Mediernes rolle. Tre gamle myter og én ny“, i Erik Meier Carlsen et al. (red.), *Magt og Fortælling*, Århus: Ajour (Under udgivelse).
- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*, London: Polity Press.
- Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*, London: Arnold.
- Foucault, Michel (1972). *The Archaeology of Knowledge*, New York: Pantheon.
- Foucault, Michel (1977). *Power/Knowledge*, New York: Pantheon.
- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding What's News*, New York: Random House.
- Gitlin, Todd (1978). „Media Sociology: the dominant paradigm...“, pp.205-253 i A.W. Gouldner (red.), *Theory and Society*, Amsterdam: Elsevier Scientific Publishing Company.
- Goffmann, Erwin (1974). *Frame Analysis*, Cambridge: Harvard University Press.
- Gunnell, John (1995). „The Declination of the State and the Origins of American Pluralism“,

- pp. 19-40 i J. Dryzek et al. (red.), *Political Science and its History: Research Programs and Political Traditions*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gurevitch, et al. (1982). *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
- Hall, Stuart (1980) „Cultural Studies: two Paradigms“, pp. 59-72 i P. Scannell (red.), *Media, Culture and Society*, London: Academic Press.
- Hall, Stuart (1982). „The Rediscovery of Ideology: return of the repressed in media studies“, pp. 56-88 i Michael Gurevitch et al. (red.) *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
- Hjarvad, Stig (1995). *Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati*, København: Medieudvalget.
- Katz, Elihu og Paul Lazarsfeld (1955). *Personal Influence*, New York: Free Press.
- Klapper, Joseph T. (1960). *The Effects of Mass Communication*, New York: Free Press.
- Laclau, Ernesto og Chantal Mouffe (1985). *Hegemony and Socialist Strategy*, London: Verso.
- Laclau, Ernesto (1990). *New Reflections on the Revolution of Our Time*, London: Verso.
- Lasswell, Harold K. (1927). *Propaganda Technique in the World War*, New York: Alfred A. Knopf.
- Lazarsfeld, Paul et al. (1944). *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Lippmann, Walter (1960 [opr.1922]). *Public Opinion*, New York: Macmillan.
- Luhmann, Niklas (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Luhmann, Niklas (1984). *Soziale Systeme*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Lund, Anker Brink (1997). *Smitsomme sygdomme i dansk journalistik*, bd. I og II, København: Munksgaard.
- Lægred, Per og Ove K. Pedersen (red.) (1994). *Forvaltningspolitik i Norden*, København: Jurist- og Økonomforbundets forlag.
- Lægred, Per og Ove K. Pedersen (red.) (1996). *Integration og decentralisering*, København: Jurist- og Økonomforbundets forlag.
- Lægred, Per og Ove K. Pedersen (red.) (1999). *Fra opbygning til ombygning i staten*, København: Jurist- og Økonomforbundets forlag.
- Murdock, Graham og Peter Golding (1974). „For a political economy of mass communications“, pp. 207-223 i Ralph Milliband og John Saville (red.), *The Socialist Register*, London: Merlin Press.
- Newbold, Chris (1995). „The Media Effects Tradition“, pp. 119-123 i Oliver Boyd-Barrett og Chris Newbold (red.), *Approaches to Media*, London: Arnold.
- Patterson, Thomas E. (1993). *Out of Order*, New York: Alfred A. Knopf.
- Pedersen, Ove K. et al. (1992). *Privat Politik*, København: Samfundslitteratur.
- Pedersen, Ove K. (1999a). „Seks spørgsmål – og alt det løse“, i Erik Meier Carlsen et al. (red.), *Magt og Fortælling*, Århus: Ajour (Under udgivelse).
- Pedersen, Ove K. (1999b). „Den samfundsøkonomiske forvaltning“, i Peter Bogason (red.), *Stat, samfund og forvaltning. Den danske forvaltningshistorie*, København: Jurist- og Økonomforbundets forlag.
- Ryan, Alan (1995). *John Dewey – and the High Tide of American Liberalism*, New York: W.W. Norton og Co.
- Powell, Walter og Paul DiMaggio (red.) (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago: University of Chicago Press.
- Saussure, Ferdinand de (1986). *Course in General Linguistics*, Chicago and La Salle: Open Court.
- Scott, Richard og John W. Meyer (red.) (1994). *Institutional Environments and Organizations*, New York: Sage.
- Scott, Richard (1995). *Institutions and Organizations*, New York: Sage.
- Siune, Karen (1984). *Politik og medier*, Århus: Forlaget Politica.
- Tuchman, Gaye (1972). „Objectivity as a Strategic Ritual“, *American Journal of Sociology*, Vol. 77, No. 4, pp. 660-678.
- Tuchman, Gaye (1978). *Making News – a Study in the Construction of Reality*, London: Free Press.
- Tuchman, Gaye (1988). „Mass Media Institutions“, pp. 601-621 i Smelser, Neil J. (red.), *Handbook of Sociology*, Beverly Hills: Sage Publications.