

# SOCIOLOGISK FORSKNING

TEMA MEDIER OCH SAMHÄLLE



3-4/98

PRIS 125,- INKL MOMS

# SOCIOLOGISK FORSKNING

---

Tidskrift för Sveriges Sociologförbund, utgiven med stöd av Humanistisk-samhällsvetenskapliga forskningsrådet, med redaktionen vid Örebro universitet, Humanistiska institutionen.

## Redaktion

Mats Ekström(red), Berth Danermark, Monica Johansson, Rolf Lidskog och Berit Åberg

## Adress

Sociologisk Forskning, Örebro universitet, Humanistiska institutionen, 701 82 Örebro. Tel 019-30 30 44, fax 019-30 34 77, e-post mats.ekstrom@hum.oru.se

## Annonser

Halvsida i ett nummer 500 kronor, helsida i ett nummer 900 kronor, då heloriginal lämnas.

## Data

Omslag Sune Andersson. Grafisk form Örebro universitet, Avdelningen för informations- och kontaktfrågor, Ulla Fogelström, Teckensnitt Sabon och Franklin Gothic. Printed in Sweden by Graphic Systems AB Göteborg 1997. ISSN 0038-0342.

---

## Prenumerationer, lösnummer, adressändringar och reklamationer

Vi anlitar Uppdragsbyrån i Örebro för dessa uppgifter. Ange alltid att det gäller Sociologisk Forskning och om du är medlem i Sveriges Sociologförbund eller ej.

För medlemmar i Sveriges Sociologförbund ingår tidningen i medlemsavgiften.

Prenumerationspriser	Institutionsprenumeration	300 kr
	Enskild prenumeration	200 kr

Lösnummerpriser	Enkelnummer	75 kr
	Dubbelnummer	125 kr

Priset inkluderar portot. Ingen faktureringsavgift tillkommer vid förskotts-betalning.

Postgiro: 67 06 67-5, Sociologisk Forskning

Postadress: Sociologisk Forskning, Uppdragsbyrån c/o Martin Lind, Åkerbyvägen 22, 715 72 Stora Mellösa

Telefon: 019-30 35 02, 019-30 34 92

# INNEHÅLL

---

NUMMER 3–4 1998

## ARTIKLAR

	Sid
<b>Smakernas begränsade frihet: Om kulturindustrins makt över sin publik</b> AV ANDRÉ JANSSON	7
<b>Modernitet, globalisering och medier</b> AV JAN EKECRANTZ	33
<b>Nærværets moral i distansenes verden</b> AV TERJE RASMUSSEN	61
<b>Rasism och antirasism på dagordningen: Studier av televisionens nyhetsrapportering i början av 1990-talet</b> AV BIRGITTA LÖWANDER	85
<b>Medier och (populär)kultur</b> AV HILLEVI GANETZ	101
<b>Det journalistiske mistaket</b> AV MARTIN EIDE	123
<b>Attraktionens tv-journalistik</b> AV MATS EKSTRÖM	143
<b>Mediekritik och mediemakt: Bidrag till en kartering av mediekritikens fält</b> AV GÖRAN SVENSSON	171
<b>ESSÄ</b>	
<b>Bourdieus moraliska panik</b> AV KONSTANTIN ECONOMOU OCH PER-ANDERS FORSTORP	195

## RECENSIONER

	Sid
<b>Dalquist, Ulf: Större våld än nöden kräver. Medlevåldsdebatten i Sverige 1980–1995</b>	211
Umeå: Borea, 1998 NILS CHRISTIE	
<b>Hillevi Ganetz: Hennes röster: Rocktexter av Turid Lundqvist, Eva Dahlgren och Kajsa Grytt</b>	215
Stockholm: Symposion, 1997 ÅSA KROON	
<b>Margareta Nilsson-Lindström: Tradition och överskridande. En studie av flickors perspektiv på utbildning</b>	219
Lund Dissertations in Sociology 21, Sociologiska institutionen, Lunds universitet, 1998 LENNART G SVENSSON	
<b>Jan-Inge Jönhll: Samhället som system och dess ekologiska omvärld. En studie i Niklas Luhmanns sociologiska systemteori</b>	223
Lund: Lund dissertations in Sociology 17, 1997 ROLF LIDSKOG	
<b>Nijole V. Benokraitis (red): Subtle sexism. Current Practice and Prospects for Change</b>	227
Thousand Oaks: SAGE, 1997 MARIE RISBECK	
<b>E. Zerubavel: Social Mindscapes: An Invitation to Cognitive Sociology</b>	232
Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1997 KLAS BORELL	
<b>Peter Hedström och Richard Swedberg (red): Social Mechanisms. An Analytical Approach to Social Theory</b>	237
Cambridge: Cambridge University Press, 1998 THOMAS BRANTE	
<b>Rolf Lidskog (red): Kommunen och kärnavfallet. Svensk kärnavfallspolitik på 1990-talet</b>	244
Stockholm: Carlssons, 1998 PER LINDQUIST	

**Inkommen litteratur**

## FÖRORD

I detta temanummer har vi samlat nio artiklar som handlar om medierna i samhället och samhället i medierna. Inom ramen för detta övergripande tema analyseras en rad olika företeelser; allt från medier och globalisering till kärleksideal i rocktexter. Artiklarna handlar om övergripande samhälleliga utvecklingstendenser, relationer mellan sociala institutioner, interaktionsformer, identiteter, kulturella värderingar och ideologier. De illustrerar den mångfacetterade, kreativa empiriska forskning och teoriutveckling som pågår inom den kultur- och samhällsvetenskapligt orienterade medieforskningen.

**ANDRÉ JANSSON** tar i den inledande uppsatsen utgångspunkt från Horkheimers och Adornos *Upplysningens dialektik* och analyserar frågan om kulturindustrins makt över människors smak. Centrala idéer inom Frankfurtskolan konfronterats med senare års teoriutveckling och empiriska forskning om bland annat kulturimperialism, om publikernas makt att tolka och ge mening åt de produkter som de konsumerar, samt om den kulturella smaken så som den fungerar för att vidmakthålla sociala distinktioner mellan grupper i samhället.

**JAN EKECRANTZ** bidrar med en kritiskt analyserande översikt över litteraturen om modernitet, globalisering och medier. En rad centrala frågeställningar i den idag mycket omfattande diskussionen om globaliseringens innebörder behandlas: Vad har globaliseringen för djupare sociala och kulturella implikationer? Vilken roll spelar medierna i globaliseringen? Hur ser relationen mellan det moderna och det globala samhället ut i ett historiskt perspektiv? Hur skall vi förstå dialektiken mellan tid och rum i det föränderliga samhälle som beskrivs i termer av globalisering?

**TERJE RASMUSSEN** utgår från de etiska teorier som argumenterar för att medmänsklig inlevelse och empati förutsätter rumslig, fysisk närhet; och ställer frågan vad detta betyder i ett samhälle där relationerna mellan människor i allt större utsträckning är medierade genom massmedier. Utgångspunkten är främst Zygmunt Baumans sociologi och postmoderna etik. Rasmussen diskuterar närhetsetikens möjligheter och begränsningar i det globala mediasamhället.

**HILLEVI GANETZ** låter Anthony Giddens teorier om föränderliga kärleksrelationer och kärleksideal i det senmoderna samhället utgöra utgångspunkt för en analys av rocktexter. Ganetz visar hur vi kan betrakta rocktexter, och andra former av medierad populärkultur, som delar i ett kulturellt samtal, och som symboliska uttryck för samhällets kultur, identiteter och sociala relationer. Artikeln ger också en översikt över de kulturbegrepp som under senare decennier tillämpats inom kultur- och samhällsvetenskaplig medieforskning.

**BIRGITTA LÖWANDER** presenterar en studie av de föreställningar om invandrare, rasism och antirasism som kom till uttryck i, och legitimerades av, svenska tv-nyheter, i början av 1990-talet. Nyhetsjournalistiken tenderar enligt Löwander att reducera rasismen till kriminella beteenden och patologiska defekter, samtidigt som antirasisterna beskrivs som extremister och hot mot den sociala ordningen. Löwander relaterar sin egen studie till såväl teorier som tidigare empirisk forskning om racistiska diskurser, deras innebörder och sätt att fungera, samt om nyhetsjournalistikens betydelse för skapande och upprätthållande av sådana diskurser.

**MARTIN EIDE** analyserar olika utvecklingstendenser inom journalistiken. Eide menar att journalistiken alltmer fått karaktären av ideologi, en journalismens ideologi som fått inflytande såväl inom som utanför journalistiken. Journalistiken präglas också av en allt starkare instrumentell anpassning till medielogiken. Dessa och andra tendenser bidrar, enligt Eides hypotes, paradoxalt nog till att journalistikens expansion riskerar att också bli dess fall.

**MATS EKSTRÖM** introducerar begreppet attraktionens tv-journalistik. Han visar hur tv-journalistiken anpassas till attraktionens särskilda kommunikationsform; detta i en situation då konkurrensen om publikernas uppmärksamhet ökat väsentligt och strategier för att kunna attrahera en tillräckligt stor publik blivit en allt viktigare del av det journalistiska arbetet. Artikeln innehåller dels en teoretisk precisering av attraktionsbegreppet, dels en rad konkreta exempel från svensk tv-journalistik.

**GÖRAN SVENSSON** analyserar kritiskt senare års omfattande mediekritik. Denna kritik har präglats av en demonisering av medierna, där medierna diskuterats på ett onyanserat och ensidigt sätt. Den bitvis starka och polariserade debatten om medier tolkar Svensson som uttryck för en kamp mellan olika sociala institutioner. Svensson presenterar viktiga utgångspunkter för en mer nyanserad, allsidig och konstruktiv offentlig mediekritik.

I en kortare essä diskuterar **KONSTANTIN ECONOMOU** och **PER-ANDERS FORSTORP** Bourdieus mycket omtalade bok *Om televisionen*. Författarna argumenterar för att denna bok stämmer dåligt överens med den radikala reflexiva sociologi som Bourdieu tidigare gjort sig känd för. Istället för att genomföra en empiriskt grundad kultursociologisk analys av televisionen och journalistikens fält, har Bourdieu enligt författarna presenterat en tendentiös, förenklad och närmast kulturkonservativ bild av televisionen.

Vår förhoppning är att detta temanummer skall inspirera till nya forskningsidéer, analyser och debatter om medier och samhälle.

**Mats Ekström**

# Smakernas begränsade frihet

Om kulturindustrins makt över sin publik

AV ANDRÉ JANSSON

## Inledning

Mer än ett halvt sekel har förflutit sedan Max Horkheimer och Theodor Adorno skrev *Upplysningens dialektik*. Bokens första upplaga utkom 1944 och var då en uppgörelse med både den tyska nazismen och den genomkommersialiserade amerikanska kulturindustrin. Den förstnämnda hade Horkheimer och Adorno – tillsammans med en rad andra namnkunniga tyska vetenskapsmän och kulturpersonligheter, som Bertholt Brecht och Thomas Mann – flytt ifrån; den senare kom att omge deras nya exiltillvaro. Mötet med den amerikanska masskulturen, som inom den tyska emigrantkolonin i Los Angeles sågs med allt annat än blida ögon, kom att sätta tydlig prägel på den kritiska och i flera avseenden dystopiska samhällsteori som sedermera utvecklades inom Frankfurtskolan. I *Upplysningens dialektik* ges en kompromisslös beskrivning av hur det västerländska upplysningsprojektet har gått överstyr och slagit över i sin egen antites; en blind övertro på människans förmåga att rationellt kontrollera såväl naturen som det sociala och kulturella livet; en samhällsordning där de yttersta symbolerna för kalkylerbarhetens excesser heter Auschwitz och Hollywood.

Det finns idag stor anledning att begrunda dessa tankar. Inte därför att de nödvändigtvis och i alla delar var fullt relevanta när de skrevs ner, utan mot bakgrund av att de identifierar en rationalistisk och kommersialistisk samhällsutveckling som har fortskridit in i vår tid. Om man med fog kunde tala om en kulturindustri på 1940-talet, så är begreppet fullt tillämpligt även idag. Medieindustrin, konsum-

---

**ANDRÉ JANSSON** är doktorand vid Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Hans forskning behandlar huvudsakligen medieanvändning ur ett kultursociologiskt perspektiv, med fokus på bland annat livsstil och kulturell identitet. För tillfället arbetar han på en avhandling om relationen mediekultur-konsumtionskultur.

tionsindustrin och upplevelseindustrin är exempel på kommersiellt expansiva branscher, vars gränslinjer är problematiska att rita upp, men vars verksamheter i större eller mindre grad bör räknas in i den så kallade kulturindustrin. I de kulturella konglomeratens tidevarv spänner lanseringarna av nya koncept över ett allt bredare produktregister och omsätter allt större belopp. Verksamheten har därtill, tack vare nya distributionsteknologier, globaliserats.

Men vilken makt har kulturindustrin egentligen över publikens smak? Föredrar publiken främst det den genom upprepning har lärt sig att uppskatta? Denna frågeställning är mycket intressant att belysa mot bakgrund av de diskussioner som ofta har förts om den moderna kulturens likriktning. Förmågan att låsa fast människors kulturella preferenser inom vissa ramar utgör själva förutsättningen för att en eventuell ideologisk indoktrinering skall kunna förekomma. I *Upplysningens dialektik* beskriver Horkheimer och Adorno kulturindustrins manipulativa strategi enligt följande (1944/1996: 151):

Den ständiga upprepningen är principen också för förhållandet till det förgångna. Det nya i den masskulturella fasen jämfört med den senliberala är att det nya utsluts. Maskinen roterar på samma fläck. Eftersom den har full kontroll över konsumtionen utmönstrar den det oprövade som riskabelt. [...] Just därför är det ideligen tal om idea, novelty och surprise, om sådant som på en gång är välbekant och ännu inte visat.

Resonemanget känns förvånansvärt aktuellt. Den kommersiella kulturindustrins obenägenhet att satsa på nydanande och experimentella budskap och uttrycksformer kan i dagsläget överföras på ett flertal olika debatter: framtiden för public service-medierna, framtiden för distributörerna av smal film eller framtiden för de fria teatergrupperna. Exempelen på hur de kommersiella medieföretagen satsar på säkra kort – ett utbud som så få som möjligt väljer bort – är många. Samtidigt som skivbolagen ondgör sig över de kommersiella radiokanalernas uniforma och slätstrukna musikaliska profil, vilken missgynnar deras möjligheter att föra ut smalare musik eller musik med ännu okända artister (se t ex Dagens Nyheter 970325), marknadsför sig samma kanaler med paroller som: "Bättre musik – mer variation" (City 107 i Göteborg), eller "Energy – vi skapar hitsen" (Radio NRJs reklamkampanj 1997, visad bland annat på MTV). Dessa reklambudskap korresponderar märkligt väl med den skräckbild som Horkheimer och Adorno målade upp på 1940-talet: det handlar om variation inom mycket snäva och starkt konventionsbundna ramar, och det handlar om producenternas övertygelse om den egna verksamhetens förmodligen att på samma gång skapa och möta den breda publikens preferenser.

Å andra sidan finns det inga empiriska belegg för att den kulturkritiska ursprungstesens till fullo skulle kunna accepteras – allra minst hos författarna själva. Resonemanget i *Upplysningens dialektik* rör sig huvudsakligen på ett socialfiloso-



fiskt plan, och det samma gäller Adornos övriga texter om kulturindustrin. Sålunda föreligger det starka skäl att konfrontera Frankfurtskolans idéer med de teorier och analyser som genom åren har utarbetats inom kultursociologi och medieforskning. Det kan här vara relevant att titta närmare både på sådant material som ligger den marxistiska ideologikritiken nära, till exempel texter om kulturimperialism (se t ex Schiller, 1969, 1974, 1984, 1996; Mattelart, 1974/1980, 1976/1979; Mattelart m fl, 1984; Garnham, 1990), och på teorier som skisserar en mer aktivt meningsskapande publik (se t ex Fiske, 1987; Liebes & Katz, 1990; Lull, 1995; Thompson, 1995). Min övertygelse är att vi alltså inte har gått till botten med den problematik som rör vilken makt kulturindustrin egentligen har över människors kulturella smak.

### **Ursprungstes: kulturindustri och masspublik**

Den vetenskapliga upplysningen hade ursprungligen som syfte att befria människorna från magins och myternas tvångssele. Men i det genomrationaliserade masshället har upplysningen i sig själv kommit att mytifieras, till priset av en inskränkning av människors möjligheter till fritt tänkande. Denna pendelrörelse mellan upplyst kunskap och blind tilltro utgör grundtemat för modernitetsanalysen i Horkheimers och Adornos *Upplysningens dialektik* (1944/1996).

Den kanske viktigaste drivkraften bakom upplysningens haveri, såg Horkheimer och Adorno i den hämningslösa expansionen av en instrumentaliserad och empiribaserad vetenskap – det vetenskapsideal som framför allt företräddes av Francis Bacon. Genom att likrikta vetenskapen till att som allomfattande värdenorm upphöja kontrollerbarhet och användbarhet, konstruerade upplysningsprojektet ett vapen mot det okända som inte bara eliminerade tilltron till magi, utan även kom att hota det mänskliga tänkandet som sådant. När vägen till kunskap begränsades till formaliserade metoder, förvrängdes människors tankearbete till att enbart reproducera det redan existerande – ett blint reproducerande av fakta – vilket medförde att upplysningen kom att falla tillbaka i den mytologi som den själv försökt lösgöra sig ur. Det obekanta och det okontrollerbara blev den moderna epokens tabu, det mest förbjudna.

Konsekvenserna av denna utveckling återspeglas inte bara i ett ökat främlingskap inför den objektiverade naturen, utan även i att kulturen har kommit att mista sin autenticitet. På samma vis som naturen analyseras och behärskas genom distanserade studier, för att optimalt resultera i allförklarade helhetssystem, görs kulturen till föremål för instrumentell planering. Enligt Horkheimer och Adorno är konstverkets egentliga uppgift att förmedla en ”uppenbarelse av det hela i det parti-

kulära” (a a: 34), och att på så vis även sträcka sig bortom det kända. I likhet med de traditionella samhällenas trolleri tar den sanna konsten vid där vetandet går i upplösning – med den viktiga skillnaden att konstverket avsäger sig all inverkan på yttervärlden. Likväl har konstens och kulturens grundvalar underminerats inom ramen för samma upplysningsprojekt som ville krossa trolleri och vidskepelse. Kulturföraktet har gått hand i hand med byggandet av det nya, vetenskapliga industri-samhället.

Det är mot bakgrund av detta samhällsperspektiv som teorierna om den mäktiga kulturindustrin bör ses. Kulturindustrin är inte något isolerat fenomen, utan en aspekt av det genomrationaliserade samhället som helhet. Att Horkheimer och Adorno ägnar ett helt kapitel åt ämnet – *Kulturindustri. Upplysning som massbedrägeri* (a a: 137) – kommer sig av att denna typ av industrialiserad verksamhet med särskild tydlighet avslöjar upplysningsprojektets expansion utanför sina rättmätiga domäner. Om den sanna kulturen uppstår spontant bland folket och har som syfte att öppna nya världar bortom den kända verkligheten, sänker sig kulturindustrins produkter över människorna från ovan och har ”imitationen som absolut rättesnöre” (a a: 148). Kulturindustrin gör därmed våld på kulturen som sådan, samtidigt som den inskränker människornas möjligheter till ett fritt tänkande – vilket i förlängningen även leder till ett undertryckande av oppositionella strömningar.

Kulturindustrin konstitueras av en rad olika branscher, vilka tillsammans formar ett enhetligt system – enhetligt på så vis att de olika grenarna sinsemellan uppvisar en likvärdig betoning av ekonomisk och teknisk rationalitet. Kulturindustrins ideologi har vinstmaximering som mål, och som strukturell princip att på ett fåtal tillverkningsorter producera standardvaror för utspridd reception. Horkheimer och Adorno pekade på att det härvidlag inte finns någon skillnad mellan film, radio och veckopress (a a: 137), ovetande om att beskrivningen skulle komma att överensstämma än bättre med det nutida multinationella satellit-TV-systemet (jfr Ramsay, 1996). Möjligheterna att nå ut till en masspublik och samtidigt kunna uppnå de ekonomiska målen, har skapats genom såväl tekniska som administrativa rationaliseringsprocesser.

Det förstnämnda innebär en tillämpning av moderna hjälpmedel, vilka kan framställa de kulturella produkterna i standardiserade massupplagor. Just utbudets *standardisering* är ett tema som genomsyrar *Upplysningens dialektik*, liksom det genomsyrar flera av Adornos övriga texter om kulturindustrin. Redan i artikeln *On Popular Music* från 1941 (1990) återfinns ett exempel på Adornos kritiska analyser av hur massproducerad kultur, i detta fall populärmusiken, stöps i en och samma form. Medan den seriösa musiken byggs upp av unika och icke utbytbara enheter, vilka samtliga står i direkt förbindelse med verkets totalitet, är den massprodu-

cerade musiken komponerad enligt prefabricerade strukturella scheman, där det är viktigare att varje detalj passar in i schemat än att samma detalj existerar för sin egen skull. Standardiseringen och schematiseringen är en bidragande förklaring till varför populärmusiken är just populär; helheten i ett populärmusikaliskt stycke är given på förhand och accepterad av lyssnarna redan innan de tagit del av styckets innehåll.

Idéerna om hur kulturindustrin genom sin starka konventionsbundenhet skapar ett mer lättillgängligt utbud, vidareutvecklade Adorno senare i artiklar som *The Schema of Mass Culture* (1991) och *Culture Industry Reconsidered* (1991). Bland annat beskrivs hur varje ny produkt refererar till andra liknande produkter, vilka redan varit ute på massmarknaden och som accepterats som succéer. Kulturindustrin tenderar att återskapa sina produkter enligt de scheman som tidigare visat sig lyckosamma ur ekonomisk synvinkel, vilket i förlängningen innebär att publiken lär sig att uppskatta och efterfråga vad som erbjuds dem om och om igen. Människornas smak manipuleras och förslavas under kulturindustrins homogeniserande kraft i ett kretslopp som svetsar samman systemet till en allt kompaktare enhet.

Jämte den tekniska rationaliteten har även de administrativa systemens överexpansion bidragit till den dialektiska transformationen av det kulturella fältet. I artikeln *Culture and Administration* (1991) framhåller Adorno att kulturen inte kan administreras och på samma gång bibehålla sin autenticitet, eftersom de krav som administrationen ställer på kulturen bestäms enligt normer som står i ett direkt motsatsförhållande till objektets inneboende kvaliteter. Den kulturella produktens användningsvärde reduceras till ett rent bytesvärde; i kulturindustrins ögon är den enda användbara kulturen den som kan förväntas ge ekonomisk avkastning. Härigenom avskiljs obönhörligen den kulturella produktionen från människors sociala praxis – såväl folkkulturen som den seriösa kulturen. Kulturen fråntas sin autonomi, sin spontanitet och sin kritiska potential, och masspubliken – vilken kategoriseras och klassificeras ”som statistiskt material efter inkomstgrupper i röda, gröna och blå fält” (Horkheimer & Adorno, 1944/1996: 140) – inkorporeras som en komponent i det kulturindustriella systemet. Det sistnämnda argumentet är mycket intressant, eftersom det underminerar kulturindustrins eget imperativ att ”ge publiken vad den vill ha” – ett imperativ som tillika brukar framhållas som ett slags alibi för verksamheten.

Den viktigaste förklaringen till varför människorna låter sig fjättras vid kulturindustrins enformiga och schematiskt lättillgängliga utbud, ligger enligt Horkheimer och Adorno (a a: 154) i förhållandet mellan kulturindustrins mekanismer och människors arbete. Masskulturen, i synnerhet den så kallade underhållningen, fungerar som en ren förlängning av arbetet. Den breda folkmassan ägnar sin lediga

tid åt att låta sig underhållas, för att sedan åter igen kunna orka med den mekaniserade arbetsprocessen – vilket implicerar att de är dubbelt utnyttjade och oförmögna att bryta sig ur kapitalismens totalitet. Den alienation inför arbetet som följer av organisationsprinciperna i det kapitalistiska samhället har således banat väg för en rent eskapistisk kulturkonsumtion. Fritiden har omvandlats till sin motsats och konsumtionen av kulturella produkter blir ett medel istället för ett mål. I artikeln *On Popular Music* (1941/1990: 310) framhåller Adorno att hela skalan av kommersiella underhållningsprodukter har som syfte att konsumeras av en publik som vill fly från både uttråkning och ansträngning – en publik som saknar både motivation och kraft att ta till sig eller själv skapa sann konst.

I ett samhälle där kulturen skall konsumeras utan ansträngning, förvandlas igenkänningen till sensation. Upplevelsen av att känna igen sig i de kulturella produkterna är underhållningens själva väsen. Att bli road är det samma som att ”vara med på noterna” (Horkheimer & Adorno, 1944/1996: 162), vilket i sin tur är det samma som att låta schemat för sin kulturella reception konvergera med kulturindustrins produktionsschema. Publiken låter sig förföras av de ytliga lockbeten som varje ny produkt erbjuder: en etablerad filmstjärna eller en utmanande kärleksscen, alltihop minimala variationer inom ramen för de givna konventionerna. Kulturindustrins strategi handlar således om en balansgång mellan att skapa igenkänning – att ge publiken vad den har lärt sig att kravlöst uppskatta – och att inbilla samma publik att den senaste produkten ändå innehåller något som är ”nytt”. Ur Horkheimers och Adornos synvinkel är det denna kalkylmässigt avvägda balansgång som grundlägger kulturindustrins makt över masspublikens smak.

Men hur bör man då förhålla sig till denna tes? Vad skall förkastas och vad är av substantiellt intresse? Min avsikt är att ur ett främst medievetenskapligt perspektiv belysa båda dessa aspekter och därigenom nå fram till en teori om hur idéerna om kulturindustrins makt skulle kunna appliceras på dagens mediasamhälle – inte minst mot bakgrund av att vissa viktiga aspekter av Frankfurtskolans kulturkritik, såsom kulturens kommersialisering, åtminstone på ytan ser ut att vara minst lika relevanta idag som för femtio år sedan. Närmast följer en genomgång av de efterföljare inom massmedieforskningen som aktivt har använt sig av begreppet kulturindustri – forskare som främst återfinns inom politisk ekonomi.

### **Kulturimperialism som gränslös smakmanipulation**

Frankfurtskolans idéer kom att få stor betydelse i efterkrigstidens Europa. Eftersom den snabba medieutvecklingen och den ökande kulturella kommersialiseringen var förändringsprocesser som engagerade breda formationer inom både den akademi-

ska och den politiska världen, fanns förutsättningar för kulturkritikens genomslag – ett genomslag som skulle bli särskilt tydligt i samband med vänstervågen och de antihegemoniska strömningarna under 1960- och -70-talen. Det var då som den akademiska kritiken mot den kommersiella, främst amerikanska, kulturindustrins expansion, särskilt i underutvecklade länder, kom att formuleras i mest uttalat politiska ordalag. Mot bakgrund av att kombinationen av nya produktions- och distributionsteknologier och kapitalistiska organisationsformer möjliggjorde en allt mer global spridning av västerländskt kulturutbud, ansåg många medieforskare att en ny typ av imperialism hade gjort sitt inträde – en kultur- eller medieimperialism (jfr Roach, 1997).

Bland kulturimperialismtesens främsta företrädare märks bland andra Armand Mattelart och Herbert Schiller, vilka framför allt gjorde sig kända genom sin hårda USA-kritik under 1970-talet, men som alltså är engagerade i forskningsfrågor som rör förhållandet mellan den kulturella produktionen och den dominerande kapitalistiska ideologin. Om man följer den idémässiga utvecklingen hos dessa teoretiker över tid – från deras tidiga verk, såsom Mattelarts *Mass Media, Ideology and the Revolutionary Movement* (1974/1980) och Schillers *Mass Communication and American Empire* (1969) och *The Mind Managers* (1974), till senare böcker, såsom Mattelarts *Rethinking Media Theory* (Mattelart & Mattelart, 1992) och Schillers *Information Inequality* (1996) – kan den gemensamma nämnaren sägas vara en bestående marxistisk kulturkritik. Å andra sidan är det uppenbart att Schiller mer konsekvent – eller hårdnackat, om man så vill – har hållit fast vid sin beskrivning av de kapitalistiska företagskonglomeratens kulturella herravälde. Mattelarts texter uppvisar med tiden en större dynamik i och med att större vikt läggs vid de aktiva subjekten, publiken.

Den ursprungliga idén om amerikansk kulturimperialism kan liknas vid en global tillämpning av Frankfurtskolans mer abstrakt generaliserande resonemang om kulturindustrins manipulativa och ideologireproducerande makt. Genom att lyfta fram exempel från bland annat Sydamerika, försöker man ge en belysning av hur USAs tidigare uttalat militära hotstrategi, den så kallade ”kanonbåtsdiplomatin”, successivt har ersatts av en mer sofistikerad form av dominans; dominans genom att exportera kommersiell masskultur som ensidigt präntar in bilden av den amerikanska ideologins normalitet. Genom utvecklingen av modern distributionsapparat, till exempel satellit-TV-system, kan USA fördjupa ett redan existerande dominansförhållande gentemot de länder vilka själva saknar en industriell bas. De så kallade ”utvecklingsländerna” översköls av stora kvantiteter billiga, amerikanska kulturprodukter, och är praktiskt taget oförmögna att stå emot ideologisk indoktrinering.

Enligt Schiller (1969) trängs genuin, inhemska kultur undan av den amerikanska

materialismen – en process som är närmast omöjlig att stoppa sedan det nationella kommunikationssystemet väl fallit under imperialisternas kontroll. Genom ständig upprepning görs den amerikanska livsstilen åtråvärd även i regioner och inom befolkningsgrupper där de ekonomiska förutsättningarna för samma livsstil inte existerar. Mattelart (1974/1980: 24) pekar härvidlag på att massmedierna förmår osynliggöra förhållandet mellan ett samhälles ekonomiska bas och dess ideologiska överbyggnad. Medieutbudet återspeglar således inte förekomsten av konfliktförhållanden, utan exploaterar myten om alla objekts neutralitet; myten om en pragmatisk demokrati grundad på det ”fria” konsumtionsvalet. I media presenteras den amerikanska vardagen, den materiella världen, som idyllisk och därmed ohotande, vilket i själva verket är att banalisera konsekvenserna av individens enskilda konsumtionshandlingar.

En viktig komponent i kulturimperialismtesen är att kulturindustrins makt till stor del konstitueras genom dess nära koppling till andra branscher inom det kapitalistiska systemet. Effektiviseringen av den masskulturella distributionen är till exempel beroende av en snabb utveckling på hårdvarusidan, det vill säga inom elektronikbranschen, vilken i sin tur har den amerikanska rymd- och militärteknologiska forskningen att tacka för många av sina framsteg (Mattelart, 1976/1979; Schiller, 1974, 1996). Dessutom underlättas dessa korsbefruktningar av att den kulturindustriella verksamheten utmärks av samma industrikapitalistiska metoder och principer som dominerar västerländsk företagsamhet i stort. Gränserna mellan olika branscher flyter därmed ihop och bildar ett komplext och verkningfullt industriellt maskineri. Schillers (1984: 77) beskrivning av hur den teknologiska och ekonomiska rationaliteten har koloniserat kulturens domäner utmärker ett perspektiv som i allt väsentligt sammanfaller med analysen i *Upplysningens dialektik*:

The fact is that capitalism, in its latest development, is transforming the process of cultural creation. At the same time, cultural production increasingly has become indistinguishable from industrial production and the cultural industries have become sites of great growth and high profitability. [...] Almost inevitably, the process of cultural creation increasingly adopted market methods and organizational structures characteristic of the productive mode of the rest of the capitalist economy. [...] A sheath of technological mystification obscures the rapid extension of capitalist criteria and control to terrain hitherto far less subject to its influence – the cultural process, and consciousness itself.

Den slutliga konsekvensen av det kapitalistiska intrånget på kulturens område är en manipulation av människors medvetande – en ideologisk homogenisering med global omfattning. På samma vis som Horkheimer och Adorno (1944/1996) karakteriserade kulturindustrin som ett massbedrägeri, beskriver kulturimperialismtesen relationen mellan kulturproducenter och kulturkonsumenter som ett ensidigt makt-

förhållande: konsumenterna luras, i det fria valets namn, att forma sin smak och sina värderingar efter industrins uniforma produkter. Det som beskrivs som ett fritt val, är egentligen ett val mellan sinsemellan likartade produkter. Det underliggande ideologiska budskapet har alltid samma målsättning: en anpassning till konsumtionssamhällets värderingar. Inom ramen för denna övergripande kapitalistiska manipulationsprocess blir de kommersiella massmediernas roll att knyta sin publik allt närmare den varuindustri som medierna själva är beroende av för sin fortsatta existens; att producera ett maximalt antal konsumenter för potentiella annonsörer (Mattelart, 1976/1979: 252; se även Garnham, 1990: 160; Golding och Murdock, 1996: 19).

Hur förklarar man då att den amerikanska kulturindustrin är så framgångsrik vad gäller att skapa storpubliker? Det första man bör slå fast är att denna typ av fråga generellt inom politisk ekonomi har besvarats alltför ensidigt utifrån studier av ekonomisk-strukturella förhållanden – vilket knappast bör ses som en tillfredsställande analys. Samma problem drabbar stora delar av litteraturen om kulturimperialism, där orsakerna till den amerikanska kulturens omtalade förmåga att fångsla och manipulera publiken hänförs till de amerikanska produktions- och distributionsbolagens ekonomiska dominans på världsmarknaden. Exempelvis framhåller Mattelart m fl (1984: 90) explicit att man inte primärt skall söka förklaringarna till framgångarna för amerikanska TV-produktioner i själva innehållet:

*It is tempting to explain the success of American telefilms and series through their content and narrative structure, that is to try to find an answer to the issues raised by these programmes within the programmes themselves. This mediacentric tendency, which forgets that a television product emerges from a specific television set-up, itself the fruit of historical development, is the major weakness of most media sociology.*

I sin strävan att förklara den amerikanska TV-kulturens dominans, vill man alltså lägga rent innehållsmässiga aspekter åt sidan, till förmån för en bredare analys av de produktionsförhållanden som råder. Detta vägval har förvisso flera förtjänster i jämförelse med en helt okontextualiserad innehållsanalys, men leder samtidigt till en påtaglig distansering från publiken och användningskontexten. Frågan om varför den amerikanska kulturen är så framgångsrik, tycks i detta sammanhang snarare handla om vilka egenskaper det är hos den amerikanska kulturindustrin som gör att man kan producera ett utbud som lockar särskilt stor publik, än om varför människor väljer amerikansk kultur framför annan kultur. Bakom detta perspektiv döljer sig en grundsyn på publiken som varande passiv i sin relation till medieutbudet; den låter sig styras av de aktörer som för tillfället dominerar marknaden.

Bland de teman som Mattelart m fl (1984: 93; se även Mattelart, 1988) lyfter fram som förklaringar till den amerikanska dominansen på den populärkulturella

TV-marknaden, kan bland andra följande urskiljas: *kvantitet, repetition, reklam-anpassning och universalitet*. Dessa teman skall inte ses som ett förnekande av mer traditionella argument, som till exempel de amerikanska bolagens höga tekniska produktionsstandard, den effektiva marknadsföringen eller den långa traditionen av nöjesproduktion, utan fungerar, menar författarna, som en fördjupning av tidigare analyser. Noterbart i sammanhanget är också att de resonemang som presenteras till stor del handlar om innehållsaspekter – den ovan citerade ståndpunkten till trots.

Det tema som jag här har benämnt ”kvantitet”, handlar om relationen mellan det antal produkter som produceras, exempelvis biofilmer, och det antal produkter som blir kommersiella framgångar, det vill säga förmår locka en stor publik. Mattelart m fl försöker här påvisa att det finns ett ofrånkomligt samband mellan det totala antalet produkter och det antal produkter som blir publika framgångar; ju mer man producerar, desto större är sannolikheten att något av utbudet går hem hos publiken. Erfarenheter har visat att det inte är möjligt att genom koncentration av ekonomiska och kunskapsmässiga resurser *styra* vad som skall bli succéer. Det enda sättet för producenten att minska sitt ekonomiska risktagande är att testa särskilt framtagna pilotprodukter på en representativ publik innan den färdiga produkten släpps ut på marknaden. Både vad gäller förutsättningarna för pilottestning och upprätthållandet av ett omfattande utbud innebär den amerikanska kulturindustrins ekonomiska styrka ett övertag gentemot internationella konkurrenter. Mot bakgrund av min huvudfråga, makten över publikens smak, är det emellertid tydligt att resonemanget om det kulturella utbudets kvantitet föga belyser vilka mekanismer det är som gör att visst utbud blir mer populärt än annat. Istället leder resonemanget fram till den paradoxala slutsatsen att en upprepning av gamla framgångsrecept inte är ett tillförlitligt medel för att uppnå nya framgångar – ett förhållande som står i konflikt med kulturimperialismtesens traditionella formulering.

Med ”repetition” åsyftas betydelsen av att människor kan känna igen sig i det medieinnehåll de exponeras för – med andra ord ett tema som korresponderar med Adornos (1991) teorier om masskulturens schema. Enligt Mattelart m fl (1984: 95f), har de amerikanska kulturindustrierna genom sin dominans på världsmarknaden byggt upp ett slags ”budskapsbank” (*”image bank”*) som idag dominerar människors referensramar. Denna budskapsbank består av ett antal olika etablerade genrer, vilka människor genom repetition har lärt sig att tolka på ett adekvat och konsekvent sätt. Meningen i ett visst budskap utvinns inte enbart genom att dess innehåll relateras till verkligheten, utan även mot bakgrund av formen och innehållet hos de budskap man tidigare har tagit del av. Att den amerikanska budskapsbanken är mer omfattande än andra motsvarande banker, innebär att publi-



ken med mindre ansträngning kan identifiera sig med de amerikanska kulturprodukterna.

Den igenkänning som är förknippad med amerikanskt utbud har dessutom expanderat utanför massmedias område. Det korsrefererande som idag förekommer mellan medieprodukter och andra konsumtionsprodukter – såsom kläder, leksaker och spel – är en konsekvens av att kulturindustrin allt mer har kommit att anta formen av konglomerat med branschöverskridande omfattning. Många av de amerikanska medieföretag som ursprungligen enbart ägnade sig åt till exempel film, ingår idag i större koncerner med starkt diversifierade verksamheter (jfr Garnham, 1990). Disneys storsatsningar på allt från biografilm, videofilm och böcker till gigantiska nöjesparker är det tydligaste exemplet (jfr Wasko, 1996), och en liknande utveckling har även präglat bolag som Warner Brothers och Paramount Pictures (Mattelart, 1976/1979). Världens två största medieföretag 1996 var Time Warner och Disney – båda med försäljningsinkomster runt 25 miljarder dollar per år (Carlsson, 1998).

Ett tredje tema som Mattelart m fl (1984) diskuterar är den amerikanska kulturindustrins förmåga att anpassa utbudet till reklamköparnas intressen. Detta gäller inte minst utformningen av TV-program, som inte enbart skall lämna utrymme för reklampauser, utan även inbegripa en viss reklampassad rytm som bibehåller publikens intresse. På detta område ligger amerikanska produktionsbolag, tack vare den långa erfarenheten av kommersiell etermedia, en bra bit före konkurrenter i andra länder. Beroendet av reklamköpare har inneburit att inte bara fiktionsserier, utan även dokumentära program givits en särskilt ”publikvarhållande” form; klippen är täta och kameravinklarna varierar ofta – allt för att publiken inte skall bli uttråkad och byta kanal (a a: 96).

Till temat reklampassning bör man även räkna benägenheten att producera och distribuera TV-program som stöter bort så få tittare som möjligt. Denna strategi grundar sig på programföretagens strävan att maximera sin publik och därigenom attrahera reklamköpare. Eftersom en maximering av publiken omöjligtvis kan komma till stånd genom satsningar på enskilda publikgruppers förstahandsval, de program som de helst av allt och med störst engagemang skulle vilja ta del av, prioriteras istället de program som flest personer skulle kunna ”tänka sig” att se. I förlängningen leder detta till att få djupt involverande program kommer ut på marknaden (Hoskins & Mirus, 1988).

Det sista förklarings temat hos Mattelart m fl (1984) gäller det amerikanska kulturutbudets universalitet. Tanken om att amerikanskt kulturutbud – och då avses främst TV-program och filmer – skulle ha ett innehåll och en form som är mer universellt gångbart än motsvarande utbud från andra länder, kan vid en första åtanke

förefalla en aning etnocentrisk. Men samma tanke kan de facto ges en intressant historisk belysning. I det att USA i sin tidiga epok tvingades konfrontera dilemmat med att ena den starkt heterogena befolkningen, vilken utgjordes av emigranter med varierande nationell härkomst och etnicitet, kom den så kallade masskulturen att spela en viktig roll. Författarna pekar härvidlag på flera olika fenomen – seriealbumet, westernfilmen och TV-serier som Kojak och Dallas – vilka samtliga har tjänat syftet att samla en mångkulturell publik kring de enande amerikanska värdesystemen. Som en följd av detta har innehållet i de amerikanska produkterna dessutom lämpat sig särskilt väl för export (se även Hoskins & Mirus, 1988; Wasser, 1995).

Sammantaget uppvisar litteraturen om kulturimperialism grundläggande likheter med resonemangen i *Upplýsningens dialektik*. Kulturindustrins makt att styra publikens preferenser beskrivs som mycket stor, och de förklaringar som framförs baseras huvudsakligen på politisk-ekonomiska analyser. Styrkan hos dessa teorier ligger i deras förmåga att klargöra interaktionen mellan olika maktsfärer inom de kapitalistiska samhällsstrukturerna och att därigenom förklara mekanismerna bakom samma strukturers reproduktion. Den avgörande svagheten ligger i frånvaron av publikanalyser. Som har framgått av de fyra teman som diskuterats ovan, är det i slutänden omöjligt att fullt ut besvara frågan om varför de amerikanska mediekoncernerna är så framgångsrika, utan att komma in på resonemang om utifrån vilka grunder publiken gör sina val. Flera av de antaganden om hur publiken anpassar sina preferenser efter utbudet är mycket intressanta – till exempel betydelsen av repetition och igenkänning – och skulle därför förtjäna att underbyggas med relevant empiri. Inom politisk ekonomi tenderar dessa fenomen att tas som självklara utgångspunkter istället för att problematiseras, vilket gör att tesen om kulturindustrins dominans (både generellt och ur ett kulturimperialistiskt perspektiv) får karaktären av ett slags predestinationslära: De ekonomiskt starkaste mediekonglomeraten har de största resurserna för effektiv massproduktion och -distribution av olika slags kommersiell kultur, vilket leder till att publikens smak stöps enligt de scheman som dessa kulturella makthavare dikterar. Och därigenom kan de redan starka bli ännu starkare, på bekostnad av den alternativa kulturens fortsatta marginalisering. Scenariot kan knappast nå en annan slutpunkt än kulturens totala monopolisering och smakernas totala homogenisering – så länge maktförhållandet mellan kulturindustrin och publiken ses som icke-förhandlande. Scenariot, tillika ”teorin”, förnekar såväl väsentliga delar av dynamiken inom produktionssfären, framför allt tillkomsten av nya specialiserade produktions- och distributionsbolag, som den fortsatt stora smakheterogeniteten inom användningssfären – en heterogenitet som bland annat har kunnat påvisas inom cultural studies-traditionen.

## En kontextualiserad och aktiv publik

Under årens lopp har kulturimperialismtesen kommit att bli föremål för en hel del kritik. Även forskare med en i grunden marxistisk utgångspunkt har anfört argument mot tesens negativa gestaltning av mediepubliken och närmast elitistiska attityd gentemot populärkulturen som sådan. En av dessa forskare är John B Thompson, som i sin bok *The Media and Modernity* (1995: 165) framhåller att Schillers tankegångar om amerikansk medieimperialism förvisso har varit mycket inflytelserika, men att de absolut inte kan accepteras oreserverat. Thompson anför tre problem med Schillers teori: För det första ger den en förvrängd bild av efterkrigstidens förhållanden på mediemarknaden. I dagens samhälle intar USA en mindre dominant ställning i ekonomiskt och teknologiskt hänseende än vad som tidigare var fallet. Flera viktiga teknologicentra ligger i Europa och Asien, och flera Hollywood-företag – däribland Columbia Pictures och Tristar – har köpts upp av utländska koncerner, till exempel japanska Sony. För det andra uppmålar Schiller, enligt Thompson, en överdrivet romantisk bild av tredje världens traditionella kulturer. Kulturstrider har förekommit tidigare i historien, vilket då har givit upphov till hybridkulturer. Således bör man inte se den amerikanska kommunikationsutbredningen som något annat än ett i raden av kulturella möten. För det tredje tar Schiller alltför lätt på problemet med hur befolkningen tolkar och reproducerar de värderingar som uttrycks i det amerikanska utbudet. Eftersom den hermeneutiska processen ignoreras fullständigt, förnekas även människors möjligheter att ta till sig och tillämpa medieinnehållet på något annat sätt än enligt kulturproducenternas intentioner.

Thompson menar istället att mediepubliken har en viss frihet att tolka den potentiella meningen i ett givet budskap utifrån sina egna kulturella referensramar, vilket i sin tur innebär att den globala spridningen av mediekultur ackompanjeras av ett lokalt präglad tillägnande av samma kultur. Publiken betraktas som aktivt meningsskapande subjekt, med en relativ makt att styra både karaktären hos och konsekvenserna av sin egen medieanvändning (a a: 174). Enligt min mening måste denna invändning mot kulturimperialismtesen (Thompsons tredje) beaktas även vid en analys av kulturindustrins generella makt över publikens preferenser. Genom att utgå från att publikens mediekonsumtion alltid inbegriper ett moment av meningskapande, kan man etablera en mer komplex och dynamisk förståelse för varför massproducerad kultur vanligtvis också är den mest populära. Meningsskapandet, vars existens och karaktär Schiller konsekvent kringgår, bör alltid ses som själva förutsättningen för att ta del av en viss kulturell produkt – oavsett om den är massproducerad eller ensam i sitt slag.

Inom medieforskningen finns det flera goda exempel på hur människor i olika de-

lar av världen kan tillgodogöra sig importerat amerikanskt medieutbud på ett sätt som är anpassat efter de sociala och kulturella omständigheter under vilka man lever. Sydamerikanska forskare har med utgångspunkt i kvalitativa studier kunnat visa hur populärkulturens konsumenter transformerar betydelseerna i de förvisso schematiska och standardmässiga produkterna; i filmer och TV-serier ser man sig själv och sin egen livssituation ( se t ex Martín-Barbero 1988: 464). Liknande resultat återfinns i de analyser som Miller (1992, 1997) har gjort av den karibiska blandkulturen i Trinidad.

Ett ytterligare exempel på forskning om den kulturella kontextens betydelse för publikens läsningar av medietexter är Liebes och Katz *The Export of Meaning* (1990). I boken studeras hur den amerikanska TV-serien *Dallas* uppfattas i olika kulturella miljöer; dels bland infödda amerikaner i Los Angeles, dels inom olika etniska grupper i Israel, dels i Japan. Resultaten pekar på hur en och samma TV-serie kan nå framgång inom flera olika tolkningsgemenskaper, även om meningsskapandet i dessa gemenskaper uppvisar skilda karaktärer. Framgångspotentialen beror på att de flesta människor i någon mån kan relatera händelserna och karaktärerna i *Dallas* till sin egen livssituation. Genom sin betoning av välbekanta teman som familjerelationer, kärlek och maktkamp åtnjuter serien ett slags universell giltighet, trots att handlingen är rumsligt lokaliserad till Texas, USA (jfr Mattelart m fl, 1984: 99; se även Ang, 1985).

Å andra sidan, vilket är än mer intressant, tillhandahåller Liebes och Katz studie starka argument även för att kulturindustrins makt över människors smak är begränsad. Fokusgruppsintervjuerna i Japan genomfördes mot bakgrund av att Japan var ett av de få länder där *Dallas* inte blev någon framgång; serien lyftes ut ur programtablån efter blott sex månader. Orsakerna till *Dallas* misslyckande hänförs Liebes och Katz både till avgörande kulturella skillnader mellan USA och Japan och till den japanska publikens divergerande genreförväntningar. Det förstnämnda kommer sig av att människor i det moderna Japan betonar värden som starkt avviker från den materialism och dynastiska familjeordning som återspeglas i *Dallas*. De sociala förhållandena i *Dallas* korresponderade, enligt intervjupersonerna, med en samhällsordning som präglade Japan i förmodern tid – och som man idag inte vill påminnas om. Problemet med avvikande genreförväntningar hänger samman med att de flesta japaner ville tolka *Dallas* som ett familjedrama ("home drama"), så som ett familjedrama vanligtvis gestaltas i den inhemska TV-produktionen. *Dallas* ansågs vara alltför våldsamt och innehålla alltför många parallellhandlingar. Dessutom hade man svårt att acceptera seriens oavslutade karaktär. I det japanska familjedramat är varje avsnitt en avslutad episod, där de olika problemen får sin slutliga lösning. Den sammantagna konsekvensen av att de japanska tittarna för-

väntade sig något annat än vad *Dallas* faktiskt erbjöd, blev att man upplevde serien som svårbegriplig och därmed tröttsam att ta del av. Meningsskapandet försvårades.

Med Liebes och Katz exempel vill jag visa på den ömsesidiga makt över meningskapandet som präglar förhållandet mellan medieproducenter och mediepublik. Såväl mediernas makt att styra människors meningskapande, som mediepublikens frihet att skapa sin egen mening ur det kulturella utbudet är begränsad. Medierna kan inte homogenisera meningsproduktionen, eftersom det inte i själva texten inryms någon slutgiltig mening; denna uppstår först i mötet med det tolkande subjektet och dennes kulturella referensramar (jfr även Corner, 1995: 136; Dahlgren, 1988; Fiske, 1987: 65; Lull, 1995: 139; Morley, 1983:104). Å andra sidan kan individen varken kliva utanför sina egna tolkningsramar, eller bortse från det explicita innehåll som en viss medieprodukt faktiskt förmedlar. Förutsättningarna för individuellt meningskapande är således inte så obegränsade som man ibland kan förledas att tro vid läsningen av vissa kulturalistiskt orienterade publikstudier, där tolkningspluralismen definieras som oändlig (se t ex Hobson, 1982: 136). Det må vara hänt att antalet tolkningar av ett visst TV-program är lika många som antalet tittare (om man tar hänsyn till alla variationer), men detta är likväl inte det samma som att den enskilde tittaren är fri att skapa sin egen mening. Av Liebes och Katz (1990) studie framgår att det å ena sidan existerar en mångfald av tolkningar, men att dessa å andra sidan strukturerar sig efter de sociala och kulturella karakteristika som präglar mediekonsumenternas livssituation. Den extremluralistiska utgångspunkten omöjliggör i sin förlängning varje ansats till kritisk analys av kulturindustrins produkter, och blir därmed lika ohållbar som Schillers mest fundamentalistiska version av kulturimperialismtesen.

På liknande vis som man kan anklaga det politisk-ekonomiska paradigmet för att bortse från publikens potential till självständigt meningskapande, kan man således anklaga företrädarna för teorier om den aktiva publiken för en överbetoning av just meningskapandet. I alltför liten utsträckning har man hittills problematiserat varför ett visst utbud föredras framför ett annat; istället har man koncentrerat sig på hur publiken förhåller sig till de kulturella produkter som faktiskt används. Så förhåller det sig exempelvis med mycket av den forskning som har bedrivits om kvinnors konsumtion av tvåoperor: En gemensam nämnare för Angs *Watching Dallas* (1985), Hobsons *The Drama of Soap Opera* (1982) och Modleskis *Loving With a Vengeance* (1984) är att samtliga framhåller TV-såporna som ett slags social resurs för den kvinnliga publiken att hantera olika relationer och problem i sin vardag. De fiktiva texternas öppenhet gör att budskapen kan anpassas till mer eller mindre individuella förhållanden. Underförstått tycks författarna mena att det är

denna öppenhet, texternas polysemiska karaktär, som är förklaringen till deras popularitet; möjligheterna till ett relativt fritt och självrefererande meningsskapande. Samma tankegång återfinns även i Lulls (1995: 140) förklaring till Madonnas stora popularitet:

Madonna's success comes from the widespread acceptance she receives from her multiple fan base. Madonna is the queen of polysemy (many meanings), and the more polysemic (or open-ended) the text, the greater the popular potential.

Även Fiske (1987: 66) når fram till denna slutsats i ett mer generellt resonemang om vad som gör populärkulturen populär:

To be popular, the television text has to be read and enjoyed by a diversity of social groups, so its meanings must be capable of being inflected in a number of different ways. The television text is therefore more polysemic and more open than earlier theorists allowed for.

Min invändning mot detta resonemang – vars innebörd är att ”ju öppnare texten är, desto större förutsättningar har den att bli uppskattad av många människor” – är att man ser alltför enkelt på människors förmåga till individuellt meningsskapande. Resonemanget lämnar väldigt mycket osagt om i vilken mån meningsskapandet också bygger på specifik genrekompentens och andra typer av kulturell igenkänning – en problematik som i sin tur kan kopplas till den eviga motsättningen mellan kvantitet och kvalitet. Jag menar här att det torde finnas en gräns för hur öppen en viss text kan bli och samtidigt engagera tillräckligt många för att kunna betraktas som populär. Som jag berörde i föregående avsnitt, finns det en strategi inom kommersiell media att ofta satsa på sådant utbud som är måttligt engagerande bland många människor istället för på utbud som är mycket engagerande bland få. Följaktligen måste det också finnas en undre nivå, där medieinnehållet blir så kulturellt oförankrat att endast ett fåtal skulle kunna tänka sig att ta del av det – och då just för att ge sin fantasi mesta möjliga spelrum. Ett sätt att accentuera en medieprodukts polysemiska karaktär bortom gränsen för det publikt gångbara, bör enligt min mening vara att spränga de genrekonventioner som människor över tid har lärt sig att använda i sin hermeneutiska praktik. Min slutsats så långt är alltså att det populära inte skapas genom ett maximerande av publikens tolkningsmöjligheter, utan genom en känslig balansgång mellan universalitet och anpassning till rådande konventioner.

### **Populärkultur som konventionsbundet meningsskapande**

Att ha smak för det populära, det vill säga sådant kulturellt utbud som många människor tar del av, är varken det samma som att låta sig manipuleras av en alls-

mäktig kulturindustri, eller att inneha den på samma gång vanliga och individuella preferens som kulturindustrin har anpassat sitt utbud efter. Att ha smak för det populära innebär att använda det slags utbud som under mest lättillgängliga former erbjuder ett individuellt meningsskapande för många människor. Denna smak utvecklas genom individens kontinuerliga interaktion med sin sociokulturella kontext, till vilken man, utöver den fysiska livsvärlden och de i samhället rådande normerna och värderingarna, också bör räkna de kulturella produkter som bjuds ut av bland annat media. Människors kulturella smak är således inte något av naturen givet, utan en predisposition som till största delen bygger på inläring av olika slags koder och konventioner. *Lättillgänglig* blir en kulturell produkt när man som användare till fullo behärskar de konventioner, eller det schema, som produkten är utformad i enlighet med. Man kan i detta avseende skilja mellan å ena sidan de kulturella konventioner i form av livsmönster och värdesystem som utmärker samhället, och å andra sidan de genrekonventioner som utmärker en viss kulturell produkt.

Min uppfattning är, mot bakgrund av det ovan sagda, att Horkheimers och Adornos ursprungstes från 1944 inte alls är oförenlig med de teorier om publikens aktiva meningsskapande som diskuterades i föregående avsnitt. I viss mening skulle man kunna säga att de båda ansatserna är komplementära, på så vis att mycket av den forskning som har bedrivits inom cultural studies-traditionen bidrar med en bättre förståelse av varför människor söker sig till populärkulturen. Publikens aktivitet bör ses som själva förutsättningen för att ett kulturindustriellt inflytande skall kunna komma till stånd. Om publiken hade varit en passiv, responslös massa, skulle varje form av inflytande per definition vara omöjligt. Problemet hos Horkheimer och Adorno är att människors meningsskapande förnekas; det är *enbart* igenkänningen av konventioner och ”det redan sedda” som utgör drivkraften till *all* populärkulturell konsumtion. Den kontinuerliga inläringen av kulturindustrins kodscheman – som uppenbarligen betraktas som passiv – förslavar publiken och får den att avstå från ”egentligt” meningsskapande.

Enligt min mening ligger det ingen motsättning i att ta som utgångspunkt att den populärkulturella publikens konsumtion genomgående är meningsskapande och att samtidigt betona betydelsen av igenkänning. För det första har igenkänningen av genrekonventioner stor betydelse för att ett djupare meningsskapande skall komma till stånd – en process där innehållet inkorporeras i användarens egen situation. För det andra kan igenkänningen i sig själv, till exempel insikten om att behärska en viss narrativ struktur eller ett visst formspråk, bidra till att göra en produkt meningsfull. I dessa fall befinner sig meningsskapandet på ett slags metanivå, där redan vissheten om den egna förmågan till ett vidare konventionsbundet menings-

skapande är meningsskapande. Användaren lägger i detta sammanhang större vikt vid att relatera den konsumerade produkten till hans eller hennes förvärvade kunskapsrymd, att utveckla sin genrekompentens, än vid att finna det underliggande budskapet meningsfullt för den egna livsföringen.

Det uppenbara samband som finns mellan igenkänning och uppskattning, mellan genrekompentens och meningsskapande, finns också beskrivet i Gans texter om smakkulturer (*taste cultures*) från 1960- och -70-talen. I sin artikel *Popular Culture in America* (1966/1978: 239) framhåller han att homogeniseringen inte är större inom populärkulturen än inom finkulturen, och att kulturelitens fördömande av populärkulturen snarare bygger på bristande genrekompentens än på korrekta kvalitetsbedömningar. Även här går temat inlärning igen; de genrer man har lärt sig att använda på ett meningsfullt sätt, blir också de man uppskattar mest och förmår att urskilja nyanser inom. Men enligt Gans (a a: 246) har kulturindustrin mycket liten makt i detta sammanhang, eftersom publiken väljer utbud snarare för att smälta in i särskilda sociala grupper än som en anpassning till det dominerande utbudet. Därför måste också synen på masskulturen differentieras och förenas med en mer övergripande sociologisk teori om relationen mellan olika smakkulturer och deras positioner i de övergripande sociala strukturerna (jfr även Gans, 1974).

Den mest utvecklade teorin av detta slag återfinns hos Bourdieu (1979/1984), vars analyser av de kulturella smakernas betydelse för samhällsstrukturernas reproduktion vid det här laget är klassiska. Bourdieu visar hur människor genom sina olika kulturella praktiker, och livsstilen i vidare mening, upprättar en distinktion gentemot grupper på lägre social position. Personer som är i besittning av mycket ekonomiskt och/eller kulturellt kapital söker genom sin exklusiva smak att monopolisera vissa kulturella produkter, så att dessa inte skall vara tillgängliga för de bredare folklagren. Med tillgänglighet avses inte bara i vilken grad människor faktiskt har möjlighet att införskaffa eller ta del av en specifik produkt, utan även i vilken grad en större publik har tillräcklig kulturell kompetens för att kunna uppskatta och göra "rätt" tolkningar av innehållet. Företrädarna för finkulturen har vanligtvis etablerat sin "goda" smak genom att gå i de rätta skolorna och genom sin sociala bakgrund skaffa de rätta kontakterna, vilket leder till att mönstret av kulturella smaker huvudsakligen återspeglar de redan befintliga, hierarkiska samhällsstrukturerna (jfr även Bourdieu och Passeron, 1977/1990). De individer som växer upp och lever under mindre privilegierade förhållanden har endast mycket begränsade möjligheter att lära sig de koder och konventioner som utmärker den exklusiva kulturella smaken. Än mindre är deras möjligheter att behärska de finkulturella koderna så ingående att smaken förefaller "naturlig" – att man till exempel med självklarhet och äkta inlevelse kan njuta av abstrakt konst eller klassisk



musik (jfr även Bourdieu & Darbel, 1969/1991).

Att det i samhället finns grupper som tar avstånd från populärkulturen är alltså till stor del en funktion av rådande sociokulturella dominansförhållanden. Männskor på högre sociala positioner har inte bara utvecklat en kulturell smak som faktiskt skiljer sig från majoritetens; de utnyttjar även sin smak för att befästa sin privilegierade livssituation. På omvänt vis har populärkulturens publik *lärt sig* att uppskatta en typ av kulturella produkter som indirekt reproducerar användarens ofta underordnade sociala position. De sociala mekanismer som inverkar på vilka smaker människor uttrycker kommer alltid att verka för att massornas smak också är de dominerades smak, och därigenom den smak som är lägre värderad, mindre exklusiv. Man kan således inte bortse från att kulturindustrin alltid – så länge den lyder under kommersiella drivkrafter – kommer att exploatera en hierarkisk samhällsordning. Det är i själva verket på denna hierarkiska struktur som kulturindustrins makt över människors smak vilar. Förutan existensen av en stor grupp mindre bemedlade människor – människor med ett mindre privilegierat habitus, och därmed sämre möjligheter att förvärva ekonomiskt och kulturellt kapital (Bourdieu, 1979/1984: 101) – skulle kulturindustrin inte kunna verka enligt de publikmaximerande principer som den traditionellt har gjort.

Å andra sidan är det problematiskt att utpeka kulturindustrins produkter som duperande i sig själva, eftersom det populärkulturella innehållet troligtvis kunde ha sett mycket annorlunda ut än vad som är fallet idag – men likafullt ha varit en kultur för massorna. Att kritisera själva innehållet i populärkulturen är alltid det samma som att kritisera smaken hos utbudets publik, vilket i sin tur är det samma som att ta ställning för den smak som återfinns inom samhällets dominerande sociala strata. Genom ett sådant ställningstagande blir man själv en kugge i det maskineri som förstärker exklusiviteten i det redan exklusiva. Detta dilemma överskuggar genomgående *Upplýsningens dialektik* och de övriga texter som Adorno skrev om kulturindustrin, i så måtto att rena kvalitetsomdömen, vilka utpekar populärkulturen som innehållsmässigt förkastlig, blandas med analyser av hur den kapitalistiska samhällsordningen driver folk mot eskapistisk och därigenom förslavande konsumtion. Man hävdar implicit att alla människor borde ta till sig de klassiska uttrycksformerna eller ägna sig åt egen kulturell produktion, vilket under rådande omständigheter inte bara är en orimlig utveckling, utan dessutom måste tolkas som en inkompetensförklaring av stora delar av den moderna kulturpubliken.

## En senmodern kulturanalys

Jag betonade inledningsvis i denna text att begreppet kulturindustri torde vara minst lika relevant idag som för ett halvsekel sedan, då *Upplysningens dialektik* kom till, detta eftersom producenterna av populärkultur nu verkar i ett än mer kommersialiserat och expansivt klimat än vad som tidigare var fallet. Men det finns samtidigt tendenser inom den samtida populärkulturen som pekar i en annan riktning – tendenser vilka problematiserar de slutsatser jag hittills har kunnat dra angående kulturindustrins makt. I denna avslutande del kommer jag huvudsakligen att redogöra för ett av den nya, senmoderna kulturindustrins karaktärsdrag: *den nya reflexiviteten*. Vad betyder denna egenskap för kulturindustrins makt?

En av de bästa analyserna av den kulturella produktionssektorns transformation återfinns i Scott Lash och John Urrys bok *Economies of Signs and Space* (1994). Boken presenterar en sammanfogad bild av den dubbelriktade utveckling som jag ovan har antytt; att konglomeraten å ena sidan blir mer omfattande, men att flexibiliseringen och produktspecialiseringen samtidigt tilltar. Sammantaget innebär detta att gränserna mellan kulturindustrin och den övriga konsumtionsindustrin blir suddigare, eftersom försäljningskoncepten spänner över bredare produktregister. Konsumtionsprodukternas karaktär närmar sig härvidlag de ”traditionellt” budskapsbärande kulturprodukterna, på så vis att de förstnämnda ges ett allt tydligare meningsinnehåll för att kunna smälta in i målgruppernas livsstilar och harmoniera med de värderingar som dessa olika grupper vill uttrycka. Det populärkulturella utbudet kan således i allt mindre utsträckning isoleras till massproducerade och massdistribuerade filmer, TV-program eller musikprodukter. Istället handlar det om kompletta livsstilskoncept för snävare avgränsade konsumtionssegment, inom vilka medieprodukter och rent materiella konsumtionsprodukter vävs samman till en meningsfull syntes. Och för att kunna hävda sig i konkurrensen om konsumenter krävs en flexibel produktionsapparat – ett system som dels förmår känna av strömningar inom specifika grupp-kulturer, dels förmår ställa om sina produktkoncept i högt tempo. Nyckeln till ekonomisk framgång ligger inte längre i massproduktion, utan i specialisering och flexibilitet (jfr Bocock, 1993: 23 och Slater, 1997: 191).

Inom mediesektorn har de nya distributionsteknologierna inte bara lett till att, som kulturimperialismtesen gör gällande, exempelvis TV-program kan exporteras till en odefinierad kulturell masspublik. De nya teknologierna har också lagt grunden för en mer specialiserad kommersiell medieproduktion. När det potentiella publikunderlaget ökar, kan den ekonomiska risktagningen i att distribuera specialiserat utbud reduceras, eftersom reklamköparna når en på samma gång månghövdad och intressebaserad väl avgränsad målgrupp. Medieutbudet och reklamen får

härigenom en mer enhetlig profil, vilket ger en ömsesidig förstärkning av försäljningskoncepten som helhet. I det senmoderna samhällsklimatet, med en mer varierad flora av livsstilsgemenskaper och ett mer differentierat medieutbud, har det följaktligen blivit allt svårare att slå igenom hos en masspublik.

Men innebär denna successivt hårdnande konkurrens och ökande reflexivitet att kulturindustrin har kommit att inta en svagare position i förhållande till sina konsumenter; att kulturindustrin *reagerar* snarare än *agerar*? Här kan man svara både ja och nej, beroende på om man anlägger ett kvantitativt eller ett kvalitativt perspektiv på saken. I kvantitativt hänseende torde kulturindustrins potential att styra publikens smak ha försvagats, om man mäter denna potential i termer av hur stor andel av en möjlig publik som kan fås att samlas kring en och samma produkt. Förvisso kan stora delar av medieutbudet nå en globalt utspridd publik, men den ökande segmenteringen i framför allt västvärlden, i kombination med det mer omfattande utbudet, leder oundvikligen till en i kvantitativa termer mindre homogen publiksituation. De olika konsumtionssegmenten har idag möjlighet att välja allt mer av en viss typ av innehåll. Kulturindustrin kan därför i mindre grad förlita sig till en allmän publik tillströmning; den måste svara upp till specifika gruppers intressen och önskemål, samt, inte minst, försöka *förutse* och *skapa* denna nya efterfrågan.

Här glider vi över på den nya, kvalitativa maktpotential som produktionssektorn, just genom sin ökade reflexivitet och flexibilitet, har kunnat etablera. Att senmodernitetens sociala situation präglas av de enskilda individernas kontinuerliga, reflexiva identitetsarbete är ett förhållande som kulturindustrin inte bara har tvingats anpassa sig till, utan även bidragit till att driva fram och sedermera exploatera – inte minst gäller detta bland ungdomar (se t ex Johansson & Miegel, 1992; Ziehe, 1986). Inom kulturindustrins olika grenar kan man finna olika exempel på hur rationellt genomtänkta strategier används för att fånga upp nya impulser inom till exempel specifika ungdomskulturer – impulser som därefter kan bearbetas och exponeras/produceras i större skala – eller för att utveckla och förfina redan existerande produktkoncept. Robert Burnett beskriver till exempel i sin bok *The Global Juke Box* (1996) hur de stora, multinationella skivbolagen kan bredda sitt eget utbud och fånga upp nya musikaliska trender genom att köpa upp mindre oberoende bolag med mer specialiserad inriktning. De små bolagen fungerar på samma gång som experimentverkstäder och ett slags känselspröt, vilka möjliggör en större dynamik inom de musikindustriella konglomeraten. En parallell kan här dras till den amerikanska TV- och filmindustrins pilotverksamhet, som i princip fyller en motsvarande funktion (Mattelart m fl, 1984: 94f).

Filmbranschen och musikbranschen är givetvis inte helt jämförbara, men det är

likväl intressant att ta fasta på vilka gemensamma konsekvenser denna utvecklade och närmast vetenskapliga reflexivitet har för utbudets sammansättning och publikens preferenser. Jag vill här göra en sista viktig återkoppling till *Upplysningens dialektik* – och mer specifikt till diskussionen om hur det populära egentligen blir populärt; hur kulturindustrin egentligen förmår fixera stora publikgruppers smak i en given position. Horkheimers och Adornos analys går härvidlag ut på att det populära ursprungligen uppstår genom konkurrens mellan olika uttrycksformer och smakorienteringar, och att några enstaka av dessa typer sedan formaliseras och exploateras inom ramen för kulturindustrins konventionsstyrda produktionsapparat. Denna successiva standardiseringsprocess är själva nyckeln till en förståelse av kulturindustrins etablering och expansion. Om man jämför denna teori om masssamhället med karaktärsdragen hos senmodernitetens kulturindustri, kan man konstatera att de vetenskapliga dragen inom kulturindustrin till viss del har bytt skepnad. Om det tidigare var inom den faktiska produktionen och distributionen som rationellt ”upplysta” tankebanor främst kom till uttryck – i form av bland annat ökad teknologisering och administration – så är det idag inom områden som publikanalys, design och marknadsföring som det vetenskapliga tänkandet expanderar. Detta innebär inte att kulturindustrins verksamhet präglas av andra mål och principer än tidigare; de kommersiella målen och kapitalistiska principerna driver alltså flertalet företag. Även public service-bolag har i viss mån tvingats anpassa sig till det kommersiella klimatet för att kunna legitimera sin existens. Men kulturindustrin har likväl tagit steget in i ett nytt reflexivt skede, där industrisamhällets målrationalitet delvis tar sig nya, senmoderna uttryck.

Mot bakgrund av detta skissartade resonemang förefaller det vara svårt att avgöra om kulturindustrins makt över publikens smakorienteringar håller på att försvagas eller förstärkas. Vad man emellertid kan sluta sig till, är att kulturindustrin genomgår en successiv *transformation* och att dess makt är långt ifrån upplöst. I anslutning till det sistnämnda är det inte minst värt att påminna om att kulturindustrins reflexivitet knappast är ett genomgående tema ens i den högdifferentierade västkapitalistiska samhällskontexten. Produktion och distribution för en bred, vagt definierad publik (en potentiell masspublik) är definitivt inget nedgrävt koncept, vilket kan förklaras av att kravet på publikmaximering i stor utsträckning alltså vilar över kommersiella medier. Ett illustrerande exempel utgör lokala, kommersiella radiostationer, vars publikunderlag inte är tillräckligt stort för att tillåta en tydlig specialisering och vars vinstmarginaler är för små för att tillåta egna journalistiska produktioner. Det lättillgängliga och måttligt engagerande utbudet upptar alltså en stor andel av medieutbudet. Man bör också problematisera i vilken grad distinktionerna mellan olika livsstilsanpassade kulturella produkter verkli-

gen kan betecknas som genuint kvalitativa skillnader. En grundtanke inom Schillers kulturkritik är ju till exempel att populärkulturens produkter endast på ett kosmetiskt plan skiljer sig från varandra; i själva verket är utbudet lika homogent som en samling tvålar i olika färger (jfr Schiller, 1974). Den kapitalistiska ideologin genomsyrar kulturen i alla sina delar. Utifrån detta skulle man kunna säga att kulturindustrin idag åtnjuter ett förstärkt inflytande över sina konsumenter, eftersom man genom en allt mer reflexiv och ”publikanpassad” produktion förleder konsumenterna att tro sig vara individuella och självförverkligande, medan de i själva verket alla i lika hög grad är fångar i kapitalismens garn. Viljan till förnyelse och distinktion har i väsentlig mån accentuerat individens beroende av kulturindustrin – ett beroende som ständigt pånyttföds och reproducerar det kapitalistiska konsumtionssamhället som helhet.

Låt mig avslutningsvis återvända till det teoretiska uppdrag som jag ålade mig själv i inledningen av denna text; att utröna hur vi inom forskningen bör förhålla oss till Horkheimers och Adornos ursprungstes om kulturindustrins manipulativa makt. Min slutsats på denna punkt är att vi även fortsättningsvis har mycket substantiellt att hämta från såväl *Upplysningens dialektik* som från de övriga texter som Adorno har skrivit i ämnet (se t ex Adorno, 1991). Detta gäller den kritiska analysen av både de kommersiellt rationalistiska principer som präglar den moderna kulturproduktionen och de koder och konventioner som präglar populärkulturens innehåll. Även om den kulturella produktionen har genomgått en kontinuerlig omvandling sedan 1940-talet, präglas den alltså av vinststrävanden och ett mer eller mindre konventionaliserat utbud. Genrekonventionerna grundlägger publikens möjligheter att hitta rätt bland de kulturella produkterna och möjliggör därigenom ett lättillgängligt meningsskapande för många människor. Genom att införa begreppet meningsskapande kan Frankfurtskolans idéer ges en bättre dynamik och ett mindre elitistiskt tonfall. Vi kan utifrån publikens synvinkel bättre förstå varför det populära är populärt, och därifrån gå vidare till en kanske än mer komplex problematik: frågan om kulturindustrins ideologiska inflytande. ■

## Noter

<sup>1</sup> Den tyska originalutgåvans titel: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente.

<sup>2</sup> Man kan här framhålla att det inom den mer funktionalistiska publikforskningen (uses and gratifications-traditionen) återfinns en hel del studier om varför människor använder olika typer av medieinnehåll, vilka behov de genom medieanvändning söker tillfredsställa (se t ex Blumler & Katz, 1974; Rosengren m fl, 1985). I dessa sammanhang lyser emellertid viktiga begrepp som meningsskapande och tolkningsgemenskaper med sin frånvaro.

## Referenser

- Adorno, T. W. (1941/1990) "On Popular Music" i S. Frith och Goodwin, A. (eds) *On Record. Rock, Pop, and the Written Word*. London: Routledge.
- Adorno, T. W. (1991) *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London: Routledge.
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Blumler, J. G. & Katz, E. (red) (1974) *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage.
- Bocock, R. (1993) *Consumption*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1979/1984) *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. & Darbel, A. (1969/1991) *The Love of Art. European Art Museums and their Public*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. (1977/1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage.
- Burnett, R. (1996) *The Global Juke Box: The International Music Industry*. London: Routledge.
- Carlsson, U. (1998) *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Corner, J. (1995) *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- "Dagens Nyheter 970325" "I reklamradion får inget sticka ut."
- Dahlgren, P. (1988) "What's the Meaning of This? Viewers' Plural Sense-Making of TV-News", *Media, Culture and Society*, 10: 285–302.
- Fiske, J. (1987) *Television Culture*. London: Methuen.
- Gans, H. (1966/1978) "Popular Culture in America: Social Problem in a Mass Society or Social Asset in a Pluralist Society?" i P. Davison, Meyerson, R. & Shiels, E. (red) *Literary Taste, Culture and Mass Communication, Volume 1, Culture and Mass Culture*. Cambridge: Chadwyck-Healey.
- Gans, H. (1974) *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.
- Garnham, N. (1990) *Capitalism and Communication*. London: Sage.
- Golding, P. & Murdock, G. (1996) "Culture, Communications, and Political economy" i J. Curran & Gurevitch, M. (red.) *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Hobson, D. (1982) *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1944/1996) *Upplysningens dialektik. Filosofiska fragment*. Göteborg: Daidalos.
- Hoskins, C. & Mirus, R. (1988) "Reasons for the US Dominance of the International Trade in Television Programmes", *Media, Culture and Society*, 10: 499–515.
- Johansson, T. & Miegel, F. (1992) *Do the Right thing: Lifestyle and Identity in Contemporary Youth Culture*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Lash, S & Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Liebes, T. & Katz, E. (1990) *The export of Meaning. Cross-Cultural Reading of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Lull, J. (1995) *Media, Communication, Culture. A Global Approach*. Cambridge: Polity Press.
- Martín-Barbero, J. (1988) "Communication from Culture: The Crisis of the National and the Emergence of the Popular", *Media, Culture and Society*, 10: 447–466.
- Mattelart, A. (1974/1980) *Mass Media, Ideologies and the Revolutionary Movement*. Sussex: The Harvester Press.
- Mattelart, A. (1976/1979) *Multinational Corporations and the Control of Culture. The Ideological Apparatuses of Imperialism*. Sussex: The Harvester Press.
- Mattelart, A.; Delcourt, X. & Mattelart, M. (1984) *International Image Markets. In Search of an Alternative Perspective*. London: Comedia.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1992) *Rethinking Media Theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mattelart, M. (1988) "Can Industrial Culture Be a Culture of Difference?: A Reflection on France's Confrontation with the U.S. Model of Serialized Cultural Production", i C. Nelson & Grossberg, L. (red) *Marxism and the Interpretation of Culture*. London: Macmillan.
- Miller, D. (1992) "The Young and the Restless in Trinidad: A Case of the Local and the Global In Mass Consumption" i R. Silverstone & Hirsch, E. (red) *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Miller, D. (1997) "Consumption and its Consequences" i H. Mackay (red) *Consumption and Everyday Life*. Milton Keynes: Open University.
- Modleski, T. (1984) *Loving With a Vengeance. Mass-Produced Fantasies for Women*. New York: Methuen.
- Morley, D. (1983) "Cultural Transformations: The Politics of Resistance." i Davis, H. & Walton, P. (red) *Language, Image, Media*. Oxford: Blackwell.
- Ramsay, A. (1996) "Teddy hates jazz", *Res Publica*, nr 32/33: 11–27.
- Roach, C. (1997) "Cultural Imperialism and Resistance in Media Theory and Literary Theory", *Media, Culture and Society*, 19: 47–66.
- Rosengren, K. E.; Palmgreen, P. & Wenner, L. A. (red) (1985) *Media Gratifications Research: Current Perspectives*.

tives. Beverly Hills: Sage.

Schiller, H. I. (1969) *Mass Communication and the American Empire*. New York: Augustus M Kelly.

Schiller, H. I. (1974) *The Mind Managers*. Boston: Beacon Press.

Schiller, H. I. (1984) *Information and the Crisis Economy*. Norwood: Ablex Publishing Corporation.

Schiller, H. I. (1996) *Information Inequality. The Deepening Social Crisis in America*. New York: Routledge.

Slater, D. (1997) *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Thompson, J. B. (1995) *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.

Wasko, J. (1996) "Understanding the Disney Universe" i J. Curran & Gurevitch, M. (red) *Mass Media and Society*. London: Arnold.

Wasser, F. (1995) "Is Hollywood America?", *Critical Studies in Mass Communication*, 12: 423–437.

Ziehe, T. (1986) *Ny Ungdom. Om ovanliga läroprocesser*. Stockholm: Norstedts.

---

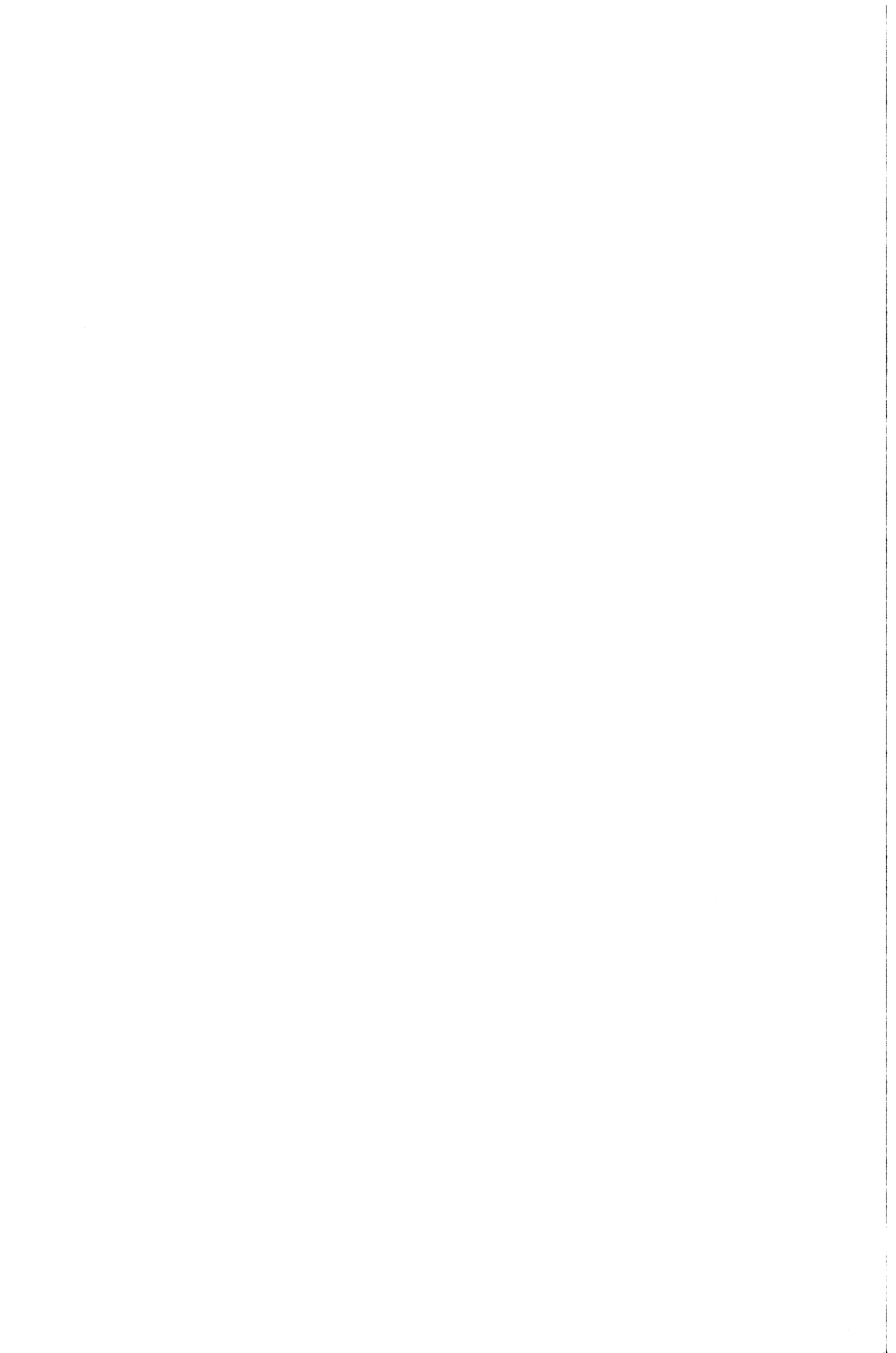
## ABSTRACT

### **The Limited Freedom of Tastes – On the Culture Industry's Power Over its Audiences**

ANDRÈ JANSSON

Taking Horkheimer and Adorno's *Dialectic of Enlightenment* as the main point of departure, this article deals with the question of the culture industry's power to determine the cultural taste of audiences. Through an overview of literature within foremost political economy (especially about cultural imperialism) and cultural studies (focusing on the meaning creating processes of audiences), a re-evaluation of Horkheimer and Adorno's original thesis is made. The article concludes that many of the core ideas of the Frankfurt school are still relevant to apply within cultural sociology and media studies. The culture industry's power over its audiences lies in its potential to make the cultural content accessible to lots of people through the repetition and the successive transition of generic conventions. However, these ideas must be made more dynamic and less elitistic. This means that audiences must be considered as active producers of meaning, situated in specific sociocultural contexts. Without this revision, the perspective of Horkheimer and Adorno is far too rigid to make any good sense within the reflexive cultural climate of late modernity.

---





# Modernitet, globalisering och medier

JAN EKECRANTZ

1990-talet har i många sammanhang beskrivits som globaliseringens decennium. Det har bland annat sagts om ekonomin och finanssystemen, digitaliseringen och miljöförstörelsen att de fungerar eller drabbar globalt. Med globalt kan avses att någonting helt enkelt uppträder i hela världen. Oftast handlar det emellertid om internationella eller mellanregionala beroendeförhållanden och om diverse fenomenens räckvidd. Tomlinson har på ett allmänt plan karakteriserat globaliseringen som "the rapidly developing process of complex interconnections between societies, cultures, institutions and individuals world-wide". Det innebär också att de relationer i vilka våra vardagsliv är inbäddade lyfts från lokala till globala kontexter (Tomlinson 1997: 170).

*Medierna* är inbegripna i olika föreställningar om det globala. De moderna mediesystemen opererar, inte minst till följd av satellitteknologin, på en global (eller makroregional) marknad, vilket naturligtvis varit den givna utgångspunkten i senare års litteratur om mediernas roll i och för globaliseringen.<sup>1</sup> Globaliseringen har ofta satts i samband med de internationella telekommunikationernas expansion, vilka just under 1990-talet haft en språngartad utveckling, symboliserad av Internet. 1980-talet var också ett nytt genombrottsdecennium för televisionen. Det totala antalet timmar av TV-tittande i världen nästan tredubblades mellan åren 1979 och 1991 och den alltmer TV-beroende reklammarknaden i Europa fördubblades från 1980 till 1987 (Herman & McChesney 1997: 39).

---

**JAN EKECRANTZ** är sociolog och medieforskare och arbetar för närvarande vid Institutionen för journalistik, medier & kommunikation, Stockholms universitet, och som nordisk gästprofessor vid universiteten i Tammerfors och Helsingfors. Han är engagerad i ett internationellt forskningsprojekt om medier och offentliga diskurser under postkommunismen.

Vad har detta för djupare sociala och kulturella implikationer, andra än att miljoner människor kanske påverkas på något sätt? Frikopplingen av *tid* och *rum*, från varandra och från erfarenhetens rytmer och platser, har ofta varit en mer eller mindre uttalad premis i den teoretiska reflektionen kring medieglobaliseringen. De moderna mediernas rums- och tidseliminering egenskaper är det som mer än något annat kommit att prägla den teoretiska diskussionen kring den roll de har haft för den "globaliserade moderniteten".<sup>2</sup> Detta är en diskussion som emellertid måste ses mot en bakgrund av inte bara utvecklingen på medieområdet.

Händelserna och de geopolitiska förändringarna under den senaste tioårsperioden, i Europa och världen, har skapat ett förnyat intresse också inom medieforskningen för social och kulturell förändring och för de politisk-ekonomiska systemens stabilitet eller brist på stabilitet. De har också aktualiserat traditionella politiska och sociala teoriers tillkortakommanden när det gäller att förstå förändringar som berör hela systemet av moderna sociala institutioner i deras alltmer globala kontext (Downing 1996). Det är en kritisk diskussion som också ger löften om möjligheter att överbrygga stelnade polariseringar mellan samhällsvetenskapliga och humanistiska tankesätt. Vi finner sådana ansatser i arbeten som problematiserar förhållandet mellan *moderniteten* och *globaliseringen*. En röd tråd i dessa är just tidrummets förvandlingar. Det handlar här om grunden för, eller det givna i, den sociologiska reflektionen om det sociala rummet och de institutionaliserade tidsförhållandena. Det gäller t ex den alltmer problematiska relationen mellan lokala och globala fenomen och mellan de privata och offentliga sfärerna (Morley & Robins 1995). Vidare har bland andra Lash och Urry (1994) gjort oss uppmärksamma på de nya tidsstrukturer som digitaliseringen och miljöförhållandena fungerar inom, med "ögonblicklig tid" och "glacial tid", kanske flera år av jordens historia, som de extremer som spränger de erfarenhetsrelaterade tidshorisonterna. Vidare bygger den högteknologiska kapitalistiska produktionen i hög grad på en mycket långt driven synkronisering av alla verksamhetsled i en världsvid skala.

Det finns också en makrosociologisk diskussion som placerar globaliseringen i det konkreta världshistoriska tidrummet och undersöker sambanden mellan (medie)globaliseringen och sovjetkommunismens kollaps (se t. ex. Sparks 1997). Det är oomtvistligt att Ryssland (och Kina) nu utgör både reella och potentiella marknader för de globala mediekonglomeraten, låt vara att orsakssambanden mellan kollapsen och medieglobaliseringen är svåra att fastställa på ett generellt plan. Här blir också kopplingen mellan "globalt" och "modernt" mycket problematisk. Det är inte möjligt att i detta sammanhang gå in på förhållandet mellan globaliseringen och händelserna under och efter 1989, men redan det sagda illustrerar svårigheterna att fånga in *mediernas* roll i *moderniseringen* och *globaliseringen* i enkla

formler. Syftet med artikeln är att belysa några av komplikationerna i olika försök att reda ut de historiska sambanden.

Hela detta forskningsfält inrymmer en avsevärd (meta)kritisk potential (Tomlinson 1997). David Harvey konstaterar i *The Condition of Postmodernity* (1989) att det som utmärker tider av snabb teknologisk förändring är att den sociala ordningens tids- och rumsmässiga bas är hotad och att det i sådana historiska situationer sker grundläggande förändringar i representationssystemen – i sätten att beskriva och förklara världen - i de kulturella formerna och uttrycken och i den filosofiska tankevärlden. När *The Condition of Postmodernity* skrevs var det inte möjligt att föreställa sig vad de kommande åren skulle föra med sig i alla dessa avseenden. Inte minst den aktuella globaliseringslitteraturen låter oss ana vilka teoretiska bataljer som återstår innan även dessa omdaningar satts på plats, tills vidare.

Innan jag går närmare in på huvudståndpunkterna i diskussionen om vad medieglobaliseringen betyder ska jag översiktligt återge vad som brukar diskuteras under rubriken globalisering, särskilt när medier är indragna.

I det som därpå följer utvecklar jag två argument som på olika sätt har med tidsdimensionen att göra. För det första hävdar jag att aktuella globaliseringsdiskurser i många fall präglas av en *historielöshet* och att det är det alltför korta tidsperspektivet som leder till slutsatsen att globaliseringen är en logisk konsekvens av moderniteten som sådan, vilket jag alltså vill ifrågasätta. För det andra diskuterar jag vad som kommit att kallas den *spatiala vändningen* inom samhälls- och kulturteori. Det är en vändning som inte bara innebär att tidsperspektiv går förlorade, utan framför allt leder till att dialektiken mellan tid och rum upphävs, vilket försvårar analysen av hur makt utövas och skillnader och avstånd skapas på nya sätt i en värld där moderniteten i sina olika former globaliseras. Alla sociala ordningar (fängelset är ett konkret exempel) är på en gång tids- och rumsbaserade. Beck (1998) har formulerat det så att den klassiska sociologiska frågan om grunden för kontrollen över nationella samhällen nu, i den globaliserade världen, bör ersättas med frågan hur tid och rum binds i det transnationella systemet.

Det är ett resonemang som i förlängningen talar för att mediernas och journalistikens utveckling måste kontextualiseras *både globalt och historiskt*, vilket jag försöker visa i två avsnitt. Jag tar i det sammanhanget upp dels nu återupplivade teser om medier och imperialism, dels den aktuella diskussionen om ”postjournalistiken”. De visar på nödvändigheten av såväl sociologiska som historiska och medieteoretiska perspektiv på den sena, globala moderniteten.

## Globaliseringens motsägelsefullhet

Vi kan konstatera att "globalisering" blivit ett slagord inom all möjlig pseudo- eller populärvetenskap, för att nu inte tala om de olika kommersiella och institutionella kontexter där begreppet används för att signalera modern tidsmedvetenhet eller något engagemang i vad som uppfattas som de stora sammanhangen. "Globalisering" är nu, som framgått, inte bara ett kommersiellt eller politiskt gångbart modeord, till exempel i de nyliberala visionerna om (välfärds)staternas försvinnande från den europeiska eller globala scenen. Det är ett begrepp som aktualiserar flera grundläggande begrepp inte bara inom kommunikationsteori utan inom humaniora och samhällsvetenskaperna i allmänhet. Det handlar om makt, identitet, skillnader, kulturell förändring, världssystemets transformationer, nationen som företeelse, politikens område och ställning, mm. Globalisering är förvisso något mer grundläggande än det förhållandet att kineser äter pizza efter att ha sett denna rätt serverad i CNN-program producerade i USA i TV-apparater gjorda i Korea. En sådan mediecentrism får oss att glömma att den italienska pastan var något som Marco Polo tog med sig hem från Kina, liksom många andra kulturutbyten i tidig modern och förmodern tid.

Globaliseringen står ofta för en mytologiskt betonad föreställning om att världen förändrats i grunden, men att den processen nu kommit till ett sorts eskatologiskt slut. Det är inte bara historielöshet det handlar om här. Marjorie Ferguson (1992) har penetrerat de olika "myterna" om globaliseringen, t ex tanken att tiden och rummet förlorat sin betydelse för oss alla till följd av tidrumskompressionen. Den speglar ofta en eufori som skymmer de stora skillnaderna i social tillgänglighet. För de flesta blir inte tiden och rummet irrelevanta storheter; snarare ett nytt område för sociala motsättningar och skeva materiella resursfördelningar. Den ökade komplexiteten ställer ökade krav på att hantera omvärlden även i vardagslivet och de möjligheterna är socialt skiktade eftersom de kräver resurser, materiellt och tidsmässigt. En annan myt är enligt samma författare att vi får en global kulturell homogenitet, en kulturellt och ekonomiskt helt sammanflätad värld. Alla konsumerar samma saker: Big Macs, Disney-produkter, kläder osv och det skapar en sorts metakultur och en kollektiv identitet baserad på konsumtion (jfr den "europeiska" kulturen). Mot detta står t ex nationalistiska identiteter baserade på ett selektivt åberopande eller konstruerande av traditioner och sociala minnen. Det innebär att vi i själva verket får en alltmer pluralistisk värld, är Fergusons slutsats. I varje fall kan vi, med bland andra Ulf Hannerz (1997), säkert hävda att homogeniserande effekter möts av heterogenisering, av lokala kulturella motreaktioner i global skala.

Det är ingen tillfällighet att globaliseringen blivit ett centralt tema, men på mycket motsägelsefulla sätt, inom medie- och kommunikationsforskningen. Den brittiske

medieforskaren Oliver Boyd-Barrett har inventerat de frågor som diskuteras inom fältet. Är globaliseringen ny eller gammal? Föregår den eller följer den av moderniseringen? Handlar det huvudsakligen om krympningen av tid och rum? Är den ekonomisk, kulturell eller politisk, eller möjligen endast en teknologisk företeelse? Är den frigörande eller förtryckande och för vem? Är den liktydig med nationalstatens bortvissnande eller stärker den staterna genom de globala ekonomiska inbördes beroendena? Är den samma sak som kapitalism eller västdominans? Eller omvänt, är det västvärlden som är förloraren? Är det egentligen slutet på det kalla kriget och på den andra världen som det handlar om, kulturell homogenisering eller heterogenisering, skapad genom motståndet mot globala krafter? Signalerar globaliseringen försvinnandet av modernitetens typiska sociala uppdelningar som klasssystemet, och framväxten av nya skillnader baserade på etniska skillnader och skillnader mellan dem som har respektive inte har teknologiska resurser? Eller handlar det om en kollaps, genom rumskompressionen och geografins ökade irrelevans, för de myter som en gång upprätthöll föreställningar om skillnader där det i själva verket fanns likhet? Är globaliseringen beroende av medie- och kommunikationsteknologi? Innebär den en vidgad eller mer begränsad tillgång för flertalet till verktyg för kulturella uttryck? Är den mest en fråga om framväxten av jättelika medelklasser i länder som Indien, med en omätlig aptit på varor och tjänster från väst? Är globaliseringen en fråga om kontinuitet eller förändring? Är alla dessa utvecklingslinjer en följd av moderniteten? (Boyd-Barrett, 1997: 23). Dessa frågor och de divergerande svar som ges i litteraturen speglar de skilda teoretiska perspektiv som utvecklats inom det snabbt expanderande forskningsfältet.

### **Tid och/eller rum?**

Med många reservationer för den hårda förenklingen kan man gruppera de grundläggande teoretiska förhållningssätten i en politisk-ekonomisk tradition och en som inrymmer olika inriktningar inom 'cultural studies'; en tudelning som också svarar grovt mot andra tudelningar som (deterministisk) strukturalism respektive (pluralistisk) kulturalism. 1990-talsdebatten har tenderat att polarisera de två huvudperspektiven, som i dispyterna mellan den kulturimperialistiska tesens företrädare, som inte ser några tecken på en borttynande imperialistisk struktur i världen (t. ex. Schiller 1993) och receptionsforskarna med sitt påstådda ointresse för just det som människor gör motstånd mot i sin "läsning" (Golding & Murdock 1996). Medieforskare får ofta finna sig i att vara uppdelade i "dystra politiska ekonomer" och "muntra postmodernister" (Sreberny-Mohammadi 1996).<sup>3</sup>

De respektive perspektiven konfigurerar tid och rum på olika sätt. Det ena, med

sina rötter i politisk ekonomi och historiematerialism, är en klassiskt modernistisk berättelse om tiden, den andra privilegierar rummet. Det är dessa två stora narrativer som förenas, och ändå inte, i uttrycket "den globaliserade moderniteten". Det gäller i betydande utsträckning för samhälls- och humanvetenskaperna att de undergått en "spatial vändning", med ett starkt fokus på sociala och kulturella systems rumsliga bas och på hur dessa konstitueras. Vändningen har medierna som uttalad eller outtalad premis.

Denna spatialisering av teorin hänger nära samman med globaliseringsvändningen inom samhällsvetenskap och humaniora under samma decennium, inte minst genom problematiseringen av begreppspar som globalt/lokalt. "Globalisering" har kommit att bli ett alltmer inflytelserikt paradigm sedan 1990-talets början skriver Featherstone och Lash (1995:1) och fortsätter med att detta paradigm också, som samhällsteorins centrala tematik, ersatt debatterna om modernitet och postmodernitet i försöken att förstå pågående sociala och kulturella förändringar. En problematisk egenhet med detta "paradigm" är just dess starka fokusering på spatiala, eller rumsliga förhållanden. Det kan synas självklart att globalt är något rumsligt, men när detta blir till en samhälls- eller kulturanalys som förbiser historien och andra tidsstrukturer är risken stor att vi har att göra med tesen om historiens slut i ny förklädnad. Jag ska återkomma till det problematiska i denna synkronins primat över diakronin.

För Featherstone och Lash (1995:1) representerar de teoretiska förhållningssätten stadier i en historisk utveckling (i sig en mycket traditionell modernistisk tanke). Det moderna tillståndet, som föder ett temporalt tänkande, ger med tiden vika för ett globalt tillstånd. Det senare frammanar en "spatialisering" av teorier om samhället. De utvecklar inte närmare vad det är i moderniteten respektive globaliteten som frammanar de diametralt olika tankefigurerna.<sup>4</sup>

De faktiska förändringarna, de drastiskt ökade hastigheterna och längre räckvidderna, är tekniska realiteter som de flesta är eniga om. Oenigheten gäller hur förändringarnas betydelse och den kulturella effekten ska uttolkas. Att det i det förindustriella samhället fanns ett mycket klarare samband mellan rumsliga och tidsmässiga avstånd är oomtvistligt. Frågan är vad som händer när det sambandet löses upp - när rummet och tiden över huvud taget förlorat i betydelse som socialt och kulturellt organiserande principer i och med att vi rent tekniskt kan nå vart som helst hur fort som helst, åtminstone imaginärt. Denna "frikoppling" av tid och rum, dels från varandra, dels från motsvarande traditionella fysiska parametrar (symboliserade av klockan och den geografiska kartan) spelar en huvudroll i teorierna om senmoderniteten.

Foucault har givit uttryck för detta förnekande, om inte av historien så av tiden

när han talar om historien som en 1800-talsfixering vid utveckling, kriser och cykler, hyllande av döda män och skräckvisioner om världens framtida undergång. På samma sätt, menar Foucault, kommer vår tid att bli rummets epok, en tid av samtidigheter och bredvidställande, där vår upplevelse av världen inte organiseras längs en lång livserfarenhet, utan i ett nätverk av noder och intersektioner (Foucault 1986: 22).

Det är utan tvekan så att den svällande globaliseringslitteraturen i hög grad favoriserar teoretiska rumskonstruktioner på bekostnad av analyser av temporala förhållanden, vilket också varit ett slags definierande karaktärstrikum för postmodernismen. Ironiskt nog är författarna inom denna nya tradition ofta angelägna om att framhålla att globaliseringen är en historisk process, vilket redan framgår av begreppet globalisering, när det vore mer följdriktigt att tala om *globalitet*. Detta i analogi med att vi talar om moderniteten som konsekvensen av en modernisering.<sup>5</sup>

Jag har argumenterat för ett återinsättande av tiden i reflektionen kring den globala moderniteten. Det allmänna resonemanget kan utvecklas längs två linjer. För det första kan man argumentera för att globaliteten, uppfattad som ett tillstånd i världen, präglad av en mängd av ömsesidiga beroenden mellan geografiskt åtskilda platser, människor, stater, regioner etc. *inte* är ett historiskt nytt fenomen, utan sammanlänkat med hela den långa moderna era som avlöste medeltiden. Efter det kalla kriget ser vi en återgång till en historisk situation där andra aktörer än nationalstater och deras politiker - olika slag av transnationella organisationer — påverkar de globala levnadsförhållandena och relationerna mellan centra och mellan centra och periferier i världssystemet. För att undvika att göra dessa djupt historiska relationer (med sina rumsrelationer och rumskonstruktioner) till årsbarn med postmodernismen väljer jag att tala om *historiska globaliteter* och utvecklar detta i avsnittet nedan om historia och kommunikation.

För det andra måste vi alltså sätta frågetecken för tanken att globaliseringen, eller globaliteten, främst, eller helt och hållet, är ett rumsligt fenomen - med fokus helt inställt på spatiala strukturer i deras samtida globala kontexter. Vi kan beteckna den forskning som bedrivs från sådana utgångspunkter som studiet av *populära moderniteter*, präglade av tid- och historielösa hybridkulturer (se vidare avsnittet Inga avstånd – inga Andra?).

Göran Therborn (1998) poängterar att globaliseringen tvingar oss att ta spatialiteten på allvar, det socialas rumslighet, samtidigt som det är nödvändigt att se begränsningarna i de ensidigt spatialiserade föreställningarna om det sociala. De uppträder i mest renodlad form just i globaliseringsdiskurserna. Denna ”utplattning av sociala processer” gör att mycket går förlorat i analysen, inte minst dialektiken och motsättningarna. Den samtida kapitalismens motsättningar hör till det

som slätas över i talet om "globalisering". Det finns naturligtvis, konstaterar Therborn vidare, en legitim intellektuell arbetsfördelning, i vilken såväl spatials som temporala och dialektiska begrepp har sin plats. "Problemet är snarare de monokonceptuella diskurserna och det är något som 'globaliseringen' inte sällan fallit offer för."

The historical contrast between now and then has been replaced by a focus on spatial extension. Even in those versions which see globalization as a novel phenomenon, there is little interest in counterposing the global to the pre-global. The spotlights are almost all on the spatial present (Therborn 1998).

Det gäller för globala liksom för nationella världar att temporaliteten är lika konstitutiv som spacialiteten, vilket bl a Benedict Anderson visade i *Den föreställda gemenskapen* (1993). Detta får konsekvenser för analysen av den sociala och kulturella förändringens mekanismer. Den moderna kapitalismen har just genom rummets (lokaliteternas och marknadernas) begränsningar blivit ett tidsorganiserande maskineri med synkronisering som ledstjärna (t ex just-in-time-principen). Det är ett misstag att betrakta tiden som upphävd i och med de enorma hastigheterna, där saker nästan inte tar någon tid alls i anspråk. Det innebär att samtidigheten över-sätts till ett rent rumsligt fenomen och att "det krympande rummet upphäver tidens gång" (Baumann, cit. i Beck 1998: 82). Därmed frånhänder vi oss ett verktyg för analysen av vad allt detta betyder för sociala relationer, maktutövning och stratifiering i en värld där tiden i många sammanhang är den knappaste resursen, den mest skillnadsskapande. Baumann (a.a.) har gjort en jämförelse mellan vad han benämner den första och den andra världens människor, vilken väl illustrerar hur tid och rum kan vara förbundna med varandra på sätt som också har med sociala klyftor att göra. Den första världens människor rör sig fritt i (det globala) rummet, men de (vi) är hopplöst insnärjda av kalendrar och tidskontrollerande strukturer. För den andra världens människor gäller motsatsen, de har all tid i världen och vet inte hur de ska få den att gå. Däremot sitter de fast där de är i eländiga situationer som inte kan bytas ut. En av Baumanns poänger är att dessa två världar inte är beroende av varandra som tidigare slavar och herrar, utsugna och utsugare. Den analysen av de globaliserade sociala relationerna kan man sätta många frågetecken för, men den visar ändå på det rimliga i att hålla ihop tid och rum också i teorin (se också nedan om kolonialismens tidrum).

Representerar globaliseringen något nytt eller är det framför allt en fråga om en reproduktion av gamla strukturer? Svaren hänger nära samman med synen på moderniteten och dess förvandlingar. I de följande två avsnitten ska vi låta såväl kontinuitetens som förändringens förespråkare komma till tals.



## Historia och kommunikation

Historiska periodiseringar baseras ofta på så kallade kommunikationstekniska revolutioner. Tiden för tryckerikonstens genomslag i Europa omges av medeltiden och den "moderna" världen. De tryckta skrifterna och de nya sociala, ekonomiska och politiska relationer i vilka de kom att ingå utgjorde en del av de nödvändiga villkoren för *moderniteten* och senare för Upplysningens *moderna projekt*. Den senare *modernismen*, som en åtminstone paneuropeisk estetisk rörelse, bör framför allt sättas i samband med vad som brukar beskrivas som den andra stora kommunikationsrevolutionen, den vi förknippar med telegrafan, telefonen, radiotelegrafin och så småningom radion (Kern 1983).<sup>6</sup> Redan skrivkonsten som sådan hade gjort det möjligt för budskap att förflyttas fysiskt oberoende av budskapsanvändarna (och med den tryckta boken tillkom masscirkulationen).

De nya tekniker som slog igenom under 1800-talets sista decennier och under tiden fram till Första världskriget innebar emellertid något helt nytt, nämligen frikopplingen av kommunikationen från allt vad fysiska transporter heter. Från och med nu var inte heller rummet och tiden så fast bundna till varandra som när förflyttningen även av meddelanden tidsmässigt var helt beroende av rummet. Denna kommunikationens dekontextualisering från det fysiska rummet innebar också en motsvarande frikoppling mellan social interaktion och sociala relationer, å ena sidan, och platsen å den andra.

Många sociologer är i dag upptagna av vad dessa senare förändringar betytt socialt och kulturellt. Tre av de namn som det finns anledning att återkomma till nedan är Anthony Giddens, Ulrich Beck och John B. Thompson. I Sverige har Håkan Thörn nyligen presenterat en avhandling (Thörn 1997) som belyser moderniteten ur flera perspektiv.<sup>7</sup> De hör alla till de författare som problematiserat inte minst kommunikationsformernas kulturella, för att inte säga civilisationsmässiga genomslag. En av flera grundläggande frågor rör kulturella epokskiften och möjligheten eller rimligheten i att relatera dem till modernitetens övriga dimensioner och då inte minst de teknologiska. Både moderniserings- och globaliseringsdiskussionerna blir avhängiga av den analys vi gör, eller inte gör, av hur medierna utvecklats, tekniskt, innehållsligt och institutionellt, på nationella och globala plan. Frågan om förändring kontra kontinuitet får olika svar beroende på om vi värderar det senare 1900-talets medieutveckling på samma sätt som många gjort vad gäller det sena 1800-talets, nämligen som en kommunikationsrevolution som förlöste en ny modernitetsfas.

När den historiska globaliteten diskuteras står olika perspektiv mot varandra. Till att börja med har vi redan noterat att det å ena sidan finns författare som i likhet med Beck (1998) vill tillskriva globaliseringen så specifika och historiskt unika drag

att den kommer att representera ett *kvalitativt nytt tillstånd* i världen, som följaktligen inträtt i en ny fas och som därtill erbjuder stora problem att hantera begreppsligt. Å andra sidan har vi de som hävdar att den globaliserade världen i allt väsentligt *reproducerar*, om än i på ytan moderniserad form, förhållanden som varit gällande i ett eller till och med flera sekel. I båda fallen är definitionen och analysen av moderniteten avgörande.

Den "andra moderniteten" präglas i Becks (liksom Giddens') tappning av en reflexivitet, en förmåga hos den mest moderna världen att betrakta och förstå sig själv. För denna förståelse har de globala medierna en nyckelroll, tänker sig Beck. För Giddens, för vilken just reflexiviteten också är ett av den sena modernitetens karaktäristiska och motorn i globaliseringen, speglar sig samhället i sociologin. Den vetenskapens begrepp och tankefigurer realiserar i det sociala livet, vilket gör att moderniteten är "inneboende sociologisk". Sociologiska begrepp och resultat är konstituerande för moderniteten och det är en kunskap som vi hela tiden måste räkna med kommer att revideras (Giddens 1990: 16). Den sociologiska diskursen cirkulerar kontinuerligt in och ut ur det sociala liv som den handlar om. I det sammanhanget tilldelar dock inte Giddens medierna någon roll, varför det förblir ett mysterium hur de sociologiska tankarna får sitt genomslag i vardagslivet och globalt.<sup>8</sup>

Denna ståndpunkts företrädare talar om globaliseringen som en oundviklig följd av moderniteten. De moderna medierna förblir i Giddens' teoribyge en i långa stycken outtalad förutsättning för både den tidiga och sena moderniteten. Därför blir det också begränsat användbart om vi intresserar oss för mediernas roll i moderniseringsprocessen allmänt och för den globala moderniteten i synnerhet.

Den andra ståndpunkten, som uppmärksammar historiska paralleller och kontinuiteter kan här representeras av en annan sociolog, Roland Robertson (1992). Denne förlägger olika globala tillstånd till mycket tidiga faser i mänsklighetens historia. Robertson ser just det av den förra kommunikationsrevolutionen präglade halvseklet mellan 1870 och 1920 som den tid när globaliteten i modern mening bröt igenom.<sup>9</sup> Även Therborn (1998) tänker sig att olika former av globalitet, i olika "vågor", har avlöst varandra. Dessa olika försök till en diagnos av vår tid kretsar ofta kring tids- och rumsförhållanden och de kommunikationsteknologiska realiteter, den infrastruktur, som antas ha transformerat dessa förhållanden.

Det finns goda historiska grunder för att postulera ett annat förhållande mellan modernitet och globalitet än det som Giddens och Beck argumenterar för. Man kan till skillnad från dessa författare se olika historiska former av globala relationer som de direkta och indirekta upphoven till dagens modernitet. Globala relationer står här för ömsesidiga beroendeförhållanden som i tiden föregått all modernitet av

modernt västligt snitt.<sup>10</sup> Såväl kolonialismen som imperialismen existerade före allt vad moderna kommunikationsmedier heter. Det de moderna medierna har bidragit till är enligt andra författare att modernisera de koloniala och imperialistiska relationerna (se vidare om medie- och kulturimperialismen nedan). Det är i grunden gamla dominansrelationer som gör sig gällande. Postkolonialismen rymmer många former av neokolonialism.

Det finns en mediecentrisk syn på globaliseringen och den underskattar grovt olika kommunikativa och kulturella utbyten med hjälp av andra kommunikations- och transportformer i historisk tid - långt före både 1800- och 1900-talens stora kommunikationsrevolutioner. Denna underskattning innebär också en mystifiering av "kulturen". Ferguson (1992:81) påminner oss om att kulturer aldrig är "rena" och Wolf (1982) har påpekat att inga kulturer har varit oberörda av kontakter med andra kulturer sedan slutet av 1400-talet. De har dock med tiden kommit att framstå som "genuina" eller "autentiska", eftersom vårt, och deras eget, historiska minne är kort. Straubhaar (1997) noterar att de flesta av de kulturer som vi idag betraktar som nationella eller lokala i varierande utsträckning är skapade genom seklerna i kontakter med andra kulturer på nationellt, regionalt eller globalt plan. Massmedierna utgör därmed bara den senaste vågen i en lång serie av kulturella interaktioner i global skala. Sreberny-Mohammadi (1996:180, 1997: 67) menar på tal om imperialismens effekter att ett fokus på de moderna medierna gör att vi försummar de mycket äldre och djupare strukturer som kan sägas utgöra modernitetens hörnstenar och, i annat sammanhang, att det i moderniteten finns många olika, djupt integrerade strukturer, på plats långt före de mer ytliga kulturella förändringar som vi bevittnar idag.

Ytterst bottnar de olika föreställningarna i olika historiesyn, om vi menar att olika stadier avlöser varandra eller om det sker ständigt nya överlagringar. Det har också att göra med hur vi koncipierar förhållandet mellan tid och rum. Förändringar i världen är åtminstone till viss del en produkt av förskjutningar i hanteringen av synkronier resp. diakronier, i sin tur möjliga att relatera till teknologiska omvälvningar. Jag har redan låtit Harvey apostrofera den dialektiken.

Fernand Braudel och Immanuel Wallerstein framhåller - låt vara med vissa skiljaktigheter dem emellan - att historien alltmer utmärks av överlagrande och samtidiga samhällsformationer, där det dels gäller att dessa genomgår stadier, dels existerar de parallellt. Detta system har existerat mycket länge. Det temporala begreppet stadier har sitt rumsliga korrelat i zoner. Det moderna är inte bara en punkt på en tidsaxel utan lika mycket en plats, den mest centrala (King 1995).

Den europeiska världsekonomin 1650 var alltså en överlagring och samexistens av samhällen alltifrån de redan kapitalistiska (det holländska) till de undergivna och

slaveripräglade vid stegens fot. Denna samtidighet, denna synkronism reser en rad problem (...) Denna tes skiljer sig från den traditionella *successionsmodellen* med slaveri, livegenskap och kapitalism. Den betonar samtidigheten, en synkronism som är så karakteristisk att den måste vara av stor betydelse (Braudel 1985: 79).<sup>11</sup>

Detta ger ytterligare stöd för argumentet att tiden och rummet aldrig kan separeras i undersökningar av hur historiska verkligheter förändras.

Det vi ofta uppfattar som relativt givna tids- och rumsparametrar är i mycket resultatet av kulturella temporaliseringar och spatialiseringar, i sin tur också påverkade av både tekniska och sociala kommunikationsförhållanden. Denna kulturella effekt av globaliseringen innebär bland annat ett mångfaldigande av de existerande organisationsformerna, som nu är transnationella, internationella, makroregionala, nationella, mikroregionala eller lokala (Pieterse 1995: 50). På samma sätt lever vi nu i, och upplever, en mängd olika temporala dimensioner (Adam 1992:181). Även de samtida, och samtidiga, så kallade hybrid- eller blandkulturerna har sålunda en tidsaspekt värd ett närmare utforskande, vilket Morley och Robins visar med ett avslutande exempel i *Spaces of Identity* (1995: 226) hämtat från antropologen R. Wilks studie av hur den direktsända satellittelevisiöns tid förhåller sig till den koloniala tiden. Platsen är ett slumområde utanför Belizes huvudstad.

There is no lag. The Belizean family, in their rickety house, in a swamp, on the edge of Belize City, is not only watching the same programmes as urban North America, but far more importantly, they are watching them at the same time. What the Belizeans are watching, is happening *now* . . . Satellite television has removed an essential element from the equation of colonial time. Distance between the metropole and the colony can no longer be reckoned in terms of time. . . TV time is now a single clock, ticking away a single rhythm, in every place it reaches . . . the direct experience of a flow of events, that was once far away, safely filtered, and only dimly and indirectly perceived.

Den tidsskillnad som tidigare hängde samman med rumsliga avstånd och därmed kunde "förklara" alla andra skillnader har alltså upphävts. Dagens sociala och ekonomiska skillnader kräver andra förklaringsmodeller (ibid. 227). Upplysningens lineära tid och evolutionism byggde på tidrumsförhållanden som håller på att förändras med de snabbt föränderliga tids- och rumshorisonterna. Hur djupgående är egentligen skillnaderna - mellan förmodernt och modernt och mellan tidig respektive sen modernitet?

### **Inga avstånd – inga Andra?**

Med telekommunikationerna, telegrafan och telefonen, kunde således rumsavstånd överbryggas utan fysisk transport av vare sig människor (resandet) eller symboler (posten). Resultatet blev att rum och tid frikopplades från varandra: rumsavstånd

var inte längre direkt korrelerade med tidsavstånd. Annorlunda uttryckt: de rum-savstånd som kunde överbryggas ökade drastiskt, samtidigt som tidsfördröjningen i kommunikationen nästan eliminerades helt (Thompson 1995: 32).

Denna frikoppling av tid och rum banade väg för en annan förvandling: upptäckten av den icke-rumsliga samtidigheten. Tidigare förutsatte alla upplevelser av samtidighet en gemensam plats - samma tid betydde samma plats. Det som förändrades var alltså att det konkreta 'här och nu' inte längre var bundet till en särskild plats, utan i princip kunde vidgas till en global kontext. Det ledde också till en ny upplevelse av det sociala livets tids- och rumskaraktäristika också inom konsten och litteraturen, dvs modernismen (Kern 1983).

I allt större utsträckning är historien och de sätt den har betydelse för oss idag beroende av en reservoar av medierade symboliska former. Inte bara *diakronin*, utan också upplevelserna av den *synkrona*, samtida världen är alltmer skapade av de medierade formerna. Detta har konsekvenser för känslan av tillhörighet (och därmed konstruktionen av identiteter), eftersom den delvis hänger samman med delandet av en gemensam historia och ett gemensamt (socialt, kulturellt) rum. Resultatet blir att vi tycker oss tillhöra grupper och gemenskaper som delvis är konstituerade genom medierna (Thompson, a.a., använder begreppet "medierad socialitet").

Giddens, som i flera arbeten ägnat sig åt tiden, rummet och det sociala (1984, 1990, 1991) understryker just den starka kontrasten till tidrumsrelationer i den förmoderna världen, i vilken "när" alltid var förbundet med "var", eller med naturhändelser. Den mekaniska klockan och standardiseringen av kalendrarna hade avgörande betydelse för separationen av tiden från rummet. Detta "tömmande" av tiden möjliggjorde ett motsvarande tömmande av rummet. Rummet skiljs från platsen och möjliggör relationer mellan frånvarande andra.

Tidrumsseparationen har dialektiska drag – tiden och rummet kan återkombineras på nya sätt i socialt handlande. Tidrumsseparation är av central betydelse för moderniteten eftersom den är ett grundvillkor för frikopplingen från närvarosammanhang ('disembedding'). Frikopplade institutioner utvidgar tidrumsdistansieringen avsevärt och är för detta beroende av samordning över tid och rum; med hjälp av mycket avancerade moderna kommunikationstekniker, kan vi tillägga.

I *Modernity and Self-Identity* har Giddens fördjupat sig i olika mediers tids- och rumsorganiserande egenskaper (1991:26) och menar i det sammanhanget att såväl elektroniska som tryckta medier, trots de skillnader som finns mellan dem, har det gemensamt att de både uttrycker och fungerar som instrument för modernismens frikopplande och globaliserande tendenser. Genom den reorganisering av tid och rum som de åstadkommer bidrar de också till konstitueringen av moderna institutioner. Man kan emellertid se problem med denne författares sammanlänkning av

både äldre och nyare medier med moderniteten i största allmänhet. Det finns goda skäl att närmare undersöka sambanden mellan den sena moderniteten och det senaste decenniets utvecklade mediasystem.

Giddens resonemang kan sägas vara invändningsfritt på det mycket allmänna plan där han håller sig. Det gäller t ex för den medierade samtidigheten att den uppmärksammades redan av Hegel i hans reflektioner över den kollektivt delade upplevelsen av morgontidningens nyheter vid frukostbordet, tankar som Benedict Anderson långt senare skulle utveckla (1993). Upplevelsen av samtidighet i konsumtionen av de för hela befolkningen gemensamma morgonnyheterna var grunden för känslan av att ingå i en nationell gemenskap, resonerar Anderson. Det är dock inte riktigt samma sak som samtidigheten mellan händelser och upplevelsen av dem, möjliggjord först med de elektroniska medierna, framför allt televisionens direktsändningar. Genomgående i Giddens analys är att de egenskaper han tillskriver medierna under moderniteten har lyfts fram av andra författare som karaktäristiska för den nyhetsförmedling som bedrevs redan vid 1800-talets mitt.<sup>12</sup>

De medierade upplevelserna har under moderniteten två grundkomponenter, enligt Giddens. Den ena rubriceras som "kollageeffekten", den andra har att göra med distanseringen som möjliggör att mycket avlägsna händelser tränger sig på i vår vardag. Kollageeffekten, som består i att alla tänkbara nyheter och notiser på ett fullständigt ordnat sätt placeras intill varandra utan något annat gemensamt än deras aktualitet, betydelsefullhet eller nyhetsvärde, uttrycker en transformation av tidrummet sådan att platsen inget betyder längre, men väl händelsen som sådan. Trots att nyhetsmixen inte ger en sammanhängande narrativ uttrycker den ändå ett enhetligt tänkande och medvetande, med händelsens nyhetsvärde som organiserande princip. Denna 'action at a distance' är vad Giddens bygger mycket av sitt teoretiserande om moderniteten på.<sup>13</sup>

Det globala, eller åtminstone koloniala nyhetsmaskineri som var i funktion från mitten av 1800-talet fungerade i Giddens analys som en kunskapspool, i sin tur en viktig förutsättning för globaliseringen av moderniteten. Poängen här är inte att människor nu är medvetna om många olika händelser från hela världen, utan att den globala utbredningen av modernitetens institutioner inte skulle ha varit möjlig utan den 'pooling' av kunskap som 'nyheterna' representerar (1991). För att här inte bli alltför detaljerad i kritiken av denna syn på "nyheter" kan man beskriva detta som att sätta vagnen före hästen. Den historiska forskningen om nyhetsbyråernas betydelse är tämligen enig om att de på ett nästan övertydligt sätt från sina säten i London, Paris och Berlin snarare reproducerade och betjänade koloniala och imperialistiska strukturer och intressen (se t ex Boyd-Barrett 1997), än fungerade som kunskapsbas för den globala utbredningen av modernitetens institutioner.

Det var i många fall så att kolonialismen och imperialismen på många sätt utgjorde de avgörande förutsättningarna för den anhopning av resurser som efter hand skulle leda till Västeuropas modernisering. Att moderniseringen av enskilda nationalstater, t ex framväxten av den suveräna statsmakten, kan vara en följd av dessa staters förhållande till det internationella systemet är för övrigt en tanke som Giddens för fram i andra sammanhang (t ex 1990: 65). Det är därför inte alltför långsökt att tänka sig att denna historiska ordningsföljd också kan gälla för andra av modernitetens dimensioner.

Giddens analys tecknar de moderna medierna i alltför svepande och ohistoriska termer. Det saknas en analys av medierna själva som institutioner, av skillnader mellan medier och mellan genrer och förändringar i dessa över tid. Sammantaget saknas alltså en analys av den sena modernitetens medier. I en global kontext blir både institutionaliseringen och innehållet centrala om vi vill förstå hur mediesystemen organiserar förhållandet mellan globalt och lokalt. En sådan undersökning kommer till andra slutsatser än den som Giddens drar när han kommer fram till att det kommunikationstekniska upphävandet av rummet i vissa avseenden skapar en värld utan Andra (1991: 27). Som när det gäller den urgamla kommunikationsanordning som havet utgör måste vi emellertid tänka oss att de nya globala medierna producerar och förstärker både distans *och* närhet, kulturella och sociala skillnader *och* likheter, vilket exemplet från Belize ovan gav en antydning om.

Vi ska fortsätta diskussionen om den sena modernitetens medieförhållanden genom att anknyta till debatterna om ”kulturimperialismen” och ”postjournalistiken” och de rumsliga och tidsmässiga sammanhang i vilka dessa företeelser är inbäddade.

### **Moderniseringen, kulturimperialismen och den globala hybridkulturen**

Studier i internationell kommunikation har alltid varit ett område där det utspelats vetenskapliga strider, inte sällan med tydliga politiska förtecken. Det hänger bl a samman med att hela forskningsfältet har en del av sina historiska rötter i forskningen om mellankrigstidens internationella propaganda och efterkrigstidens politiska opinionsbildning. Å ena sidan finner vi en konservativ, doktrinhistorisk forskning, å den andra en kritisk forskning kring det som ömsom betecknades som kulturimperialism, ömsom, mer begränsat, som medieimperialism.<sup>14</sup> Det senaste decenniet har själva begreppet ”internationell kommunikation”, såväl som dess imperialismkritiska motpoler tenderat att överskuggas av olika globaliseringsdiskurser. Detta i sig kan antas spegla verkliga förändringar i världen. ”Internationell kommunikation” anspelar på kommunikation mellan nationalstater, vil-

ket i dag är en alltför snäv beskrivning av de informationsflöden och kommunikativa kontakter som sker över de gamla nationsgränserna - i de transnationella sociala rummen (Beck 1998).

Ersättandet av "imperialism" med "globalisering" speglar strukturella förändringar i den internationell ekonomin och politiska och paradigmatiska förskjutningar inom de discipliner som sysslar med dessa saker. Den s k språkliga vändningen på 1980-talet var ett annat uttryck för detta - på 1990-talet förstärkt av den spatiala vändningen inom samhällsteori. Även den har i viss utsträckning politiska förtecken i så måtto som den kan ses som ett teoretiskt alternativ (med sina rötter i det kalla krigets polariseringar och geopolitiska fixeringar) till den historiska materialismen.

Det handlar alltså om ett fält vars gränser, inre uppdelningar, grundläggande begrepp och antaganden ständigt rekonstruerats, som responser på strukturella förändringar. De förhärskande inom- eller utomvetenskapliga globaliseringsdiskurserna är det senaste uttrycket för de sätt varpå de världsomspännande kommunikationsmaskinerierna kan styra vår (miss)förståelse av dem.

Den korta historien om världens kommunikationer kan vi låta ta sin början efter andra världskriget. Det medierelaterade policyarbetet inom överstatliga organ på 1950- och 60-talen var fast förankrat, teoretiskt och ideologiskt, i ett traditionellt utvecklingsperspektiv ('media and development'). Det var ett paradigm som grundade sig i en blandning av föreställningar hämtade inte minst från teorin om de ekonomiska stadierna, i sin tur bottnade i Upplysningens moderna projekt och i tillägg till det en psykologisk teori om den sociala mobilitetens mentala förutsättningar. 1950- och 60-talens moderniseringsteorier beskrev den (enda) vägen från "traditionella" till "moderna" samhällen.<sup>15</sup>

Fältet internationell kommunikation uppvisar en litteratur där många omvärderingar görs, i takt med de olika vändningarna inte bara inom samhällsvetenskap och humaniora, utan också inom kommunikationsforskningen, om än med viss fördröjning. Under 1980-talet har den s k kulturimperialismtesen, eller dess svagare variant som nöjer sig med att attackera medieimperialismen, utsatts för kritik, inte minst från humanistiskt håll. Det är en kritik som också riktats, mer allmänt, mot politisk-ekonomiska perspektiv inom området, ofta synonyma med kulturimperialismkritiken. Det som Herbert Schiller och andra hävdade var att USA-kapitalismen särskilt under det kalla kriget befäste sin dominans över världsmarknaderna med hjälp av en kombination av militära och kommunikativa och informativa resurser, inte minst via underhållnings- eller kulturindustrierna, men också genom kontrollen över en ansenlig andel av nyhetsförmedlingen.<sup>16</sup> Satellitutvecklingen förstärkte detta grepp över de globala kommunikationerna. Det torde vara svårt att



argumentera mot att USA skulle ha och t o m förstärker sin kontroll över de internationella kommunikationerna. På det planet är det inte långsökt att sätta likhets-tecken mellan kulturell globalisering och kulturimperialism. De empiriska förhållandena går inte att bortse ifrån, skriver t ex John Tomlinson och fortsätter: "if it walks like a duck, and it squawks like a duck, why not call it a duck?" (1997:179). När det däremot kommer till frågor om de historiska drivkrafterna och den vidare betydelsen av det som är lätt observerbart varje dag i TV, synes en del kritik ha fog för sig.

Kulturimperialismteorin innehåller strängt taget varken en kulturteori eller en imperialismteori. Som politisk ekonomisk teori haltar den genom att å ena sidan betona de ekonomiska drivkrafterna i imperialismens metropoler och å andra sidan ofta förbise klasstrukturer, lokala makteliter kontrollerande oligopolistiska mediesystem och klyftor mellan metropoler och landsbygd i de imperialistiska mediesystemens "mottagarända", ofta lika med postkoloniala länder. Det innebär också att man förbiser eller åtminstone kraftigt underskattar att "kulturimperialismen" både hälsas med entusiasm inom den svällande medelklassen i tredje världens storstäder, som tar till sig konsumerismens appeller; och att den också möter motstånd, i den mån den över huvud taget når ut till urbana getton, kåkstäder och landsbygd (Gillespie 1997). Det finns visst fog för kritiken att tesen postulerade en enkelriktad gata och förbisåg dialektiken mellan centrum och periferi och, inte minst, de historiska sammanhangen. Vidare förutsattes av kulturimperialismteorin en kulturell homogenitet och ursprunglighet där sådan aldrig funnits. Ett annat problem, åtminstone med de ursprungliga formuleringarna är naturligtvis att de inte kan hantera den geopolitiska situation som senare uppstått i och med sovjetkommunismens fall.<sup>17</sup>

I sin mest extrema form har kritiken kommit till uttryck i det postmodernistiskt inspirerade postkoloniala tänkande som ser ett kulturellt motstånd överallt, som därtill effektivt neutraliserar varje ideologisk och kulturell övermakt. Denna polarisering mellan den politiska ekonomin och sådana varianter av 'cultural studies' inbjuder naturligtvis till nyanseringsförsök.

John B. Thompson (1995) har diskuterat tre problem med den kritik för vilken Herbert Schiller är den främste företrädaren sedan slutet av 1960-talet. För det första var och är inte USAs maktställning så monolitisk som den framställs. Det gäller även det militärindustriella komplexet. Världen har i ökande utsträckning flera maktcentra (ekonomiska, politiska och symboliskt ideologiska) än under det kalla kriget. Schiller har nyligen understrukit att den ekonomiska basen för kulturimperialismen förändrats och pekar bland annat på globaliseringen av medieindustrin, det japanska kapitalets roll i Hollywood och framväxten av mediejättar i länder

som Brasilien och Indien. Allt detta har inneburit att den amerikanska kulturimperialismen kommit att gradvis ersättas av en kulturell dominans av transnationella bolag som verkar i alla världsdelar. Men likafullt, hävdar Schiller (1998), rör det sig om spridandet av en i grunden amerikansk konsumtionskultur.

Det andra problemet med (den traditionella) kulturimperialismtesen är att den förutsätter att världens kulturer, före den amerikanska kulturella invasionen var autentiska och oförstörda av främmande värden genom externa influenser. Som många andra framhåller Thompson att de moderna, globala medierna bara representerar den senaste vågen av kulturmöten. De flesta kulturer är och har under lång historisk tid varit hybridkulturer.

Det tredje problemet gäller det som Thompson uppfattar som envägsmodellen som ligger till grund för imperialismteorin: kapitalismens medier, och det gäller både reklamen och innehållet i övrigt, antas uttrycka en oundviklig privat konsumtionsideologi, vilken i sin tur skapar konsumtionsbehov hos mottagarna. Så framställd blir tesen lätt att utsätta för kritik och det är också framför allt på den här punkten som kritiken har varit hård, inte minst från dem som förfäktat den rakt motsatta ståndpunkten, enligt vilken varje människas möte med medier innebär en "förhandling" (med den dominerande ideologin). Kulturimperialismen homogenerar inte, utan heterogenerar. Här menar sig Thompson ha stöd av undersökningar som visar att såpoppor tas emot på olika sätt i olika kulturella kontexter. Det är en kritik som naturligtvis bortser från den exploatering som det ändå kan vara frågan om och som bl a innebär att miljardpubliker ändå sitter där och tittar på samma program - med samma reklamslag. Det är en maktobalans som inte heller reduceras av att innehållet ofta är anpassat till regionala kulturella kontexter. Det förutsätts också att även mass- eller populärkulturen svävar fritt från sina ekonomiska och teknologiska grundvalar. Schiller har i senare arbeten understrukt att de studier som återopas gäller responser på enskilda populärkulturprodukter och genrer som såpoppor, när det i verkliga livet är av avgörande betydelse att vi ständigt exponeras för ett totalutbud. Ett meningsfullt motstånd, skriver Schiller, handlar det inte om så länge vi begränsar oss till publikreaktioner på enskilda TV-program. Det måste snarare grundas i en konkret kulturell kamp, i sin tur förankrad i en analys av 'larger issues of social inequality' (Roach, 1997: 54). Men för att kunna relatera medierna till olika former av global ojämlikhet blir det också nödvändigt att undersöka hur de moderna medierna utvecklats i den rika världens centra.

## Postjournalistiken

Vilka är globaliseringens effekter på journalistiken, den institution och det text-system som mer än andra delar av medierna kommit att förknippas med moderniteten? I vad mån har medierna och journalistiken själv bidragit till det ena eller andra moderna tillståndet?

Mediesfärens allmänna expansion - den innebär bl a att dess del i de nationella ekonomierna ökar - sätts ofta i samband med just globaliseringen och transnationaliseringen av kapitalet, politiken och kulturen. Det råder dock en hel del oenighet om hur dessa skeenden egentligen ska uttolkas. De flesta tycks överens om att de nationella mediesystemen (rikspressen och radio-TV av public servicetyp) fått maka åt sig till förmån för såväl de internationella informationsflödena som för regionala och lokala medier och, inte minst, för medier och innehåll avsedda för speciella marknadssegment. Redan dessa omständigheter kan ses som hot mot en journalistik som har som en av sina bärande uppgifter att upprätthålla kommunikation mellan olika grupper inom ett nationellt samhälle.

I John Hartleys historieskrivning framställs journalistiken som modernitetens betydelseskapande diskurs. Medierna utgör grunden för modernitetens textualisering och populärkulturen skapar "läsarskap" ('readerships'), kollektiviteter som bara förenas genom det gemensamma läsandet. Betydelsen ligger inte bara i den gigantiska skalan, utan i den verkliga eller föreställda makten att påverka andra system, handlingar eller händelser. Journalistiken har vissa karaktäristika, framför allt i termer av modernitet – både journalistiken och moderniteten är produkter av de europeiska samhällenas utveckling under de senaste tre-, fyrahundra åren. Båda förknippas med utforskande, den vetenskapliga tanken, industrialisering, politisk frigörelse och imperialistisk expansion. Båda favoriserar begrepp som frihet, framåtskridande och universell upplysning och de förknippas med nedbrytandet av traditionella kunskapssystem och hierarkier, till förmån för abstrakta relationer. Båda är präglade av både kapitalisering och konsumerism, av marknadens expansion och åtskiljandet av produkten och köparen. Dagens politiska liv är, liksom konsumtionssamhället, otänkbart utan journalistiken. Moderniteten är kanske inte en produkt av journalistiken, men den var och är en politisk och marknadsföringsmässig kampanj, som bedrivs av bestämda aktörer och institutioner i bestämda syften. Journalistiken har haft sin uppgift som modernitetens 'campaign trail'. Modernitetens inbyggda motsättningar, blandningar av modernt och förmodernt, finns också i journalistiken (Hartley 1996).

Vi ska fullfölja detta perspektiv och kort betrakta den nationella, svenska journalistiken i den större rumsliga och tidsmässiga kontexten.<sup>18</sup> Ser vi närmare på de geopolitiska förutsättningarna är det uppenbart att framför allt två historiska för-

ändringar är av betydelse också i det här sammanhanget. Den första är slutet på det kalla kriget och öststatskommunismens kollaps. Berlinmurens fall, en av 1900-talets mest medierade symbolhändelser, skapade stor villervalla tvärs över de politiska och ideologiska fälten. Sparks menar att händelserna 1989 och 1991 skapade kriser, inte bara för vänstern, utan också för alla dem för vilka antikommunismen fungerade som sanktionerad religion (Sparks 1997: 3). Grundmurade verklighetsdefinitioner, baserade på klara kulturella distinktioner, hierarkier, polariteter och metaforer, råkade i viss upplösning: väst och öst, vi och dom, vänster och höger, individualism och kollektivism, upphörde i ett slag att fungera som överordnade och oproblematiske struktureringsprinciper i det offentliga samtalet.

Den andra historiska förändringen är det svenska EU-inträdet. Nationen är det i särklass viktigaste rummet för den journalistiska diskursen. Även det lokala har kommit i förgrunden, men som regel i en nationell kontext. Detta har skett samtidigt som kommunikationerna, ekonomin och politiken, alltmer sammanflätade med varandra, transnationaliserats och globaliserats. En journalistik som traditionellt är starkt fixerad vid och beroende av de nationella politiska och byråkratiske systemen, samtidigt som både politisk, administrativ och ekonomisk makt utövas på andra nivåer och platser, kommer emellertid inte att kunna fullgöra någon funktion som "tredje statsmakt". Den kan däremot komma att överta den första och andra statsmaktens uppgifter och funktioner - systemintegration, social och politisk kontroll, terapeutisk och administrativ service. Det är ett resonemang som vi återfinner hos Hartley som hävdar att journalistiken under hela detta sekel varit på väg att ta över och textualisera nationalstaternas demokratiska funktioner. Den utgör nu den huvudsakliga platsen för det politiska deltagandet för de stora grupper som blir allt mindre röstbenägna eller partipolitiskt aktiva. Det får regeringarna i de gamla demokratierna att rekrytera sina egna medarbetare från "motsatta" sidan, nämligen underhållningsvärlden, i syfte att på det sättet förföra de egna medborgarna (Hartley 1996: 200). De av den svenska regeringen tillsatta s k Kändisråden väckte viss uppmärksamhet även internationellt. I dessa ingick medialt uppburna författare, skådespelare, med flera, med uppgift att fungera som bollplank för ministrar, t. ex. i minoritetsfrågor.

Vad säger kritiken av den senmoderna journalistiken eller "postjournalistiken"? Den brukar framhålla att det är en journalistik präglad av upplösningen av den tidigare heliga gränsen mellan nyheter och underhållning och av en allmän osäkerhet bland journalister om vems röst de ska företräda; vidare att journalistiken har blivit marknadsstyrd (MacManus 1994), en sida av publicisternas försvinnande från arenan. Vi har fått den "totala tidningen" där journalistiken och marknadsföringen integreras (Hallin 1996) och i TV får olika sorters "verklighetsprogram" eller 'reality

shows' ett allt större utrymme, på bekostnad t ex av dokumentärer och reportage. TV har förvandlat politiken till en fråga om person ("syntetiska" personligheter) och till teatrala utspel i förhållande till vilka tittarna definieras som konsumenter eller som måltavla för utspel. Politiska händelser är mediehändelser. Med hjälp av visuella och ljudmässiga konventioner skapas realism och trovärdighet, snarare än kritiskt engagemang. Genom tekniskt mycket avancerade "illusionsnummer" koloniserar TV vardagslivet och mystifierar makten (Corner 1995).

Alla dessa formuleringar bygger på en tanke som går ut på att en brytpunkt är passerad. Journalistiken är inte längre den hjälpgumma för den parlamentariska demokratin som den kanske en gång var någonstans, utan har blivit något av sitt eget centrum. Från att ha varit en arena för samhällsintressen har medierna blivit till aktörer som opererar av egen kraft och utifrån egna förutsättningar: makten genereras inne i själva mediesystemet och den utövas mot både andra institutioner i samhället och mot allmänheten (Ekecrantz & Olsson 1994; Ekström 1998). Analysen av den senmoderna journalistiken bestäms emellertid av hur dess tidigare, (hög)moderna former karaktäriseras.

Högmodernitetens "seriösa" och "professionella" journalistik kan man i historiens backspegel betrakta på mycket olika sätt. Den kan för det första vara en utgångspunkt för en vanlig form av medie- och journalistikkritik, enligt vilken samtiden mest vittnar om ett pågående förfall, som framför allt visar sig i upplösningen av alla möjliga gränser – mellan genrer, mellan roller eller mellan privat och offentligt. Den kan för det andra också ligga till grund för en diametralt annorlunda värdering av fenomenet, en romantisering av de "folkliga" dragen i den genremässigt uppluckrade populärjournalistiken. Upplösningen av gränsen mellan privat och offentligt ses här som en början på en verklig demokrati där alla röster får höras. Pratshowerna är med detta synsätt ultrademokratiska inslag, representerande en kommunikation nedifrån och upp som ersätter den tidigare "kommunikéjournalistiken" uppifrån och ned. En tredje version är tesen om "höjournalistiken" som en historisk parentes, överlevande som element i den samtida professionella ideologin, men i realiteten en "elitjournalistik" vars främsta drag var dess nära liering med andra eliter (Hallin 1996). Det är en version som får stöd av det längre historiska perspektivet.

Höjournalistiken sammanfaller med högmodernismen, med 1950-talet som en höjdpunkt. Då antogs ekonomisk utveckling, tillväxt och (de då alltid neutrala) experterna kunna lösa alla samhällets problem. Det var möjligt att vara "objektiv" eftersom det i offentligheten inte fanns någon klyfta mellan etablissemangen och folket och den nära knytningen till eliter utgjorde därför inget problem värt att uppmärksamma. Det gällde i Sverige och, till exempel, i USA. Genremässiga åtskill-

nader, inte minst mellan 'news' och 'views', var viktiga redaktionella ledstjärnor. Det var en professionalism grundad i ett liberalt public service-tänkande, med en ännu så länge oansatt tro på framsteg, rationalitet och generella sanningar och en oproblematisksyn på det allmännas bästa.

Kritiken av den sena "postjournalistiken" är också en kritik av journalistikens anspråk på att vara en realistisk diskurs. Alla sådana diskurser har bland annat att hantera tids- och rumsförhållanden. De moderna nyheterna gestaltar tiden som en obruten serie av "nu". Ögonblickets lösryckta bilder eller filmsekvenser, från Bagdad, Sarajevo eller andra tillfälliga arenor för de globala medierna, genererar ingen narrativ som kunde rymma orsaker och konsekvenser (traditionella kriterier) och ingen reflektion om skeendenas drivkrafter. Det verkliga är lika med det visualiserbara nuet utanför historien (de Certeau 1988; Giddens 1991).

Vidare gäller för realistiska diskurser att de sysslar med världen utanför den diskursiva produktionskontexten. De speglar något annat än sig själva. För journalistiken är emellertid en stor del av representationen en självrepresentation, en självbespeglning. Denna form av "reflexivitet" vittnar om en professions upplösning och alltmer desperata behov av självlegitimering - och om en tilltagande frånvaro av yttre diskursiva objekt.

TV har åstadkommit ett nytt förhållande mellan makten och marknaden, det förhållande som under högmoderniteten bestått i förmedling mellan "källorna", den offentliga diskursens fabrikörer och publiken. Dessa har nu bringats under kontroll genom att lyftas in i mediet som de kända och de okända ansiktena: en interaktion under ordnande programformer. Olika program frilägger olika sidor och skikt i den mediala världen som ett eget, strängt ordnat och hierarkiskt klassamhälle.

Ju mer mediesfären expanderar, desto större svängningar och obalanser får man räkna med på grund av den bräckliga relationen både till andra institutioner och till publiken, samhället, marknaden. Mycket av vad som händer där kan förstås i termer av behovet av kontroll och förutsägbarhet i den mediala offentligheten. Inte minst uttalat är detta när journalistikens självförståelse är utmanad.

Mediernas makt ligger nuförtiden däri att de är framgångsrika i att hantera de andra världarna, inte minst politikens och publikens. Det innebär en försvagning av det politiska systemet. Corner (1995) talar om en ny sorts bräcklighet inom den politiska sfären och den kan leda till en försvagad regeringsmakt, till och med paralysering. Thompson (1995) relaterar maktförskjutningarna till de förändrade rums- och tidsförutsättningarna. Han kommer till den slutsatsen att det är globaliseringen av kommunikationerna, i kombination med de ökade hastigheterna, som förorsakar den ökade instabiliteten och oförutsägbarheten i de politiska och sociala systemen:

...the mediated field of interaction is a field in which relations of power can shift

quickly, dramatically and in unpredictable ways. The development of the media has helped create a world in which fields of interaction can become global in scale and the pace of social change can be accelerated by the speed of information flows... (Thompson 1995: 118)

Under 1990-talet har vi kunnat bevittna en djupgående förvandling av nyhetsmediernas funktioner, vilken signalerar slutet på en institution så som vi känner den (Ekecrantz & Olsson, under utg.). Det handlar inte längre i första hand om att föra journal, alltså att notera och kommentera de dagliga yttre händelserna. Det var detta de klassiska rollerna, publicisten, nyhetsreportern, iakttagaren osv., byggde på. Det var dessa roller som gjorde att medierna kunde göra anspråk på att fylla sin funktion som tredje statsmakt. Den mer iscensättande postjournalistik som nu är på väg att etablera sig är ett samtida globalt fenomen, ett av många kulturella uttryck för den transnationella ordningen – men den måste också sättas in i sin genrehistoriska kontext.

Medierna och moderniteten i dess olika former är oupplösligen förbundna med varandra, antingen vi talar om samhällets organisation, relationer mellan grupper och klasser, eller de sätt på vilka den moderna människans interaktionsmönster och medvetandeorganisation utformas. Medierna är inte bara en plats där vissa former av social, politisk och kulturell interaktion *syns*, den *sker* där. Idag när denna ”medierade” modernitet utsträcks globalt blir analysen av de existerande mediesystemen, alla i någon mening globalt beroende och samtidigt invävd i samhällets övriga institutioner, en central del i en undersökning av det globala systemet som sådant.

### **Makt, skillnad och avstånd**

Kommunikationsteknologiska förändringar innebär alltid förändringar i samhällets tids- och rumsförutsättningar och dessa är aldrig socialt eller politiskt neutrala. Hastigheter och trögheter är inte slumpmässigt fördelade och det gäller givetvis inte heller för möjligheterna att strukturera och kontrollera de tids- och rumsförhållanden som människor lever under. Samma teknologiska förändringar får konsekvenser för våra verklighetsuppfattningar, för hur vi upplever själva kategorierna tid och rum, och därmed för våra möjligheter att påverka verkligheten. Tidrummet är inte en neutral behållare för sociala fenomen, relationer, maktutövning osv. utan bidrar till att konstituera dem (Giddens 1984; Murdock 1993). Därmed utgör det inte bara ett filosofisk problem, utan ett sociologiskt och politiskt ekonomiskt. Skillnader, avstånd och gränser fungerar fortfarande, hur de än må ha konstruerats, som en grundval för neokoloniala och andra former av maktutövning och exploatering.

Många har framhållit kulturimperialismens beständighet och det västcentrerade draget i många beskrivningar av den sena moderniteten.

As Doreen Massey puts it, there is a 'power geometry' of globalization in which 'some people are more in charge of it than others; some initiate flows and movement, others don't; some are more on the receiving-end of it than others; some are effectively imprisoned by it'. There are then, clear 'winners and losers' in the process of globalization. And given this, it seems almost perverse not to see the historically established patterns of neo-colonialism repeating themselves here (..) Seen from the perspective of the Third World, which we must remember is where most people in the world live, the experience postmodernism narrates might seem simply irrelevant... (Tomlinson 1997: 177).

Denna betoning av kontinuiteten bör dock inte utesluta att sociala och kulturella skillnader nu skapas på nya sätt och med helt nya förutsättningar. De historiska globaliteterna överlagras av populära moderniteter, för att återknyta till distinktionen ovan. Analysen av dessa diakronier och synkronier kräver bland annat att vi gör reda för de metaforer som bestämmer bilden av hur det sociala tidrummet är konstruerat. Klassamhället och andra maktstrukturer är inte bara vertikala spatiala strukturer - det är ju den vanliga metaforen - de är också horisontella, som i alla centrum och periferimodeller.<sup>19</sup>

Klassamhället, liksom det koloniala systemet är också tidsstrukturer. En av myterna om globaliseringen (jfr Ferguson ovan) är att de nya teknikerna river ner alla möjliga skrankor som har med skillnader och avstånd i både tid och rum att göra. Förutom att man kan och bör sätta frågetecken för många sådana påståenden (som alltför tekniskt fixerade och ytliga) måste man ta på allvar den djupare kritik som hävdar att det handlar om nya struktureringsprinciper för nationella och globala klassamhällen - kanske om en värld av "globaliserade rika och lokaliserade fattiga" (Beck 1998: 80)

Becks och Giddens' "andra" eller "sena" modernitet, präglad av reflexivitet och transparens hos det framväxande transnationella systemet har en annan sida, som istället är präglad av en lika ogenomskinlig som utforskad komplexitet.

De senmoderna mediasystemen och postjournalistiken omskapar formerna för kommunikation och vårt förhållande till olika verkligheter, men de är ofta osynliga för sig själva och för många discipliner. Medierna har förändrat, inte bara de yttre formerna för den politiska opinionsbildningen, utan också "politiken" som sådan; de har förändrat kulturers och subkulturers rumsliga och tidsmässiga organisering; de olika nya, interaktiva kommunikationsformerna har gett begreppet social interaktion ett nytt innehåll. Den sålunda ordnade nya världen uppmanar därför till sådana här närmanden mellan sociologiskt och kommunikationsteoretiskt, kulturteoretiskt och politiskt-ekonomiskt informerade förståelser av den. ■



## Noter

<sup>1</sup> Det följande är ett urval antologier om medier och globalisering, samtliga med samhälls- och kulturteoretiska inslag: Skovmand & Schröder 1992; Comor 1994; Featherstone, Lash & Robertson 1995; Braman & Sreberny-Mohammadi 1996; Golding & Harris 1997; Mohammadi 1997; Sreberny-Mohammadi, Winseck, McKenna & Boyd-Barrett 1997. Bland monografier med en sociologisk inriktning från 1990-talet kan nämnas Tomlinson 1991; Robertson 1992; Martín Barbero 1993; Friedman 1994; Lash & Urry 1994; Morley & Robins 1995; Featherstone 1995; Smith 1995; Downing, 1996; Mowlana 1996; Herman & McChesne, 1997; Mosco 1997; Sparks 1997; Beck 1998.

<sup>2</sup> Det finns en diskussion, präglad av mycken spetsfunktighet, som rör frågan huruvida världen, till följd av kommunikationsutvecklingen, blir mindre eller större. Omvärlden rycker närmare och världen krymper ur den synpunkten sett att man nu relativt lätt och snabbt kan resa till avlägsna platser, jämfört med den stationära tillvaro som präglade livet för de flesta för bara några decennier sedan (före massutrismen). Omvänt gäller också att vi inom en given tidrymd nu kan färdas mycket längre sträckor och på det sättet täcka ett mycket större område en tidigare. Ur den synpunkten har världen blivit större.

De båda synpunkterna representeras av David Harveys 'timespace compression' respektive Anthony Giddens' 'timespace distanciation' (se vidare nedan).

<sup>3</sup> För aktuella översikter av debatten se t ex Roach 1997; Boyd-Barrett 1997; inledningskapitlen i Sreberny-Mohammadi et al 1997 och Golding & Harris 1997.

<sup>4</sup> För en sådan diskussion hänvisar jag till Harveys och Kerns tidigare anförda arbeten.

<sup>5</sup> Ulrich Beck har i sin på svenska nyligen utgivna *Vad innebär globaliseringen?* laborerat med tre begrepp, där "globalism" får beteckna den ekonomistiska idén om världsmarknadens herravälde, "globalitet" föreställningen att vi verkligen lever i ett världssamhälle, medvetet om sig själv genom sina medier samt "globalisering", som står för transnationaliseringens processer (Beck 1998: 23).

<sup>6</sup> Tredelningen är närmast hämtad från Ekecrantz & Olsson (1994:85). För en utförligare, etymologisk utredning, se King (1995).

<sup>7</sup> I Håkan Thörns avhandling får man en utgångspunkt för att placera kommunikationsförhållandena i relation till historiska periodiseringar i allmänhet och till det moderna i synnerhet (1997:42). *Ekonomisk modernisering*: framväxten av det kapitalistiska systemet med en världsmarknad uppdelad i centrum- och periferizoner; lokala och globala klass- och stratifikationssystem. *Teknisk modernisering*: teknisk rationalisering av produktionen och utbredandet av ett globalt – materiellt och immateriellt -

kommunikationssystem. *Politisk modernisering*: ett globalt system av nationalstater och en internationell politisk arena. Ett byråkratiskt system och politisk auktoritet med legitimitetsanspråk och legitimerande participationsstrukturer. *Kulturell modernisering*: avmystifiering inbegripande sekularisering, relativisering och ökad komplexitet. Mångtydighet hos sociala relationer. En mångfald av nya tids- och rumsbegrepp: abstrakthet, ständig rörelse och komprimering av tid och rum är gemensamma drag. Den linjära tiden och det nationella rummet dominerar, parallellt med ett globalt.

<sup>8</sup> Det är en kritik som vidareutvecklats av John B. Thompson (1995) och Martin Eide (1998).

<sup>9</sup> Robertson urskiljer följande faser på vägen till den av täthet och komplexitet präglade globaliseringen (i sammandrag): *Phase 1: The germinal phase* from early fifteenth until the mid-eighteenth century. Growth of national communities and downplaying of medieval 'transnational' system. *Phase 2: The incipient phase* from mid-eighteenth until 1870s (Europe). The idea of the homogenous, unitary state, formalized international relations. *Phase 3: The take off phase* from 1870s until mid-1920s. Increasingly global conceptions of an 'acceptable' national society. Ideas of national and personal identities. Sharp increase in number and speed of global forms of communication. Global competitions like Olympics and Nobel Prizes. *Phase 4: The struggle-for-hegemony phase* from 1920s until mid-1960s. Globe-wide international conflicts. Holocaust, atomic bomb, United Nations. *Phase 5: The uncertainty phase*, beginning in the 1960s and displaying crisis tendencies in the early 1990s. Inclusion of Third World and heighthening of global consciousness in late 1960s. End of Cold War and spread of nuclear weapons. Number of global institutions and movements multiplies. Problems of multiculturalism and polyethnicity. End of bipolarity in the international system. Interest in world citizenship. Consolidation of global media system (Robertson 1990).

<sup>10</sup> Lika litet som globaliteten är ett renodlat rumsligt fenomen är moderniteten ett enbart tidsmässigt. King (1995) argumenterar för en spatialisering av det eurocentriska modernitetsbegreppet.

<sup>11</sup> Antropologen Johannes Fabian har visat hur skillnader mellan samtidigt existerande kulturer i den klassiska antropologins taxonomier översattes i temporal termer. Skillnader mellan centra och periferier tolkades som olika utvecklingsstadier. Detta innebar ett systematiskt förnekande av samtidighet ('coevalness') (Fabian 1983).

<sup>12</sup> Dostojevskij är en av dem ( jfr Ekecrantz & Olsson 1994). I sin studie av diskurser och motdiskurser i det sena 1800-talets Frankrike skriver France Terdiman om de ideologiska effekterna av detta skenbart ordnade universum av texter: "In consequence we could understand the institution, the specific social practice of the newspaper, as the earliest significant, broadly circulated

and recognized representation of the sorts of pervasive dissonances and contradictions in modern existence about which it appears nothing can or will be done (...) It instructs us in the apparently irreducible fragmentation of daily experience, and by its normalization prepares us to live it (Terdiman 1985:125).

<sup>13</sup> Hos Thompson (1995) finns en långt utvecklad typologi över sådana former av "avståndshandlingar", iscensatta av medierna.

<sup>14</sup> Av Boyd-Barrett (1977:117) definierad som "the process whereby the ownership, structure, distribution or content and media in any one country are singly or together subject to substantial external pressure from the media interests of any other country or countries without proportionate reciprocation of influence by the country so affected".

<sup>15</sup> "The crux of the modernization paradigm, which owed a great deal of its theoretical articulation to Parsons, was a system analysis that interrelated the development of societal institutions, the motivational dispositions of social actors, and cultural values into an evolving cybernetic ensemble having as an often tacit end a model of modernity best approximated by American society" (Tiryakian 1992: 304). Jfr även Carlsson (1998).

<sup>16</sup> Schiller (1969, 1976). Ett urval uppsatser ur dessa arbeten finns på svenska (Schiller 1977).

<sup>17</sup> Ulla Carlsson har i en aktuell avhandling gjort en bred översikt över dessa diskussioner såsom de fördes inom och utanför Unesco, från 1960-talet fram till i dag (Carlsson 1998)

<sup>18</sup> Avsnittet bygger på Ekecrantz (1996, 1997) och Ekecrantz & Olsson, under utgivning. För den empiriska dokumentationen hänvisas till dessa skrifter.

<sup>19</sup> När Therborn (1998) diskuterar den spatiala vändningen och dess "utplattning" av det sociala har han uppenbarligen den vertikala modellen som en given referens.

## Litteratur

Adam, B. (1992) "Modern Times: The technology connection and its implication for Social Theory", *Time & Society*, 1 (2):175–191.

Anderson, B. (1983/1993) *Imagined Communities*. London: Verso. Svensk översättning: *Den föreställda gemenskapen*, Göteborg: Daidalos.

Beck, U. (1998) *Vad innebär globaliseringen? Missuppfattningar och möjliga politiska svar*, Göteborg: Daidalos.

Boyd-Barrett, O. (1977) "Media Imperialism: Towards an International Framework for the Analysis of Media Systems", i J. Curran m fl (red) *Mass Communication and Society*, London: Edward Arnold.

Boyd-Barrett, O. (1997) "International Communication and Globalization: Contradictions and Directions", i Mohammadi, A. (red), *International Communication and Globalization*, London: Sage.

Braman, S. & A. Sreberny-Mohammadi (1996) (red), *Globalization, Communication and Transnational Civil Society*, Cresskill: Hampton Press.

Braudel, F. (1985) *Kapitalismens dynamik*, Värnamo: Gidlunds.

Carlsson, U. (1998) *Frågan om en ny informationsordning: En studie i internationell mediepolitik*, Göteborg: JMG.

Comor, E. A. (1994) (red), *The Global Political Economy of Communication*, New York: St. Martin's.

Corner, J. (1995) *Television Form and Public Address*, London: Arnold.

de Certeau, M. (1988) *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press.

Downing, J. (1996) *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture*, London: Sage.

Eide, M. (1998) *Popularisering, modernisering, strukturering*, Universitetet i Bergen: Institutt for Medievitenskap.

Ekecrantz, J. (1996) "Mediernas demimond", K.Becker, J.Ekecrantz, E.L. Frid, T.Olsson (red) *Medierummet*, Stockholm: Carlssons

Ekecrantz, J. (1997) "Transformations in the West: Public interaction in an expanding media sphere", i J. Koivisto & E. Laak, (red) *New Research Perspectives on Journalism*, Tartu: Tartu University Press.

Ekecrantz, J. & T. Olsson (1994) *Det redigerade samhället: Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnufts historia*, Stockholm: Carlssons.

Ekecrantz, J. & T. Olsson (under utg.) *Journalistikens tid*, Stockholm: Natur & Kultur.

Ekström, M. (1998) "När verkligheten inte duger som den är: En studie av tv-journalistikens praktik", *Nordic-Information* 20(4): 3-19.

Fabian, J. (1983) *Time and the Other: How Anthropology Makes its Object*, New York: Columbia University Press.

Featherstone, M. (1995) *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*, London: Sage.

Featherstone, M. & S. Lash (1995) *Globalization, Modernity and the Spatialization of Social Theory: An Introduction*, Featherstone, M., Lash, S. & R. Robertson (red), *Global Modernities*, London: Sage

Featherstone, M., Lash, S. & R. Robertson (red) (1995) *Global Modernities*, London: Sage.

Ferguson, M. (1992) "The Mythology of Globalization", *European Journal of Communication*, 7:69-93.

Foucault, M. (1986) "In Other Spaces", *Diacritics* 16:22-27.

Friedman, J. (1994) *Cultural Identity and Global Process*, London: Sage.

Giddens, A. (1984) *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*: Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press.

- Gillespie, M. (1997) "Local uses of the media: negotiating culture and identity", i Sreberny-Mohammadi m fl (red), *Media in Global Context: A Reader*, London: Arnold.
- Golding, P. & P. Harris (red) (1997) *Beyond Cultural Imperialism: Globalization, Communication & the New International Order*, London: Sage.
- Golding, P. & G. Murdock (1996) "Culture, Communications, and Political Economy", i J. Curran & M. Gurevitch (red), *Mass media and Society*, London: Arnold.
- Hallin, D. (1996) "Commercialism and Professionalism in the American News Media", i J. Curran & M. Gurevitch (red), *Mass Media and Society*, London: Arnold.
- Hannerz, U. (1997) "Notes on the global ecumene", i Sreberny-Mohammadi m fl, (red), *Media in Global Context: A Reader*, London: Arnold.
- Hartley, J. (1996) *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*, London: Arnold.
- Harvey, D. (1989) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford: Basic Blackwell.
- Herman, E.S. & McChesney (1997) *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*, London: Cassel.
- Kern, S. (1983) *The Culture of Time and Space: 1880-1918*, Cambridge, Mass.: Harvard univ. Press.
- King, A.D. (1995) "The Times and Spaces of Modernity", i Featherstone, M.S. Lash & R. Robertson (red), *Global Modernities*, London: Sage.
- Lash, S. & Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*, London: Sage.
- MacManus, J. (1994) *Market-driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand oaks: Sage.
- Martín Barbero, J. (1993) *Communication, Culture, Hegemony*, London: Sage.
- Mohammadi, A. (1997), (red), *International Communication and Globalization: A Critical Introduction*, London: Sage.
- Morley, D. & K. Robins (1995) *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, London: Routledge.
- Mosco, V. (1997) *The Political Economy of Communication*, London: Sage.
- Mowlana, H. (1996) *Global Communication in Transition: The End of Diversity?* London: Sage.
- Murdock, G. (1993) "Communications and the constitution of modernity", *Media, Culture & Society*, 15(4): 521-540.
- Pieterse, J. (1995) "Globalization as Hybridization", i Featherstone, M., S. Lash & R. Robertson (red), *Global Modernities*, London: Sage.
- Roach, C. (1997) "Cultural imperialism and resistance in media theory and literary theory", *Media, Culture & Society*, 19(1): 47-66.
- Robertson, R. (1990) "Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept", i M. Featherstone (red), *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*, London: Sage.
- Robertson, R. (1992) *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage.
- Schiller, H. I. (1969) *Mass Communication and American Empire*, Boston, MA: Beacon Press.
- Schiller, H. I. (1976) *Communication and Cultural Domination*, New York: M.E.Sharp.
- Schiller, H. I. (1977) *Konsten att sälja ideologi*, Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Schiller, H. I. (1993) "Not Yet the Post-Imperialist Era", i C. Roach (red), *Communication and Culture in War and Peace*, Newbury Park, CA: Sage.
- Schiller, H. I. (1998) "Un nouveau siècle d'impérialisme Américain", *Le Monde Diplomatique*, aug.
- Skovmand, M. & K. C. Schröder (1992) (red), *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*, London: Routledge.
- Smith, A. (1995) *Nations and Nationalism in a Global Era*, London: Polity Press.
- Sparks, C. (1997) *Communism, Capitalism and the Mass Media*, London: Sage.
- Sreberny-Mohammadi, A. (1996) "The Global and the Local in International Communications", i J. Curran & M. Gurevitch (red) *Mass media and Society*, London: Arnold.
- Sreberny-Mohammadi, A. (1997) "The Many Faces of Cultural Imperialism", i Golding, P. & P. Harris (red), *Beyond Cultural Imperialism: Globalization, Communication & the New International Order*, London: Sage.
- Sreberny-Mohammadi, A., D. Winseck, J. McKenna & O. Boyd-Barret (1997) (red), *Media in Global Context: A Reader*, London: Arnold.
- Straubhaar, J. D. (1997) "Distinguishing the global, regional and national levels of world television", i Sreberny-Mohammadi, A., D. Winseck, J. McKenna & O. Boyd-Barrett (red), *Media in Global Context: A Reader*, London: Arnold.
- Terdiman, R. (1985) *Discourse-Counter-Discourse: The Theory and Practice of Symbolic Resistance in Nineteenth-Century France*, London: Cornell University Press.
- Therborn, G. (1998) Challenges and issues of globalizations, FRN Committee on Global Processes, Stockholm, October 22-24, 1998.
- Thompson, J. B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge: Polity Press.
- Thörn, H. (1997) *Modernitet, sociologi och sociala rörelser*, Göteborg: Kompendiet (diss.).
- Tiryakian, Edward A. (1992) "From modernization to globalization", *Journal for the Scientific Study of Religion*, 31(3):304-310
- Tomlinson, J. (1991) *Cultural Imperialism*, London: Pinter Publishers.
- Tomlinson, J. (1997) "Cultural Globalization and Cultural Imperialism", i A. Mohammadi (red), *International Communication and Globalization*, London: Sage.
- Wolf, E. (1982) *Europe and the Peoples Without History*, Berkeley: University of California Press.

---

## **ABSTRACT**

### **Modernity, globalisation and media**

JAN EKECRANTZ

Conceptions of time and space lie at the heart of many prevalent discourses on modernity and globalization. These conceptions are variably based on ideas of modern media of communication having developed as part of technological and other transformations throughout the modern era. One major aim of the article is to scrutinize some of the literature that claims to establish historical links between modernity, globalization and the media. For one thing, it is asserted here that globalization is not simply a logical outcome of modernity. Depending on the chosen historical perspective, the relationship might be the contrary one – global interdependencies appearing prior to both early and late modernity. There is also a criticism of the spatialization turn in social and cultural theory. It does not capture the subtle dialectics of time and space as these dimensions are reconstituted by the media, not least on the global level. In this context and as an exposé of continuity vs. change arguments the author considers the critiques of media imperialism and postjournalism

---

# Nærværets moral i distansenes verden

TERJE RASMUSSEN

Både etisk teori og hverdagslig erfaring tilsier at utvikling av medmenneskelighet og empati forutsetter sosial og fysisk nærhet. I nærværet utvikles et bånd som jeg ikke kan bryte ut fra uten nettopp å erfare et moralsk brudd. Etikk om personlig ansvar for medmennesker baserer seg nesten alltid på fysisk nærvær. I et moderne samfunn er derfor spørsmålet slik de norske etikkerne Vetlesen og Nortvedt formulerer det: ”Strekker denne etikken til for situasjoner der det etiske jegets adressat *ikke* er (fysisk og/eller psykisk) nær, men snarere et ukjent, uerfart du, et du langt borte i tid og rom og kanskje sågar et du som ennå ikke eksisterer, men som kan eksistere i framtiden, altså et du hinsides nærhetsrammen? Er det kanskje slik at en etikk som er bygd opp omkring nærhetsrammen må forbli *begrenset* til denne rammens snevre område?” (Vetlesen & Nortvedt 1996: 162). Dette spørsmålet melder seg for fullt i mediasamfunnet: med journalistens forbindelser til sine kilder og deres familie, med publikums forhold til Den andres lidelse slik den vises på skjermen og avissidene. Hvordan kan empati og medmenneskelig ansvar holde følge med mediens *sosiale produksjon av distanse*?<sup>1</sup>

Artikkelen består av tre deler som hver tar opp tre essensielle moral, eller kultur-sosiologiske spørsmål knyttet til samfunnet betraktet som mediasamfunn: 1) Hvordan fremstår samfunnets moral ut fra en nærhetsetisk lesning av mediene? Her skal jeg drøfte Zygmunt Baumans sosiologiske versjon av nærhetsetikken, og dens fortolkning av dagens medievirkelighet. 2) Kan nærhetsetikken utvides til å omfatte alle dem som jeg bare kan betrakte eller ha viten om via medier og teknologi? Eller omvendt: Rekker medmennesket fram til oss via mediene? Jeg skal ta

---

**TERJE RASMUSSEN** er sosiolog og professor ved Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo, der han også er bestyrer (instituttleder). Han er også leder for det tverrfaglige prosjektet ”Internett i endring” som analyserer sosiale vekselvirkninger mellom Internett og ulike samfunnsområder.

opp noen eksempler og synspunkter til noen av de få medieforskere og sosiologer som har tematisert dette. Min konklusjon er at vi ikke kan satse alt på nærhetsetikken i det globale TV-samfunnet, og da oppstår et siste spørsmål: 3) Hvorledes kan det innføres andre etiske begrunnelser som kompletterer nærhetsetikken?<sup>2</sup> Formålet er slik å belyse tre grunnleggende sider ved spørsmålet om nærhetsetikkens relevans i det globale mediasamfunnet. Samlet sett søker artikkelen å presentere en kritisk vurdering av massemedienes evne til å formidle moral slik den begrunnes nærhetsetisk, og utgjør samtidig en kritikk av Baumans sosiologiske anvendelse av nærhetsetikken. Før jeg kommer til det første av våre tre spørsmål, må jeg gi en skisse av Baumans sosiologiske moralteori.

### Den andres ansikt

Alle etiske skoleretninger og moralfilosofiske tradisjoner, sier Zygmunt Bauman (1998,13), følger den ene av to veier: Den første veien, som pliktetikk, dydsetikk og nesten alle etiske teorier har fulgt, sier at å være moralsk er å følge et kall, en plikt, et krav, å aldri avvike fra den smale vei, alltid adlyde dyden, imperativet, Loven. Denne veien presenterer moralen som nøkkelen til et godt liv i harmoni med omgivelsene. Temaet er hvordan man kan unngå Det ensomme valget. Den andre veien sier at å være moralsk betyr å stå overfor valget mellom godt og ondt, å kjenne i seg at dette valget eksisterer og bruke den indre stemmen til å foreta valget. Denne veien presenterer moralen som en pinefull skjebne, en evig nølen og uvisshet. Temaet er valgets kvaler. Dette er Baumans og nærhetsetikkens vei. Han sier farvel til sosiologiske teorier om verdier og normer, og tar veien mot det fundamentale i enkeltmennesket, i møtet med *Den andre*.<sup>3</sup>

Grunnlaget for sin postmoderne sosiologi finner Bauman særlig hos filosofen Emmanuel Levinas, men også hos Knud Løgstrup. Hos Levinas er *ansvar* det grunnleggende trekk ved mennesket. Ansvaret aktiviseres i relasjoner med en annen. Når jeg står overfor en annen blir jeg automatisk ansvarlig for ham, uten at jeg har påtatt meg et slikt ansvar. Den andre eksisterer for meg bare gjennom et slikt ansvar, det er hans nærværs form. Når Den andre kommer meg i møte, kan jeg ikke unndra meg ansvaret for ham. Mitt ansvar velges ikke, men pålegges meg i møtet. Ansvaret er *ubetinget* og uavhengig av hvem Den andre er; hennes biografi, utseende eller synspunkter. Dette er kjernen i det mellommenneskelige, som vi ikke kan unnså oss. Ansvaret er subjektivitetens essensielle og primære struktur (s.st.: 228). Den viser seg i smerten ved å ignorere. Det er viktig å understreke, sier Levinas, at "moralen ikke føyes til som et ekstra lag på en abstrakt refleksjon over totaliteten og de farer den innebærer; moralens betydning er uavhengig og forutgående.

Etikken er førstefilosofi” (Levinas 1995: 73).

Moralen er direkte; den går rake veien, og treffer meg, som Levinas ofte formulerer det. Moralens ligger i berøringen og blikket, i den umiddelbare stemmebruk. Ikke i det abstrakte resonnement eller i aristoteliske dyder. Den er usigelig fordi den ikke tilhører samfunnet, fordi den er *sui generis* i tilsynekomsten av Den andre. Man kan si at det paradoksalt nok er sosiologen Baumans prosjekt å *frigjøre moralen fra samfunnet* og plassere den i egos møte med alter; i Den andres tilsynekomst for meg. Men moralen kan heller ikke begrunnes i den enkeltes fornuft eller i kategoriske imperativer, den kan bare gjenfinnes i individets konkrete møte med et annet menneske. Moralens kan altså ikke begrunnes - den bare *er* i selve møtet, i alle møter. Nettopp det er det eneste tenkelige universelle prinsipp.

Hvem er så Den andre? Det stilles bare ett krav; at hun kommer meg i møte, viser seg for meg, fremstår overfor meg som menneske. Ansvarer tar jeg ikke – det *pålægges* meg av Den andres ansikt. Moralens ligger i det mellommenneskelige forholdet mellom meg og Den andre, i den enkle, ikke-samfunnsmessige sosialitet. Levinas skjeler mellom den ytre (vi kunne si sosiologisk beskrevne) forpliktelse og det umiddelbare ansvar. Ansvarer kommer foran normer, rasjonelle valg og interesser. Det oppstår i møte med *Den andres ansikt*.<sup>4</sup>

Zygmunt Bauman er nokså alene innen sosiologien om å rette en kompromissløs *moralisk* kritikk mot det moderne samfunn så fundamental at den leder til en postmoderne diagnose. I motsetning til flere andre som regner seg som postmodernister, setter Bauman moral foran estetikk. Han øyner en postmoderne moral i ruinene av modernitetens korrumperte etikk. Det bemerkelsesverdige med Bauman er at han innretter seg på et nærhetsetisk (eller fundamentaletisk) fundament, hvorfra han kan rette rammende kritikk av det høymoderne samfunn. Moralens kommer først av alt. Bare gjennom sinne, skam, takknemlighet og kjærlighet er vi moralske vesener. Det er når slike følelser *siles bort* fra handlingene at det er mulig å behandle andre som gjenstander (Bauman 1994).

Nettopp her lå etter Baumans mening den avgjørende forutsetning for folkemordet på jødene i Hitler-Tyskland: Nazistene maktet å ta i bruk alt som fantes av moderne teknologi og byråkrati for å *bryte alle nære relasjoner*. Forspillet til selve masse mordet var iverksettelsen av et gigantisk apparat av transport, byråkrati, ekspertise, vitenskap og industri for å nøytralisere de moralske bånd som eksisterte mellom tyske jøder og ikke-jøder (Bauman 1994). I det øyeblikk jødene var isolert, var de allerede utslettet som sosiale individer; de var ute av hverdagslivets horisont. Uten denne segregeringen og nøytraliseringen av moralens, mener Bauman, ville det forblitt med sporadisk terror.

## Mediene som etiske spill

Så til det første av spørsmålene jeg innledet med: Hvordan kan vi lese samfunnets moral ut fra en Baumansk synsvinkel? Bauman prøver å vise, med ryggdekning i Emmanuel Levinas og analysen av den tyske tragedie, hva en *annen* etikk kan bestå i. Han vil altså formidle et alternativt etisk perspektiv, ut fra sosiologiske observasjoner (Bauman 1993). Postmoderne tendenser sår tvil om faste normer for alle borgere. De slår sprekker i den durkheimske tanken om moral som samfunnskonstruksjon. Moralens nakenhet kommer for en dag: Moralske valg springer ut fra, og må tillegges individet, og bare det. Vi er moralske individer før alt annet. Ingen annen moralsk begrunnelse enn relasjonen til medmennesket kan tenkes – den menneskelige faktor sosiologien glemte. Valg mellom handlinger rettet mot andre mennesker - og ansvaret som ligger i det - betegner det å være menneske. Uavbrutt og overalt blir vi konfrontert med Den andre. Ansvaret for Den andre er med oss alltid. Vi lever ikke bare *med* andre i et sosialt fellesskap, sier Bauman (1995), vi er *for* andre i et *moralsk* fellesskap.

Individet er i følge nærhetsetikken moralsk før det lærer om godt og ondt, om regler som bør følges, tøyes og brytes. Vi er alle tvunget til å følge det gode i møte med Den andre. Eksistensens problemer og konflikter er moralske, *dernest* samfunnsmessige. Det grunnleggende ansvaret kamufleres og bedøves riktignok i rettsregler, kutyper, sedvaner og ordensregler. Livet leves lettere når moralen pakkes inn i formelle ordninger som gjør at den fremstår som samfunnsmessig. Ikke lite oppfinnsomhet, bemerker Bauman, er investert i mekanismer som styrer tilværelsen utenom moralen. Samfunnet er fullt av mekanismer som tilsynelatende overtar livets vanskelige valg (Bauman 1991). Individet skulle frisettes fra den vanskelige ambivalensen mellom det gode og det fristende. Få erkjente det katastrofale i at man slik *erstattet moral med abstrakt etikk*. Ambivalensen ble erstattet med en liste med plikter. Valgene ble lettere, fordi de allerede var truffet og utformet i en jungel av formelle regler. Men fjerner man valgene, fjerner man også det moralske ansvaret.

Postmoderne tendenser gjør dette etter Baumans mening lettere å se. Samfunnet adlyder ikke lenger etikken. Det fungerer ikke smertefritt etter gamle lover, som nå gjennomskues av individene. Den etiske resepten foreskriver ikke lenger adekvat medisin. Med statens avbikt for markedet, vender valgets kvaler tilbake. Glasuren smelter, vi står kun tilbake med hverandre, ansikt til ansikt med vårt medmenneske. Igjen må vi erkjenne at moralen er "en ensom ting". Individet er konfrontert med utallige dilemmaer som ikke *kan* unnslippes (Bauman 1991). De er kjernen i det å leve med andre. Kvalene blir stadig mer merkbare, ettersom det postmoderne samfunnet tilbyr tallrike løsninger uten at konsekvensene er uttalt. Livet er å velge mellom goder med etiske kredittkort i lommen; regningen kommer senere. Bauman



skildrer en tyngende, sjelekvalende frihet, som det skal sterk rygg til å bære. Prinsipper er ikke lenger gyldige. "Egentlig" bærer vi på en rekke prinsipper, men så fristes vi likevel ut på de skrå bredder.

Bauman hevder så at dette ikke gjør individet mindre, men *mer* moralsk. Individet tvinges mer og mer til å foreta sine ensomme valg med lite annet enn tausheten fra Den andre som begrunnelse. Modernitetens livsløgn er avslørt. Med valgenes kvaler blir individet mer ansvarlig: Når valg er ufravikelig, er ansvaret uunngåelig (Bauman 1995: 7). Den postmoderne tilstand er derfor mer moralsk enn den forutgående epoken: Individet har mindre oversikt, men mer *innsikt* i sitt liv.

For Bauman som for andre postmodernister synes de 'tabloide' massemedienes hysteriske språk å berette bedre om 'tidsånden' enn noen sosiologisk undersøkelse. En lesning av mediens underliggende tekst, er en lesning av verden. Men trass i spredte eksempler og diagnoser hentet fra mediene, kan ikke Bauman tilby noen eksplisitt tolkning av mediene. En slik tolkning kan gi innsikt i hva man nokså selvmotsigende kunne kalle mediens postmoderne ideologiproduksjon. La meg gi en baumansk skisse (og altså ikke produsert av Bauman selv) av noen individuelle og samfunnsmessige trekk, slik massemediene, og særlig de mest tabloide, presenterer dem mellom linjene.

Mediene meddeler oss om livets vilkårlighet. De ubegripelige tragediene som utspiller seg på skjermen og avissidene har intet annet budskap enn at livet er risikabelt. Det er farlig å bevege seg, farlig å sitte stille. Individets kamp for lykken fotfølges av vilkårligheten. Livskvalitet, som engang var kjernen i utopier og visjoner om et annerledes samfunn, noyer seg nå med å formulere forsvarsstrategier. Det finnes ingen garanti om et godt liv; ikke engang penger hjelper når kreften sprer seg. Livet er en sjansedyt seilas selv når man slører stille og umerkelig i smult farvann. Individet befinner seg med ett i storm, og kan når som helst tas av kastene. Mediene presenterer individet for et øde landskap som individet selv kan fylle. Livet er en halsløs ferd inn i en fremtid som kan romme lykke, ulykke eller bare overlevelse. Individet strever alltid etter å fylle det tomme gapet mellom nåtid og uvis framtid.

Livets kontigens er viktig for Bauman (1991, 1992b). Individet har tre 'skjebner' for hånden: vinning, forsvinning, overlevelse. *Vinner* gjør de som tar premien i livet eller i Lotto, de som får hovedroller på TV, de som seirer i valg eller fordobler sin aksjekapital. Vel er de flinke og strevsomme, men først og fremst var hellet med på ferden. Begjærlig grep de lykken i det den for forbi. *Forsvinner* gjør de som trår feil og ender som silhuetter på avisenes forsider, sladdet til ugjenkjennelighet. I trafikken, på hospitalet, under sydenturen, i skogens mørke forsvinner de. Lykken var uoppnåelig. Livets sortering falt simpelthen ikke ut til deres fordel. De er ute av

dansen, ute av spillet, ute av samfunnet.

*Overlever* gjør den minkende majoritet som ignoreres av mediene, oss passive konsumenter som liksom trasker avgårde mellom vinning og forsvinning inntil forgjengeligheten innhenter oss. Overlevelse betyr at lykken er for de få - selv må jeg prøve å overleve. For de fleste dreier ikke livets kamp seg om å bli rikere og lykkeligere, men om å ikke få det verre, om å forsvare hverdagen mot mer eller mindre vilkårlige trusler. Livskvalitet vil si å beskytte hverdagslivet mot forverring, f.eks. kreft, arbeidsløshet, eller en bil bakfra.

Ingen samlet forestilling om det gode liv er lenger bevart, kun uhorvelig mange varianter. Fravær av livets marer er trolig forestillingenes eneste visjonære fellestrekk. Derav mediens intense formidling av terapeutenes, ekspertenes og profesjonenes tilbud. Det medieformidlede og fragmenterte bilde av livets vilkårlighet og hvordan vi kan forsvare livet mot den overgir terrenget til en voksende hær av tjeneste- og informasjonsvillige. I dag er mediene markeds plass for gamle dagers "reisende", de som fallbyr sine droger og urter mot rynker, depresjoner, angst, mobbing, ugress i hagen, overvekt, ensomhet. Som kosttilskudd fylles sidene opp om råd for karriere, barneoppdragelse, vinsmaking og sjekking. Etikens forvitring etterlater et vell av banale leveregler. Forbruket av informasjon og terapeutiske tjenester erstatter den gamle samfunnsformasjons etiske autoritet.

I mediene er tiden oppstykket til enkeltstående "emballerte" episoder uten fortid og fremtid. Tiden er ikke lenger en elv, sier Bauman, men en samling kulper og dammer. Individet må revurdere og oppruste sin livsstrategi fra dag til dag fordi omgivelsene brått kan skifte. Mediene bekrefter dette med sin fragmentering av tiden og sin sammentrekning av det globale rommet. Mediene gjør oss til "turister" som smidig og overflatisk kan betrakte hvordan folk lever i alle slags kulturer og som sanker minner i form av estetisk import til vår resirkulering av identiteten. Når vi vender tilbake fra reisen (legger fra oss fjernkontrollen) er vi mettet med tomme kalorier.

Det moderne samfunnets selvforståelse var nært knyttet til idealer om konformitet og måtehold (jf. Weber). Nå kan man ane en tendens til at denne forsiktige vei avvises, og byttes ut med hverdagslivets egen anbefaling om å gripe alle muligheter. Å kaste seg frempå i kampen om lykken er slik man bekrefter sin eksistens. Men det er opp til deg hvilke moralkoder du vil følge. Valget er ditt - og bare ditt. Leve-måtene er utallige, ingen grenser settes for hvorledes man kan designe sine liv. Kostymene, seremoniellet, ritualene og stilretningene byr seg frem i hopetall. Etterkrigstidens trauste skandinaver er erstattet med et virvar av språk, religioner, sjargonger, retter, musikk. Repertoaret vokser daglig: Du tenker ironisk at snart er det vel noen som tar opp Åsa-troen, og dagen etter leser du at Asterix har fått sitt eget trossamfunn.

Samtidig formidler mediene hver dag om det postmoderne samfunnets normløse rom; om velferdens forvitring, kåte prester og korrupte politikere (eller omvendt). Budskapet er tydelig: Det finnes ikke lenger et verdimonopol, intet verdisett som respekteres av alle. Det samfunn som engang formidlet normer med autoritet og myndighet har møtt veggen. Hva vi nå ser for oss, er en opphopning av regelbrudd, budsjettunderskudd, feilvurderinger, forsøk på snarveier. Overskriften er: Du er alene. Og ingressen: "Samfunnet" kan du glemme. Når du famler deg frem mot fremtidens tomme rom er alt opp til deg og vilkårligheten. Kanskje vil du vinne, kanskje forsvinne. Trolig bare overleve.

Mediene beretter om vitenskapelige gjennombrudd som følges av skjebnesvangre dilemmaer, om et fattigere helsevesen, risiko for forgiftning, klimaoppheting, radioaktivitet. Tekniske og politiske løsninger fungerer ikke lenger som garanti mot forsvinning, men skal først og fremst avhjelpe angst. Men hver teknisk løsning produserer ti nye problemer. Vilkaerligheten står tilbake som livets regel, trass i vitenskapsens, religionens, rettsvesenets eller politiets forsikringer om at livet er trygt å leve. Slike tross-alt-forsikringer taper troverdighet (se Lyotard 1984, Beck 1992, Luhmann 1993, Rasmussen 1995). Individet er immunisert. Politikkenes program om orden og harmoni fremstår som barnehistorier eller parodier på fortiden. Ideen om at fremtiden kan styres - designes på forhånd - virker lite oppriktig. Planlegging gir et sammensurium av ukjente sidevirkninger. Endring i et stadig oppskrudd tempo erstatter en følelse av å komme videre mot større forståelse, mindre uro, mer orden og harmoni. Livet er et sirkelløp, der noen hele tiden faller av.

Postmoderne trekk slik de avsløres i mediene tyder på at *moderne* frykt for verdenskrig og atombombe er veket til side for en individuell *postmoderne* frykt for overvekt, forgiftet mat, overvåkning, for å stagnere i en verden i uopphørlig forandring, for ikke å finne fast grunn for sin identitetsdannelse. Mediene forteller at det ikke finnes sannheter, bare muligheter. De viser meningsmarkedet som stadig blir mer mangfoldig, volden og kaoset som følge av at det alltid vil være grupperinger som avviser menneskeverdet, ja som har ondskap som formålsparagraf. Mediene forteller at enhver søken etter universelle sannheter eller evige normer må mislykkes. Et av medienes yndlingstemaer er vold - nettopp et uttrykk for problemene med å etablere identitet. Fraværet av kollektive roller for identitetsbygging, sier Bauman (1995: 161), etterlater et tomrom som individer selv fyller med handlinger. De kan slå begge veier: mot medmenneskelighet eller umenneskelighet. Vold er en måte å rydde seg en plass i verden. Det finnes ingen offentlighet eller diskurs som regulerer menneskelig adferd, som knesetter regler for samkvemmet. Offentligheten er brutt sammen under vekten av propagandaen, reklamen og kampanjene. Ingen stor samtale forteller hva individer har felles, og hvilke normer og praksis som

heves opp som eksemplariske.<sup>5</sup>

Denne beskrivelsen over kan virke overdrevet. Trass i at den ikke er hentet direkte fra Bauman (men altså er undertegnedes tolkning av Baumans medie- og samfunnsbeskrivelse), ligger den meget tett på Baumans stil og observasjoner. I nettopp denne retoriske, nesten apokalyptiske form, kan man registrere meget treffende samtidsbeskrivelser. Den snur den etiske rangeringen av mediene på hodet; Fra Baumans ståsted er Expressen mer moralsk enn Dagens Nyheter, dvs. mer ærlig om forfallet i det moderne samfunn. På sin meget originale måte gir Bauman oss en ny tolkningsramme for massemedienes budskap mellom linjene. La den her stå som en samling hypoteser for analyse av særlig de mest kommersielle og tabloidske massemedienes moralformidling.

### **Baumans moral**

Baumans definisjon av modernitet er unektelig snever, på mange måter utgjør den en radikaliserings av Max Webers tese om avfortrylling eller sakliggjøring av samfunnet (Kellner 1998). Han beskriver et samfunn med 'spesialister uten ånd, sensualister uten hjerte'. Men Bauman sprenger Webers jernbur. Der Weber bare skildrer formålsrasjonalitetens ekspansjon, lar Bauman sakliggjøringen slå over i en *gjenfortrylling*. Destruksjonen destruerer kan hende seg selv, og nytt postmoderne ugress dukker opp.

Moralsk strid er for Bauman (1994) å forstå som forsvar mot det latent autoritære påbudssystemet av regler og forpliktelser i alle moderne apparater. Moralene forsvarer forskjeller, marginalitet og passivitet som motstand mot moderniseringen. Hvilken sosiologi som følger av en slik moraloppfatning, kan være uklart. Likhetsprinsippet står iallefall svakt. Til gjengjeld står respekten for den individuelle estetiske *performance* uhyre sterkt. Postmoderne etikk rammes av Alasdair MacIntyres beskrivelse av emotivismen; synet på moral som noe som springer ut av umiddelbare følelser (MacIntyre 1981). Den stiller seg skeptisk i forhold til påstanden om et omsluttende normativt fellesskap. Vi står bare tilbake med et livgivende villniss av mangfold og retningsløs handling.

Den stiller seg likeledes avvisende til diskursetikkens forslag om en moral som tester normative utsagn diskursivt. Baumans moralteori bygger ikke på kommunikasjon, men på *persepsjon*, og dermed på et mellom-menneskelig estetisk grunnlag. Vi føler, sier Bauman (1994), med *øynene*. Det er ikke gyldighetskravene i Den andres argumenter som binder, men det umiddelbare ansvaret som oppstår i møtet med Den andre. Selv om moralen spilles ut i møtet med Den andre har den en presosial opprinnelse - en opprinnelse som verken kan gjenkjennes eller anerkjennes av

durkheimsk sosiologi.

Bauman ser ingen grunn til å forankre den moralske relasjon i en større sosialitet eller i sosiale livsformer som sådan. Baumans moral-sosiologi er en anti-sosiologi; samfunnsmessige bånd, om de i det hele tatt kan finnes, stenger for moralen. Baumans moralsyn fordrer at enhver totalitet dekonstrueres, at tradisjoner gjennomlyses. Han ser i motsetning til Levinas ikke nærhetsetikkens begrensninger i et samfunn der vi uavlatelig stilles overfor ”Den tredje”. Likhetens politikk er over. Tilbake står da den individuelle frihet som da viser seg ikke å være behersket av instrumentell rasjonalitet, men av ansvarets (Bauman 1995). Tiden er inne for en ’forskjellenes politikk’. Så spør det om forskjeller utelukker noen form for røtter, eller om ’rotløse røtter’ er tenkelig? Jeg vil ikke konkludere om dette, men ta opp spørsmålet om dagens massemedier, og særlig TV, har evnen til å formidle det konkrete ansvaret fra Den andre.

### **Distansens amoral?**

Andre spørsmål: Evner mediene å formidle det ansvaret vi har for medmennesker langt unna sett fra et nærhetsetisk perspektiv? To former for distanse bør holdes fra hverandre: Distanse kan bety handlingsrom, respekt og opprettholdelsen av det sosiale rom. Blant annet Richard Sennett (1992) har som kjent beskrevet denne sosialitetens vekst og fall i de moderne samfunn. Denne formen, som regulerer og avklarer samvær, må ikke forveksles med den type distanse som er viktig for Bauman, de institusjonelle, symbolske og fysiske barrierer som hindrer sosial interaksjon mellom sosiale grupper (Warsawaghettoen, Berlinmuren, davidsstjernen). I moderne samfunn må man handle på avstand - kan man da også handle moralsk? Bauman tviler:

Betydningen av og faren ved den moralske likegyldighet blir spesielt akutt i vårt moderne, rasjonaliserte, industrielle og teknologisk effektive samfunn, fordi menneskelige handlinger i et slikt samfunn kan virke på avstand - og på en avstand som hele tiden vokser med vitenskapen, teknologiens og byråkratiets utvikling. I et slikt samfunn har menneskelige handlinger virkninger langt hinsides det moralske ’forsvinningspunkt’. Den moralske energis synsfelt begrenses av nærhetsprinsippet og forblir konstant, mens den avstand hvor menneskelige handlinger kan virke og få konsekvenser - og dermed også det antall mennesker som kan påvirkes av slike handlinger - vokser hurtig. Den interaksjonssfære som påvirkes av den moralske energi blir liten sammenlignet med de stadig flere handlinger som unndras dens innflytelse. (Bauman 1994: 239)

Utfordringen for nærhetsetikken til Levinas og (i sosiologisk drakt) Bauman gjelder grensen for nærhetsetikkens gyldighetsområde i samfunn der mennesker ikke bare møtes ansikt til ansikt, men mer og mer via mekanismer som organisas-

joner, skrift, radio og andre kommunikasjonsmidler. Vetlesen (1996a: 9) stiller spørsmålet: "Hvordan kan en tenkning som fastholder nærhetens forrang i vår moralske atferd, hjelpe oss til bedre å overskue og å ta innover oss vårt moralske ansvar for de mange fjerne og ikke-erfarte andre?" Den enkelte av oss treffer et nokså lite antall mennesker direkte gjennom livet. De langt fleste opptrer som statistikk, som abstrakt viten eller som skikkelser i mediene. I enkelte tilfeller kan indirekte mekanismer fremdeles formidle noen av trekkene i det personlige møtet (som i telefonsamtalen, i brevkorrespondansen), og i noen slike tilfeller er ansiktet synlig for en av partene (som på fjernsynet). I mange tilfeller er forholdet til Den andre bare formidlet indirekte, som i organisasjonsmessige rutiner (eksempelvis som et navn i standardsøknader om sosialhjelp, etc.).

Bauman minner om det *moderne* i dagens moralske utfordring:

What has happened in quite recent times is the tremendous growth of the possible consequentiality of human acts unmatched by a similar extension of human moral capacity. What we can do now may have effects on distant lands and distant generations; effects as profound and radical as they are unpredictable, transcending the power of the allways time-bound and place-bound human imagination, and morally uncontrollable, stepping far beyond the issues with which human moral capacity had got used to coping (Bauman 1997: 226).

### **Fjernsynsansiktet**

Med Levinas' vekt på Den andres ansikt er det ikke den menneskelige nærheten i seg selv som er avgjørende for at jeg påføres et moralsk ansvar. Ansiktsnærhet og fysisk nærhet må som kjent ikke lenger være sammenfallende. Fjernsynet viser nesten daglig lidende mennesker fjernt fra oss. Den moralske appellen stråler fra deres ansikter. Så hva med fjernsynsansiktet?

Fra Václav Havel, som leste Levinas mens han satt fengslet, kan vi hente et prosaisk, men relevant eksempel: I fengselsbrev nr. 130 forteller Havel at fangene fikk lov til å se nyheter og værmelding på fjernsynet hver dag. En kveld svikter noe teknisk under utsendelsen av værmeldingen. Det blir taust fra studio. Den kvinnelige meteorologen på skjermen blir straks oppmerksom på feilen, men kan ikke gjøre noe fra eller til:

...rutinens slør falt av henne og plutselig stod det foran oss en ulykkelig forvirret kvinne, overfalt av forferdelig usikkerhet (...) hun ble flau (...) kjempet med gråten. Uthengt for millioner av menneskers blikk og samtidig håpløst alene (...) sank hun ned til selve bunnen av pinlighet der hun stod i hele den menneskelige maktesløshets uopprinnelige nakenhet, ansikt til ansikt med den onde verden og med seg selv (...). Uavhengig av min vilje ble jeg oversvømmet av en uforklarlig sterk medfølelse med denne fremmede personen (...) jeg var ulykkelig fordi jeg ikke på noen måte kunne hjelpe henne (...) være i hennes sted eller i det minste stryke henne over håret. (i Palmstrøm 1995: 262)

Havel spør seg hvorfor han – i strid med all forstand – skulle føle et så sterkt ansvar for et menneske han ikke kjente, og hvis ulykke attpåtil nådde ham bare gjennom fjernsynsskjermen. Han skriver: ”Men hvis Levinas hevder at ansvaret for andre er noe svært opprinnelig og viktig, som vi er kastet ut i og som gjør at vi på en måte helt fra begynnelsen av overskrider oss selv, og at dette ansvar går forut for vår frihet og vilje, vårt valg og de mål vi setter oss, da deler jeg hans syn fullt ut...” (i Palmstrøm 1995: 263).

Vetlesen (1996a: 158) tar opp fjernsynets visning av Den andres ansikt.<sup>6</sup> Han viser til TV-dekningen av krigen i Sarajevo i 1993, der den vesle jenta Irma ble ofrenes utvalgte ansikt på CNN og andre internasjonale TV-stasjoner. Aksjoner kom i stand for å få henne ut av Sarajevo og gi henne skikkelig medisinsk hjelp. Fjernsynsbildene med hennes ansikt utløste konkrete handlinger med henne som adressat langt unna. Hjelp kom den til del som tilfeldigvis fikk kameraøyet mot seg, mens de mange rundt Irma forble ukjente og abstrakte ofre. Slike skjebner møter vi nesten daglig i mediene, ikke bare i TV, men også i avisene. Medienes utvelgelse av et konkret jentens ansikt, og formidlingen av blikket fra dette ene mennesket, resulterte i konkret hjelp. Samtidig ekskluderte mediene de mange som aldri ble eksponert på skjermene. I et moderne mediesamfunn selekterer fjernsynet moralske subjekter. Hva med alle de som forblir utenfor linsenes fokus, langt unna TV-kameraer og journalister? Hva med vårt ansvar for de usynlige? Selvsagt er vårt teoretiske ansvar like stort for dem som for lille Irma. Men hvordan skal deres moralske appell nå oss?

### **Fjernsynets moral**

Fjernsynet har sørget for at vi ikke lenger er uvitende om det som skjer i verden. Vi vet, og vi vet at vi vet. Og de på den andre siden av jorda vet at vi vet. Kunnskap er det ikke mangel på. Vi har mistet den velsignede uvitenheten (Tester 1994, 1997: 1). Vi er vitne til – eller kanskje forbrukere av – vold, krig og urett fra fjerne steder. Vi er verdensborgere, og vi kan ikke unnså oss, hvor mye vi enn prøver, at vi vet. Likevel er det stillheten som for det meste hersker. Det kan skyldes oss; de fleste av oss flykter eller fremmaner en mental beskyttelse, en flegma, kanskje en slags simulert uvitenhet. Det kan også skyldes fjernsynet; et medium som formidler kunnskap minus moral og forvandler sine mottakere til konsumenter som ikke kan annet enn å la seg fascinere eller kjede seg. Fjernsynet gjør verden til begivenheter, og slik estetiserer den. Nøden blir frastøtende snarere enn urett.<sup>7</sup>

Medieforskere drøfter sjelden dette viktige spørsmålet om medier som formidlere av moral (noen unntak er Tester (1997), Carrol 1998). Via mediene, dvs. som pu-

blikum, møter folk synspunkter på hva som regnes som rett og urett. Dagens samfunn er i stor grad et verdenssamfunn, der vi ikke kjenner våre medmennesker gjennom direkte møter. Vi kjenner *til* dem via lærebøker, feriereiser og massemedier. Men hva massemediene sier om våre fremmede brødre og søstre, kan i liten grad korrigeres via egenkunnskap. Hvilket bilde har vi egentlig av Etiopia? Av et grønt, fruktbart land med et stort flertall av relativt tilfredse og mette mennesker? Et slikt bilde er like korrekt, som det uttørrede marerittet vi ofte møter via massemediene. Når vi møter det lidende Etiopia er det ikke bare av informasjonshensyn men for å mobilisere medfølelse, slik Live Aid og lignende aksjoner gjorde på åttitallet.

Med massemediene følger et paradoks: Vi har maksimal tilgang på verdens mest uhyggelige hendelser, og minimal tilgang på deres virkninger. Selv om fjernsynet lar oss møte krigens ofre, tjener det mest av alt til å moderere sjokket av hva vi ser. Fjernsynet lar oss se smerten, men kommer straks til unnsetning med noe smertestillende - det ligger i avstanden og kameraets dramaturgi. Mediet lar oss møte en dramatisert virkelighet, noe så selsomt som en verden med 'ufarlig fare', dvs. en fare uten konsekvenser for oss. Og vi beskytter oss mot viten som vil tvinge oss til mentale yttergrenser og desperate handlinger.

Fjernsynets alminnelighet, dets tilpasning til hjemmets daglige rutiner, gjør at de frykteligste hendelser på stuas fjernsynsskjerm fremstår som alminnelige. Slik fjernsynsseingen tilpasses hjemmets rutiner, trivialiseres også krigens nød. Vi er blaserte tilskuere sier Tester (1997: 32). Nøden konsumeres fra lenestolen. Bestialiteten banaliseres. Lidelsen er velkjent, tilsynelatende uunngåelig og bare delvis interessant. Den får aldri tid til å bli konkret for oss, til å kunne røre ved oss. Aktualitets- og stimulanskravene gjør at nye hendelser skyver unna skakende konfrontasjoner med nøden. Dermed forsvinner den fra vår potensielle medfølelse. Problemet er "løst".

Fjernsynet synes ikke i stand til å formidle at *de* er som *oss*, og derfor heller ikke en moralsk innlevelse *fra oss til dem*. Det makter ikke å formidle at det kunne vært oss selv eller hvem som helst som kunne hatt behov for hjelp. Vi makter ikke, via fjernsynet, å foreta det nødvendige *empatiske sprang*. Tvert om; fjernsynet signaliserer vår evige og selvfølgelige trygghet i motsetning til *deres*. Det betyr ikke at vi er ute av stand til å kjenne medfølelse. Men vi kjenner at vi ikke kan forandre noe. Kanskje kjenner vi at vi er redusert til passive betraktere av nød, kanskje føler vi ubehag - ikke over lidelsen men over vår egen handlingslammelse.

TV-nyhetene er den vestlige innbyggerens terapi, hevder Tester (1997: 44). Fjernsynet taler beroligende til oss, det informerer nøkternt og saklig om verdensbegivenhetene, om "globale traumer". Nyhetene forklarer oss på ekspertens manér om årsaker, om politikernes bekymring. Alt har en forklaring. Som terapeut gir TV-



nyhetene oss profesjonelt underlag slik at vi kan bedømme situasjonen. Og bedømme er alt vi kan – handling og omsorg må overlates til andre. Fjernsynet gir oss overflod av informasjon som henvender seg til oss kognitivt. I den grad fjernsynet kan ha noen moralsk funksjon, må den hvile i denne ”nakne” kognitive dimensjonen; i erkjennelsen av vår nødvendige uvirksomhet.

Tester (1994, 100) påpeker at om TV skal kunne engasjere på moralsk grunnlag, må to betingelser oppfylles: Publikum må kunne delta i et dialogisk relasjon til mediets budskap, og publikum må kunne oppleve budskapets sannferdighet og saklighet. Til det første: Resepsjonsstudier, sier Tester, mener å kunne påvise et slikt dialogisk eller quasi-dialogisk forhold. Publikum *kan* engasjeres følelesmessig, i forhold til skjermen og til andre tilskuere. Til det andre: Hvordan vi erfarer eksempelvis nyheter varierer sterkt mellom mediene og nyhetenes sammenheng. Mer enn å se på fjernsynsnyhetene, tyder mye på at vi ser på nyhetsredaksjonens utvelgelse og arrangering (rekkefølge, bilder, kommentarer, o s v) av hva de beslutter skal være nyheter denne gang. Det står stadig klarere for oss: *I verden finnes ingen nyheter*. Vi forbruker nyheter og andre genre reflektivt. Og refleksjonen retter seg ikke mot mennesker og hendelser vi møter via mediet, men mot *mediet selv* og den selsomme sammensnekring av virkelighet som massemediene står for.

Kameralinsen risser opp en grense mellom dem vi handler moralsk konkret overfor, og de mange ansiktsløse vi har en universell moralsk forpliktelse overfor. Alle har den samme moralske status som ukrenkelige og autonome individer. Denne erkjennelsen er prinsipiell og hviler på den vestlige moralfilosofiens universalistiske begrunnelser for gode og rettferdige handlinger. Kameraet viser derimot ansiktet til et vilkårlig medmenneske vi er ansvarlig overfor, uavhengig av universelle prinsipper. Fjernsynsskjermen tildeler og fratrar medmennesker ansikt. Den selekterer moral ved å skjelle moralske ansvarsforhold fra etiske forpliktelser. Verdenssamfunnets delvis vilkårlige moralske bånd virker uhyre sårbare. De som tildeles oppmerksomhet blir subjekter i moralske relasjoner, mens de utallige andre har abstrakt moralsk status gjennom statistikken de måtte figurere i. Vi har en vag viten om deres eksistens, det er alt. Empatiske relasjoner eksisterer som små øyer i et hav av ignorans. Moralen synes fundamentalt vilkårlig. Den årvisse TV- ledede innsamlingsaksjonen i Norge *TV-aksjonen* og lignende medieregisserte kampanjer for mennesker i nød bekrefter bare tilstanden i årets øvrige trehundreogsekstifire dager, der vi løses fra barmhjertighet overfor Den andre og i stedet forholder oss fornuftsmessig, det vil for de flestes del si passivt, til lidelsen i verden. De står ikke foran oss *her*, og derfor er den enes nød kun et aspekt ved verdens strukturelle fattigdomsproblem - som vi så kan forholde oss politisk og universalistisk til. Den fornuftsmessige og etiske stillingstagen er ikke av mindre moralsk verdi, men av et annet

slag enn det direkte ansvarsforholdet mellom medmennesker.

Mediene i vår hverdag kan gjøre fjern lidelse mer eller mindre nærværende og konkret, og gi lidelsen et mer eller mindre tydelig ansikt. Hvor skarpe konturene er, bestemmes blant annet av de ulike mediernes tekniske formidlingsstruktur. Radioens utenriksreporter kan sende hjem en hjerteskjærende beskrivelse av krigens redsler. Avisen vier forsiden til bilder av krigsskadede barn. Fjernsynet går enda lenger i sin detaljerte men hastige anskueliggjøring av lidelsen. Vi ser enkeltmennesker leve og lide. Vi kommer nærmere enn om vi hadde vært der selv, som fremmede. Ingen kommer i veien for kameranlinjen.

Men ser vi ikke også at bildet er arrangert og selektert? At det er dramatisert via redigeringsteknikker? Fremstår det ikke tidvis som *fiksjon* vi ikke trenger å ta mer innover oss enn når vi ser *Missing*? I alle fall reiser vi oss ikke opp fra sofaen for å handle. Vi vender oss heller bort, som for å jage en vond drøm. Trass i at lidelsen er reell, kan vi ikke annet enn å la dem lide. Vi motiveres til å gi ved neste innsamlingsaksjon, men da er hjelpen avbalansert og reflektert; ikke lenger moralsk, men etisk. I sofaen må moralen kobles ut inntil vi, muligens for å beholde forstanden, kan opptre *etisk*.

Dette betyr ikke at fjernsynet er ute av stand til å støtte oppunder en moralsk holdning til Den andre. Paradoksalt nok fungerer fjernsynet moralsk ved å fortelle oss at vi *ikke* kan hjelpe! Fjernsynet presser på oss gapet mellom havet av lidelse og den lidelsen det er mulig å gjøre noe umiddelbart med. Foran skjermens tragiske bilder må vi skru av moralen, men aktivere *etisk refleksjon*. Vi kommer ikke utenom, skriver Hans Magnus Enzensberger (1994), en realistisk vurdering av rekkevidden av vårt ansvar. De umåtelige lidelsene vi er førstehånds vitner til tvinger oss til å si: "Stopp! Dette kan jeg ikke være ansvarlig for!" Jeg må konsentrere meg om mine nærmeste. På ferden mot det globale mediasamfunnet kan ikke moralen henge med. Kløften mellom behov og umiddelbar mulighet til å hjelpe utløser avmaktsfølelse og frustrasjon. Frustrasjonen har moralens hjelpeløshet som tema (Thyssen 1995: 256). Fjernsynet tydeliggjør paradokset: På den ene siden viser det at verden blir mindre, at lidelsene florerer bare noen timers flyreise unna. På den andre siden viser det at det er umulig å gi umiddelbar hjelp. Om den etiske refleksiviteten går over i handling varierer. Den kan også utløse resignasjon. Men også det er en moralsk reaksjon, fordi det er noe annet enn likegyldighet. Fjernsynet kan uansett ikke holde empatien hevet over særlig mange dager før både TV og publikum har fått nok. Igjen ser vi at moralen må gå over i etikk, som igjen går over i rettslige og politiske tiltak, som nødhjelp eller interpellasjoner i FN. Eller uvirksomhet. Moralens sakliggjøres gradvis for å bringe den gode tanken videre til nasjonalt og internasjonalt plan. Veien går fra moral til etikk, og videre til politikk og rett.

Uansett hva man mener om mediens moralske formidlingsevne, antyder vår diskusjon at den ikke kan forstås i lys av relasjonen mellom mediets tekst og mediets publikum. Det eventuelle moralske engasjementet utløses av en rekke forhold som *sprenger* publikumsbegrepet. Publikumsrollen omkranses av andre roller som borgere, forbrukere, klienter, pasienter, naboer, kolleger, osv.

Noël Carrol (1998: 150) hevder at TV ikke i seg selv nøytraliserer seerens moralske innlevelsessevne. Det ser vi av den fascinasjon som TV opplagt mobiliserer og som gjør at så mange ser så mye på TV hver dag. Det er vanskelig å tenke seg at denne fascinasjonen er fullstendig tappet for moralske vurderinger. Og vi ser det i den hyppige diskusjonen i andre medier og i den daglige samtalen om hva TV viser og hvordan. Om det er problemer med fjernsynets mangelfulle evne til å engasjere oss moralsk, så har det ikke årsak i mediet selv, men i at TV er noe man lærer å se på. Blikket er ikke nakent. Det uansvarlige ligger i at man ikke lærer å innlemme TV-bruk i en mer helhetlig livsprosjekt, mener Carrol (1998:150). Dette er tydeligvis, kan vi føye til, et vanlig perspektiv i politiske og pedagogiske kretser. TV-bruk er forlengst blitt skolepensum.

En studie av mediets egenart kan sagtens fortelle oss noe om hvorvidt det kan vise oss sårbarheten til den Andre. Men hva med solidariteten i vårt egen samfunn? Hva med synet på hva som er rettferdig? En grunn til at eksempelvis TV-aksjonen i Norge stort sett regnes som meget vellykket, er at den ikke henvender seg til meg alene, men til *nasjonen* som kulturelt og moralsk subjekt. En appell til meg hjelper lite om jeg ikke erfarer at vi alle går sammen om å hjelpe, om jeg ikke får *oppdrift* av fellesskapet. I tillegg til den personlige appell, behøves en kollektiv norm om et felles løft. Her kan TV spille en viktig rolle om den ikke overdrives. I TV-aksjonen kombinerer TV tre av sine viktigste evner: Evnen til å personifisere, evnen til å nå et stort publikum, men også evnen til miste interesse etter noen minutter, (av og til timers) dveling ved et bestemt tema. Etter aksjonen er det meste ved det gamle, om ikke interessen for å fjerne årsakene til lidelsen også er vekket. Den personlige appell og den kollektive solidaritetsnorm er ikke tilstrekkelig. Også erkjennelsen om det *urettferdige* må vedlikeholdes og styrkes, ikke minst via den medieformidlede offentligheten.

### **Fra ansvar til rettferdighet**

Så er det på sin plass å gå inn i vårt tredje og siste spørsmål, som også er et av de mest kritiske spørsmålene som stilles til Baumans nærhetsetikk: Hvorledes kan den innlemme grupper og samfunn; Den "tredje"? Levinas ser ut til å mene at like sikkert som at mennesket har et ubetinget ansvar for Den andre, blir ansvaret til-

ført sitt reflekssive motstykke i møtet med Den tredje. I møte med den tredje blir spørsmålet om ansvar omsatt til et spørsmål om bevissthet om likeverd og fordeling av ressurser, kort sagt, rettferdighet. Når Den tredje ankommer er empati ikke nok. Nå blir det moralske spørsmålet også: hva er rett og riktig? Hvordan skal vi egentlig betrakte denne forvandlingen, eller snarere: *oppkomsten* av en slik moralsk bevissthet?

Nærhetsetikere har erkjent at om nærhetsetikken ikke kan ha noen gyldighet og kraft utover det direkte møtet, blir den tilbakeskuende og tapsorientert. Derfor er det foreslått former for *nærhetsoverskridende nærhetsetikk*. Levinas selv påpeker at Den umiddelbare andre ikke bare vekker et ansvarsforhold, men også et solidaritetsforhold som gjelder meg og de *fraværende* andre som i en organisme. Den umiddelbare andre er en representant, en *påminnelse* om de mange andre som jeg også har et ansvar for. Vi har ifølge Levinas ansvar for de fraværende andre fordi Den andre i vår umiddelbare nærhet gir dem, ja menneskeheten som sådan, et ansikt (Kemp 1996: 112). Peter Kemp fastholder at et ansvar for fraværende i tid og rom må begrunnes i det umiddelbare møtet med Den andre. Når vi handler langsiktig, kan vi bare handle ansvarlig dersom vi handler *som om* vi sto overfor Den andres umiddelbare ansikt - når handlinger foretas i *analogi* med et direkte møte (Kemp 1996: 116).

Også Vetlesen og Nortvedt fastholder nærhetsetikkens relevans også for en verden preget av teknologisk formidlet samvær. Med utgangspunkt i Levinas' tanke om subjektivitet som mitt ansvar for Den andre, mener de at avstandsrelasjoner må begrunnes i ansikt-til-ansikt-relasjonen. Evnen til empati kan bare vekkes og læres gjennom det umiddelbare møte med Den andres ansikt. Empati hviler på moralsk persepsjon, dvs. impulsen til å se og tenke seg andre mennesker som medmennesker. Det finnes ingen garanti, men nærhetsrelasjonene er en minimumsforutsetning for moralske handlinger overfor fraværende (Vetlesen & Nordvedt 1996: 168). Bare da kan vi åpne oss for integriteten og respekten hos dem som ikke kan fremstille seg direkte overfor oss som subjekter.

Det personlige møtet er altså fundamentalt. Fra et sosiologisk synspunkt kan man derimot hevde følgende: For det første er det en uoverstigelig motsetning mellom nærhetsetikkens begrunnelse for et moralsk ansvarsforhold, og det komplekse vestlige avstands-samfunnet vi lever i. Kløften mellom de som påfører meg et ubedt moralsk ansvar og de mange som jeg bør ha et ansvarsforhold til for å bekjempe krig og kaos vokser dramatisk. Levinas' forsøk på la Den andres ansikt stå som *representant* for den tredje virker lite overbevisende i forhold til hans begrunnelse for at jeg blir påført et umiddelbart ansvar for den nærværende andre.

Bare nærhetsetikken som *nærhetens etikk* overbeviser via egenerfaring (det lar seg

nok gjøre å motstå ansvarsappellen fra mennesker i nød, men ikke ignorere den). Man kan riktignok hevde at det direkte moralske møtet kan stå som *modell* for hvordan vi bør forholde oss overfor alle. Men også det er et problematisk standpunkt i en verden full av dilemmaer. Jeg *kan* ikke stå ansvarlig for alle - hvem skal stå først i køen? Teorien kan ikke vise til noen *bevegende kraft* for kollektiv moral, slik som i det direkte møtet med Den andre. Kan hende er ansvaret i det direkte møtet mer følelsesmessig motivert enn det Levinas legger vekt på, slik Vetlesen (1996a: 44) hevder. Det forsterker i så fall avstandsproblemet. Emosjonelle bånd til Den andre kan ikke representere de mange fjerne, men er og blir personlig. Moralen nærmer seg kjærligheten og vennskapet, som bare kan omfatte noen få. Når Den tredje dukker opp, er vi ikke *for* den ene andre, men *med* de mange andre. Relasjonen blir primært samfunnsmessig, sekundært moralsk i Levinas' mening. Dermed utvides etikken fra å handle om barmhjertighet, ansvar og tillit til et spørsmål om rettferdighet og avveining av hensyn. Vi står ved det ubetingede personlige ansvarets - og dermed nærhetsetikkens - yttergrense.

### **Mot det middelbare**

Nærhetsetikken kan aldri la seg oversette til samfunnsetikk. Derimot antyder *diskusjonen* om nærhetsetikk grunnlaget for hvordan såvel individ som samfunn kan være moralsk. Vi kan betrakte forskjellen som et sprang fra *umiddelbarhet til middelbarhet*. Nærhetsetikken beskriver en intuitiv og språkløs moral. En eventuell samtale har som eventuell funksjon å holde Den andre nær. Det moderne samfunnet befinner seg derimot i en fundamentalt refleksiv tilstand. Det består av et sett sosiale fellesskap som mer og mer holdes sammen ved hjelp av den verbalspråklige kommunikasjonens evne til å behandle abstrakte størrelser, blant annet – som her – seg selv. Her ligger den grunnleggende forskjellen mellom nærhetsetikkens gjenstandsfelt og det øvrige sosiale felt som på en eller annen måte samordnes via refleksjon og kommunikasjon. Om nærhetsetikkens moral skal ha kraft for kollektive relasjoner, må den - der Den tredje dukker opp - omsettes språklig og refleksivt til prinsipper for samfunnets organisering. Man kan si at Levinas og andre moral- filosofers diskusjoner nettopp er begynnelsen på en generalisering og universalisering av nærhetsetikk, noe som fører til en større forståelse for nærhetsetikkens *grenser*.

Et problem ved Baumans posisjon, er hans insistering på at *bare* det ubetingede fra Den andres ansikt er moralens kilde, slik at *alt* som skaper grenser mellom meg og Den andre følgelig vil være umoralsk. Vi ser dette tydelig i Baumans sosiologi. Hans vekt på det absolutte ansvar - også i et samfunnsperspektiv - gjør at han må

konkludere med at det store moderne fellesskapet sløver sensitiviteten for ansvaret. Det moralske i et forhold blir tydeligst nettopp når kontekstuelle elementer trekker seg tilbake, og når vi har *minst* distanse til andre. Historie og tradisjon bidrar ikke til denne moralske forbindelsen. Den andre er som "kastet" på meg, uten sosiale bånd som forteller hvem det er. Selv står jeg uten en bakgrunn av alternative handlingsmuligheter gjennom språk og tradisjon. Etikken befinner seg på nivået før den sosiale handlingens hvile i kulturelle felt, før samfunnet. Normer anses som frihetsberøvende.

Det eneste realistiske vei i et moderne mediasamfunn er å finne etiske ankerfester i dets refleksive karakter. Bauman påviser avstandsmekanismenes amoral, og kun det. Han analyserer byråkrati og teknokrati utelukkende fra et ansikt-til-ansikt-perspektiv. All den tid vi lever i et gjennomteknologisert ekspertsamfunn må etikk alternativt utgå og kritiseres fra et senmoderne perspektiv. Spørsmålet blir da hvordan moderne refleksive systemer som massemediene opererer moralsk og etisk. En slik etikk kan ikke begrunnes i det eksistensielle, men må omhandle *begrunnelser*. Det umiddelbare moralske ansvaret som bare veltes på en i møte med Den andres ansikt, må forholde seg til en refleksiv begrunnelsesprosess om rettferdighet i forhold til den ansiktsløse og (eventuelt ufødte) "tredje".

Heller ikke den personlige moralske stemmen i oss kan unnslå seg jeget som identitet. Forholdet mellom meg og Den andre har ikke unnsloppet den moderne refleksiviteten. Et moderne menneske er bevisst at det ikke lenger er innlemmet i et overordnet moralsk dogme, og heller ikke kun inngår i en større moralsk helhet. Det er kjennetegnet ved å ha en sterk selvoppfatning, en visshet om at det kan velge sine handlinger. Charles Taylor (1989) har som andre kommunitarister rimeliggjort at vår identitet er grunnleggende moralsk, og at den er sammenvevd med de verdier og preferanser om det gode og onde som et sosialt fellesskap vokser og endrer seg gjennom. I vår identitet ligger omsorg, beskyttelse av liv, integritet. Dels ligger moralen i oss som praktiske "tause" handlinger, dels har de form av eksplisitte overbevisninger om rett og galt. Identitetsaspektet kommer lett bort i nærhetsetikken, fordi den så sterkt poengterer det tause og umiddelbare i ansvarsrelasjonen.

Nærhetsetikken befinner seg hinsides diskursen. Jeg ser Den andres ansikt og slik blir påført et umiddelbart moralsk ansvar. Hvorvidt Den andre oppdager *meg* som hennes Andre er uten betydning for mitt ansvar - ansvaret for meg er Den andres problem. Nærhetsetikken befinner seg hinsides spørsmål om likeverdighet og gjensidighet. Nærhetsetikken handler ikke om mine selvstendige, erkjennelsesmessige beslutninger overfor Den andre, men om appellen fra Den andre. Den er enveisrettet:

Et av de helt grunnleggende temaer i *Totalité et Infini* er at dette intersubjektive forhold er grunnleggende asymmetrisk. Det betyr at jeg er ansvarlig for Den andre uten å kunne forvente noe lignende fra hans side, om det så skal koste meg livet. Gjensidigheten er opp til ham. Det er nettopp fordi forholdet mellom ham og meg ikke er gjensidig at jeg underkaster meg Den andre; og det er i denne betydning at jeg er "underkastet" (Levinas 1995: 94).

Paradoksalt nok stiller nærhetsetikken seg uforstående til prinsipper om menneskers likeverd. Det er dens styrke så lenge relasjonen er nær og mellom to, men en basal svakhet når de mange fjerne trekkes inn. Om nærhetsetikken hadde vært i stand til å omfatte Den "fjerne tredje" ville den kunnet legitimere dype sosiale forskjeller (der sosial fordeling tar form av almisser og veldedighet) i like stor som sosial likhet. Om *rettferdighet* har den lite å si.<sup>8</sup>

Å minimalisere urettferdighet innebærer at synet på *hva rettferdighet er* blir mer sammenfallende i det samfunnet det gjelder. Og en slik overenstemmelse er på den ene siden avhengig av en fri samtale som lar alle relevante syn komme frem. Men den er også avhengig av at de involverte er følsomme overfor karakteren ved umiddelbare moralske relasjoner, dvs. omsorgen og ansvaret for Den andre. Rettferdighetens diskurs har sin komplementære og helt nødvendige side i individets følsomhet for Den andres lidelse, for den umiddelbare og stumme appell om hjelp. Man kan ikke argumentere saklig om man ikke lever seg inn i Den andres tilstand. Levinas påpeker rettens (og dermed rettferdighetsnormenes) nødvendighet, men fastholder at de hviler på ansvarsforholdet:

Politikken skal alltid kunne kontrolleres og kritiseres ut fra etikken. Denne andre form for sosialitet yter rettferdighet mot den hemmelighet livet er for det enkelte menneske, en hemmelighet som ikke skal forstås som et avlukke som isolerer et helt privat enerom av innelukket innadventhet, men som en hemmelighet som kommer av ansvaret for Den andre som i sin etiske fremtreden er uunngåelig, som man ikke kan skjule seg for, og som således er prinsippet for den absolutte individualitet (Levinas 1995: 76–77).<sup>9</sup>

Den reflekterende offentlighet er den normative arena for dagens journalistikk, og utgjør hovedgrunnlaget for journalistikkens selvforståelse. Men Den tredjes inntreden forandrer ikke det faktum at alle er trengende personer for hverandre, selv om de nå må opptre som fornuftssøkende aktører. Deltakere i offentligheten må lytte, og være rede til å endre sine meninger i lys av andres argumenter. I diskursen er de sårbare, og denne sårbarheten må blottlegges i selve deltakelsen. De må være rede til å ta imot kritikk og til å fremme selvkritikk.

Men bare rettferdighetsprinsippet i et liberalt fellesskap makter å innarbeide ansvaret for den ene, trass i flertallstyre, likhet for loven og ambisjoner om universell moral. La oss huske at dommeren *avveier* straffen ut fra den dømtes forutsetninger og livsløp (se Gibbs 1997). Flertallet har rett, men mindretallet har rettigheter. Det

er rom for avvik, protest, kritikk. Kort sagt, normen om rettferdighet har den uvurderlige kvalitet at den tar høyde for *at rettferdigheten kan være urettferdig*. Og omvendt, mitt ansvar for Den andre kan, i det øyeblikk samfunnet melder seg, rolig la seg forvandle til mitt ansvar for et rettferdig samfunn.<sup>10</sup>

En av rollene dagens medier synes å spille er nettopp å fremsette dagsaktuelle eksempler på ofre for brudd på etiske prinsipper. Det kan være asylsøkere, flyktninger, mennesker innen helsesektoren eller rettspleien. Siden mediene er og må være i strukturell utakt med diskursenes kognitive og prinsipielle karakterer, oppsøker mediene den følelsesmessige og empatiske siden av diskursen. Det betyr videre at mediene i sine konstruksjoner av ofre har lite å tilby i debatten om rettferdighet, men mer i formidlingen av ansvaret for Den andre gjennom konkrete skjebner. Dette er grunnen til at debatter om f.eks. behandling av kirkeasylanter virker splittet. Mediediskursen og politikken diskurs synes i grunnleggende utakt. Medienes vri fra prinsipper henimot det menneskelige ansikt – mot den nesten stumme appell om hjelp (ikke minst som følge av bildeteknologi) – har vi ikke sett den fulle virkningen av; dette skjer innenfor det offentlige rom, men langt utover den etisk-politiske diskursen om rettferdighet.

Den nyhetsbaserte offentligheten er fundert på politikken diskurs om rettferdighet, men også på den mellommenneskelige og følelsesfulle ikke-diskurs om ansvar. Medieoffentligheten vakler mellom individuell moral og politikken maktstrategier. Den minner politikken om de lidende enkeltskjebnene, og generaliserer det partikulære og unike i erfaringen av Den andre, slik at det kan innlemmes diskursivt i politikken. Offentligheten selv er hverken helt dominert av intimsfærens omsorg eller av politikken kamp om det rettferdige, men vibrerer mellom individ og politikk, mellom ansvar og rettferdighet. I dette lyset kan man bare kritisere offentligheten for generell personifisering og føleri om man ser bort fra ansvarsdimensjonen i offentligheten. Bare da kan man ensidig angripe nærværet av følelser og enkeltskjebner i offentlighetens diskurs. Om man utelukker ansvarsdimensjonen avstedkommer to feil: Man risikerer å ekskludere følelsene fra etikkens område, og man knytter offentligheten for lett til politikken maktkommunikasjon. Poenget er altså at med ansvarsdimensjonen er det lettere å ta konsekvensen av at offentligheten er, og må være like rik på følelser som de menneskelige erfaringer som formidles i den.

### **Avslutning**

I innledningen stilte jeg tre spørsmål som jeg i artikkelens tre respektive deler har drøftet, om ikke besvart til fulle. I første del forsøkte jeg å lese mediene underliggende budskap med Baumans perspektiv, som eksempel på en original postmoderne



moralsk samfunnskritikk. Mediesamfunnet er som kjent fullt av paradokser. Et av dem er at om man leser dem med postmoderne øyne, er det de mest spekulative versjoner av mediene som mest presist tar tidsånden på pulsen. Deres virkelighetsformidling kan være skjev og tilspisset, men deres diagnose av livet i en postmoderne virkelighet er kanskje nærmere enn de sosialdemokratiske trygghetsforsikringene vi får i de 'seriøse' mediene. Dette har Bauman, med sin kontroversielle kombinasjon av postmodernisme og moral gjort tydeligere for oss.

Deretter var spørsmålet om nærhetsetikken har teoretisk raffinement til å omfatte Den andre som man møter i massemediene. Baumans ensidige analyse konkluderer at distansemekanismer, inkludert mediene, ikke makter å formidle moral, og det ansvar den enkelte av oss har. Vår diskusjon har antydnet at det ikke er så enkelt, men at heller ikke det motsatte er opplagt. Massemediene, og spesielt TV, er *moralsk kontigente*, deres moralske effekter kan aldri foregripes.

Dette spørsmålet ledet til problemet med å supplere nærhetsetikken med andre etiske teorier. Nærhetsetikkens gyldighet oppløses der massemedienes distanse introduserer ikke bare ett annet enkeltmenneske, men Den tredje, det vil si tusener og millioner av mennesker i nød. Da kan vi ikke lenger forlite oss på ansvaret, men må heve oss opp på ett nytt moralsk nivå, som omhandler solidaritet og rettferdighet. Her finner vi blant annet journalistenes og medienes selvforsåelse om kritisk journalistikk og en diskuterende offentlighet. Men i dag er det trolig ikke disse forhold som først og fremst svikter og bør påpekes. Det synes tvert imot som om ansvaret for medmennesket som Levinas og Bauman taler for har måttet vike til fordel for det moderne etoset om kritikk. Den liberal-kritiske medieideologien lar seg utvilsomt bedre tilpasse markedets beinharde konkurranse enn den kompromissløse appellen fra Den andre om medmenneskelig ansvar. ■

## Noter

<sup>1</sup> For nærhetsetikerne Bauman og Levinas tar moralen form av en taus og ufravikelig appell som setter seg gjennom, forut for det samfunnsmessige. Med et slikt utgangspunkt utgjør sosiologiens grunntema en alvorlig utfordring for moralske bånd. For dette tema er nettopp moderniseringen av vestlige samfunn, ja *etableringen av avstander*, geografisk og fysisk, mentalt og sosialt. Å leve i et avansert samfunn vil si å relatere seg til andre via massemedier, telekommunikasjoner, transportmidler, byråkratier og ekspertsystemer. Den andre er rett som det er fraværende, ofte en "fremmed".

<sup>2</sup> Bauman (1997: 219) stiller selv de sentrale spørsmålene: "Is it necessary to cut the Gordian knot also in the greenhouse of the twosome encounter, with-stand the assault by the Third party? And - more to the point - can the moral capacity made to the measure of the responsibility for the Other as the Face be strong enough, or potent enough, or vigorous enough to carry an entirely different burden of responsibility for the 'Other as such' the Other without face?" Altså: Kan nærhetsrelasjonen overleve i samfunn der Den tredje trenger på? Kan ansvarsrelasjonen mellom meg og Den andre også bære ansvaret for Den fjerne tredje?

<sup>3</sup> Etter Baumans mening har sosiologien ikke tatt møtet mellom enkeltindivid og Den andre alvorlig, men gjerne redusert det til et av mange andre aspekter ved handlingsskonteksten eller til et hinder for å oppnå resultater. Den andre er ofte problematisert som en hindring aktøren må takle strategisk for å nå sine mål. Den andre har kun betydning som en uforutsigelig vanskelighet, og aktørens oppgave er å marginalisere denne hindringen, bl.a. ved å isolere den. Forholdet til den andre blir av teknisk, ikke moralsk art. Bauman har trolig nytteorienterte teorier i tankene, eksempelvis teorier om rasjonelle valg. Habermas, Taylor og andre med pragmatisk gods i sine teorier er viktige unntak Bauman ikke nevner. Derimot nevner han Sartres beskrivelse av forholdet mellom ego og alter som eksistensens grunnleggende modalitet. Men også hos Sartre fremtrer moralen som begrensning snarere enn som medium og drivkraft.

<sup>4</sup> Levinas sier: "Jeg tror snarere at tilgangen til ansiktet er umiddelbart etisk. Når man ser en nese, et par øyne, en panne, en hake og man kan beskrive dem, vender man seg mot den andre som mot en gjenstand. Den beste måten å møte den andre på er når man ikke legger merke til hans øyefarge! Når man legger merke til hvilken farge øynene til den andre har, står man ikke i et sosialt forhold til ham. Persepsjonen kan ganske visst dominere forholdet til ansiktet, men det som spesifikt er ansikt er det som ikke kan reduseres til persepsjon. Det er først og fremst ansiktets likefremhet, dets uforbeholdne ut-satthet, forsvarsløsheten. Ansiktets hud er den mest nakne, den mest avkledd. Den mest nakne selv om det er en anstendig nakenhet. (...) Men samtidig er ansiktet det som forbyr oss å drepe. (...) Ansiktet er det man ikke

kan slå i hjel, eller i det minste det som har *betydningen*: 'Du skal ikke slå i hjel.'" (Levinas 1995, 81-83)

<sup>5</sup> Bauman bruker selv to massemedier som metafor for å vise skillet mellom det moderne og det postmoderne, det fastlagte og det forgjengelige:

"[E]n kan si at hvis det 'mediet som var budskapet' under moderniteten, var fotopapiret (bare tenk på de ubønnhørlig esende familiealbumene, der man side etter gulnede side kunne spore den langsomme opphoping av uforanderlige og uutslettelige identitetsbærende begivenheter), så er videobåndet det endelige postmoderne medium (som er fremragende utslettelig og gjenbrukbart, som ikke er ment å bevare for evig, som bare mottar dagens begivenheter hvis gårdsdagens slettes, som uavlatelig formidler budskapet om et generelt 'inntilvidere' om alt som blir vurdert som verdig til et opptak). Den moderne tids største identitetsrelaterede angst var bekymringen om varigheten; i dag er man opptatt av å unngå forpliktelser. Moderniteten bygde i stål og betong, postmoderniteten i nedbrytbar plast." (Bauman 1996a: 122-23).

Fotografiets rammer var altså fastsatt; det tjente som veileder for minnet og historiefortellingen. Det gjentok moderne institusjoner som kjernefamilien, bedriftssamlingen, skoleklassen. Videobåndet kan derimot overspilles gang på gang. "Alt som var viskes ut". Mens fotografiet understreket historien som fakta, illustrerer videobåndet at intet har konsekvenser, at alt er forgjengelig og at historien går i sløyfe. Medienes individuelle betydning bunner ikke så mye i medienes beskaffenhet som i fravær av andre retningsvisere i dagliglivet. Den gryende postmoderne individualiteten bygges av erfaring, men erfaringsinnsamlingen hviler stadig mindre på praktisk viten, tradisjon og historie. En kompleks og omskiftelig verden tvinger frem det man kunne kalle "synkron navigasjon": Et beslutningsunderlag som skifter like hurtig som tilværelsen selv.

<sup>6</sup> Vetlesen later til å mene at ansvaret for de umiddelbart nærmeste erfares sterkere (1996a: 171). Han er inne på at gjensidigheten i ansvaret avsetter et sterkere bånd enn når Den andre ikke selv erfarer meg som et med-subjekt. Det forekommer meg at Vetlesen her tar et stort skritt i retning kommunikasjonsorientert etikk, med vekten på gjensidighet. Det er også slående hvordan Vetlesen, med sin sterke insistering på følelsenes betydning i moralske relasjoner, legger moralforståelsen tettere opp til kjærlighet og vennskap. Dette er relasjoner som omfatter hele personen og retter seg mot en eller noen få andre. Vekten på gjensidige relasjoner og følelser "skyver" moralen bort fra Den ene andre. Dermed understrekes det enda tydeligere at nærhetsetikken er *nær*.

<sup>7</sup> Så spør det om medieforskningen er beredt til å forstå dette. Keith Tester (1994) hevder at den opprinnelig britiske Cultural studies-tradisjonen etterhvert har gjort seg uegnet til å belyse fjernsynets og de andre medienes etiske betydning. Spesielt i kjølvannet av Stuart

Halls innflytelsesrike arbeider, har Cultural studies markert seg som en stadig mer rendyrket disiplin som ser mediebruk adskilt fra andre sosiale og kulturelle tendenser. Det har gjort at moralske sider ved mediene har kommet i bakgrunnen. Men viktigere er det at det syn som Cultural studies forfekter, ensidig betoner det estetiske og kreative i publikums resepsjon. Fra studier av medietekstenes ideologiske innhold, har tendensen gått i retning av å studere de gleder og fascinasjoner publikum selv skaper i møte med mediene og annet forbruk. Det estetiske er simpelthen funnet mer interessant enn det etiske. Selv studier av den "morske panikk" som mediene kan skape eller forsterke, har gått lite inn på forholdet mellom tekstene som fomidler panikken og det angivelig paniske publikummet. De har oversett publikums respons eller mangel på sådan overfor de globale problemer som legges fram for oss daglig. Ett eksempel er nok arbeidene til John Fiske, som forveksler muligheten av opposisjonell lesning med den lesning som faktisk skjer. Tester mener at et sosiologisk perspektiv er mer lovende. Sosiologien knytter mediene til generelle samfunnsproblemer som sosial ulikhet, miljøødeleggelse, krig og vold, osv. Sosiologien nøyer seg ikke med å beskrive grasrotas kreativitet foran skjermen eller i kjøpesenteret, men drives av en interesse i å avsløre hva dagens "gode liv" egentlig er.

<sup>8</sup> Jeg skal ikke oppholde meg ved nærhetsetikkens muligens noe problematiske forhold til en sekularisert kultur. Nærhetsetikken forneker kontrakten til gjensidig nytte, og også gjensidigheten i nestekjærligheten (du skal elske din neste som deg selv). Den er på et vis "unødvendig" fordi mennesket er primært et moralsk vesen. Men hva gjør mennesket til et primært moralsk (godt) vesen? Spørsmålet påkaller noe ikke-menneskelig og universelt, hvis gode kraft kommer til syne i og lever gjennom menneskets handlinger. Om sekulariseringen innebærer at dette universelle (Gud) forvirrer, kommer moralen i krise. Men dette kan være et argument mot sekularisering i vanlig forstand: Som metafysisk dimensjon kan ikke Gud dø; vi vil alltid vil trenge en instans å være moralsk "gjennom".

<sup>9</sup> Og: "Helt konkret gjør mange andre betraktninger seg gjeldende og krever rettferdighet selv for meg, og i praksis forhindrer lovene visse mulige konsekvenser. Men rettferdigheten gir bare mening hvis den bevarer den uselviske ånden som kjennetegner ideen om ansvaret for det andre mennesket" (Levinas 1995: 96).

<sup>10</sup> Et kopplingsforsøk mellom nærhetsetikk og diskursetikk er lansert av Gibbs (1997). For at samtalen skal kunne utfolde seg fritt, hevder Gibbs, må de kunne ta andre posisjon for å kunne fremføre et fornuftig argument. Å ta ordet er samtidig å vise mitt ansvar for mine ytringer, å vise at jeg er villig til å endre mitt synspunkt. For å ivareta andres perspektiver i mitt argument, må jeg "take the role of the other". Jeg tilegner meg hva de andre forventer, og prøver slik å foregripe den respons som de andre vil rette mot meg (Gibbs 1997, 58). Jeg internaliserer de

andres ståsteder og dermed deres ansvar for sine ytringer. Det synes som om jeg ved denne substitueringen av mitt eget ego-orienterte svar gjør meg sårbar for andres synspunkter mot meg. Trass i samtalesituasjonens gjensidighet står andre individer for meg som 'andre' som retter sine krav mot meg, krav jeg må stille meg åpen for, eller bryte ut.

## Referanser

- Bauman, Z. (1991) *Modernity and Ambivalence*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (1992a) *Intimations of Postmodernity*. London: Routledge.
- Bauman, Z. (1992b) *Mortality, Immortality & Other Life Strategies*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (1993) *Postmodern Ethics*. London: Blackwell.
- Bauman, Z. (1994) *Modernitet og Holocaust*. København: Hans Reitzels forlag.
- Bauman, Z. (1995) *Life in Fragments*. London: Blackwell.
- Bauman, Z. (1996a) "Postmodernitet, identitet og moral" i A. J. Vetlesen (red) *Nærhetsetikk*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Bauman, Z. (1996b) "On Communitarians and Human Freedom. Or, How to Square the Circle" *Theory, Culture & Society* 13(2):79-90.
- Bauman, Z. (1997) "'Morality begins at Home' - or: Can there be a Levinasian Macro-Ethics?" i H. Jodalen & A. J. Vetlesen (red) *Closeness. An Ethics*. Oslo: Scandinavian University Press.
- Bauman, Z. (1998) "What Prospects of Morality in times of Uncertainty?" *Theory, Culture & Society* 15(1):11-22.
- Beck, U (1992) *Risk Society: Towards a new Modernity* London: Sage.
- Berge, G. (1995) "Emmanuel Levinas. En innføring i hans filosofi" i H. Kolstad, H. Bjørnstad & A. Aarnes (red) (1995) *I sporet av det uendelige. En debattbok om Emmanuel Levinas*. Oslo: Aschoug.
- Carrol, N. (1998) "Is the medium a (moral) message?" i K. Matthew (red) *Media Ethics*. London: Routledge.
- Enzensberger, H. M. (1994) *Borgerkrig*. Oslo: Cappelen.
- Gibbs, R. (1997) "Asymmetry and mutuality. Habermas and Levinas" in *Philosophy and Social Criticism* 23 (6): 51-63.
- Henriksen, J. (1997) *Grobunn for moral. Om å være moralsk subjekt i en postmoderne kultur*. Kristiansand: Høgskoleforlaget.
- Jodalen H. & A. J. Vetlesen (red) (1997) *Closeness. An Ethics*. Oslo: Scandinavian University Press.
- Kellner, D. (1998) "Zygmunt Bauman's Postmodern Turn" *Theory, Culture & Society* 15(1): 29-38.
- Kemp, P. (1996) *Det uerstattelige. En teknologi-etikk*. Oslo: Gyldendal Norsk forlag.
- Kolstad, H., H. Bjørnstad & A. Aarnes (red) (1995) *I sporet av det uendelige. En debattbok om Emmanuel Levinas*. Oslo: Aschoug.

Levinas, E. (1995) *Etik og uendelighed*. København: Hans Reitzels forlag.

Levinas, E. (1996) *Den annens humanisme*. Oslo: Thorleif Dahls Kulturbibliotek/Aschehoug.

Luhmann, N. (1993) *Risk: A Sociological Theory* Berlin: Walter de Gruyter.

MacIntyre, A. (1981) *After Virtue: A Study in Moral Theory*. London: Duckworth.

Palmstrøm, B. (1995) "Fangen og filosofen. - Václav Havels møte med Emmanuel Levinas" i H. Kolstad, H. Bjørnstad & A. Aarnes (red) (1995) *I sporet av det uendelige. En debattbok om Emmanuel Levinas*. Oslo: Aschoug.

Rasmussen, T. (1995) *Moderne maskiner. Teknologi og samfunnssteori* Oslo: Pax

Taylor, C. (1989) *Sources of the Self. The Making of the Modern Identity*. Cambridge, Mass.: Cambridge University Press.

Tester, K. (1994) *Media, Culture and Morality* London: Routledge.

Tester, K. (1997) *Moral Culture*. London: Sage.

Thomassen, M. (1995) "Den Andre - uendelighetens

ansikt. Emmanuel Levinas' trancendens-filosofi" i H. Kolstad, H. Bjørnstad & A. Aarnes (red) (1995) *I sporet av det uendelige. En debattbok om Emmanuel Levinas*. Oslo: Aschoug.

Thyssen, O. (1995) *I hinandens øjne. Bidrag til en kynisk etik*. København: Gyldendal.

Vetlesen, A. J. (1992) "Følelser i Habermas' moralteori - en leteaksjon" i *Sosiologi i dag* nr. 4: 3-27.

Vetlesen, A. J. (1994) *Perception, Empathy and Judgement. An Inquiry into the Preconditions of Moral Performance*. University Park, Penn.: The Pennsylvania State University Press.

Vetlesen, A. J. (red) (1996a) *Nærhetsetikk*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Vetlesen, A. J. (1996b) "Kommunitarisme" i *Samtiden* nr. 4. Oslo: Aschehoug.

Vetlesen, A. J. & P. Nordtvedt (1996b) *Følelser og moral*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Vetlesen, A. J. (1997) "Worlds apart? Habermas and Levinas" *Philosophy and Social Criticism* 23 (1): 1-20.

---

## ABSTRACT

### The Morality of Closeness in a World of Distances

TERJE RASMUSSEN

This article addresses the potentials and hindrances of moral relationships in contemporary world society, as they increasingly are mediated through modern mass media. Of particular interest is Levinasian ethics of responsibility stemming from the face of the Other. It particularly discusses the postmodern version of such ethics as it has been interpreted and developed sociologically by Zygmunt Bauman. The essay consists of three parts: First, the image of a post-ethical world in the media is interpreted through the perspective of Bauman. Second, the question discussed is whether the Other can be morally perceived through the mediation of modern technical media, particularly television. Third, the dilemma of the appearance of the Third is discussed: Can a Levinasian ethics be a macro-ethics? Generally, the essay constitutes a critical comment to Bauman's far-reaching ambitions on behalf of an ethics of closeness.

---

# Rasism och antirasism på dagordningen

– studier av televisionens nyhetsrapportering i början av 1990-talet

AV BIRGITTA LÖWANDER

## Inledning

Det finns flera skäl för sociologer att studera nyhetsjournalistik. Ett skäl är att nyhetsutbudet, speciellt i public service televisionen, av många människor uppfattas som viktigt för deras orientering i samhället och i det politiska livet. Den svenska televisionens nyhetsutbud når dagligen en stor publik och har samtidigt hög trovärdighet hos publiken (Elliot 1991). Genom att studera nyhetsprogrammets innehåll och budskapsförmedling kan forskare inte bara skapa sig en god orientering om vilka uppfattningar om världen som medierna förmedlar utan också vad stora delar av publiken övertar.<sup>1</sup>

I denna artikel skall jag presentera en undersökning av hur televisionens nyhetsutbud, i början av 1990-talet, skapade kollektiva föreställningar om rasism och antirasism och gav legitimitet åt vissa förståelser av dessa fenomen.<sup>2</sup> Syftet med artikeln är att presentera dels teoretiska perspektiv och tidigare forskning av relevans för denna frågeställning, dels vissa resultat från min egen empiriska forskning. Syftet med artikeln är också att indirekt framhålla medieforskningens centrala roll inom sociologin. Medieforskning har sedan 80-talet kommit att domineras av humanistisk forskning, inom det som kallats "the linguistic turn" (se t ex Jensen 1991). Det har samtidigt medfört att forskningsfrågor om ideologi och maktutövning i massmedier kommit i skymundan.

---

**BIRGITTA LÖWANDER** är filosofie doktor och lektor i sociologi vid Umeå universitet, med forskning och undervisning inom området etniska relationer. Hon har tidigare arbetat inom Sveriges radio-koncernen och sysslat med publik- och programforskning med speciell inriktning på språkliga minoriteters informationssituation och programbehov.

Den undersökning jag företagit av nyhetsrapportering i början av 1990-talet består av sju olika delstudier, varav jag i det följande refererar till undersökningens två huvudstudier. I en av dessa studier analyserades samtliga nyhetsinslag med ett innehåll som anknöt till rasism och antirasism i Sveriges Televisions båda nyhetsprogram under en sammanhängande åttamånaders period, från augusti 1991 till och med mars 1992, sammanlagt 260 nyhetsinslag. I den andra studien analyserades samtliga televisionens nyhetsinslag under en speciell dag, den 30 november, under sammanlagt åtta år, från året 1987 till och med 1994.<sup>3</sup>

Det jag hade föresatt mig att undersöka krävde kunskaper om de komplexa fenomenen rasism och antirasism. Det krävde vidare kunskaper om vad nyhetsjournalistik är och hur journalistik arbetar. Undersökningens forskningsteoretiska perspektiv hämtade stöd såväl i senare ideologikritiska som maktdiskursiva forskningsansatser och vägledades av en konstruktivistisk syn på nyhetstelevisionen. Frågor om hur nyheter skapar betydelser sammanfördes med frågor om samhällets ojämlika maktförhållanden, med forskningsintresset inriktat mot hur nyhetsmedier påverkar och är påverkade av maktrelationer i det sociala systemet.

Uppgiften inbegrep bland annat att tolka eller avkoda något som redan var förtolkat eller kodat av nyhetsredaktörer. Det placerade undersökningen metodologiskt inom en hermeneutisk forskningstradition. Undersökningen av nyhetsprogrammets innehåll koncentrerades till språkliga utsagor. De frågor som undersökningen skulle söka besvara var vad nyhetsberättelserna innehöll och vilken handlingslogik de förmedlade, vilka manifesta budskap nyhetsberättarna tillhandahöll och vilka budskap som var underförstådda eller frånvarande, liksom vilka argument och tolkningar som framfördes. Slutligen ville jag diskutera vilka konsekvenser dessa redaktionella val och bortval, bedömningar och värderingar kunde tänkas få för samhällets etniska relationer.

Bakgrunden till mitt intresse var att samhällets etniska relationer hade hårdnat sedan slutet av 1980-talet och att antalet attentat mot enskilda invandrarfamiljer och mot flyktingförläggningar hade ökat markant runt om i Sverige under början av 1990-talet. Paradoxalt nog hade en parlamentarisk utredning vid den tidpunkten konstaterat att rasism var ett marginellt fenomen (SOU 1989:13 och 14). Början av 1990-talet var samtidigt en tid med tilltagande restriktivitet på det flyktingpolitiska området med en skärpt tillämpning av Utlänningslagen. Den flyktingpolitiska debatten om generositet och solidaritet hade avstannat och i den politiska debatten kunde ett samförstånd om en "realistisk" flyktingpolitik skönjas (jmf Duffield 1984). Det förekom emellertid inte någon politisk debatt om ett eventuellt samband mellan en restriktiv flyktingpolitik och det öppna främlingshatet.

I det följande presenteras inledningsvis det teoretiska forskningsfältet rasism res-

pektive antirasism, följt av ett kritiskt forskningsperspektiv på nyheter och tidigare forskning om rasism i nyhetsutbudet. Därefter redovisas en del resultat från min nyhetsforskning. Uppsatsen avslutas med några slutsatser jag kommit fram till.

### **Rasism som diskursiv och social praktik**

I den samhällsvetenskapliga forskningen har rasism varit föremål för betydande teoretiserande. Rasism uppfattas varken som ett singulärt fenomen eller som något oföränderligt. Man bör istället tala om rasismer som uppträder samtidigt i skiftande former vid olika historiska tidpunkter. Balibar (1991) har uttryckt rasism som ett spektrum av situationer, ett stadium i utvecklingen av latent möjligheter. Rasism är med andra ord beständig men dess riktning föränderlig.

Det finns en utbredd uppfattning om att rasism i dagens Europa röjer något om den smärtsamma förändring som pågår i de postindustriella samhällena. Det vi nu bevittnar, menar Miles (1994), är en intensifiering av nationalistiska och kulturella former av rasism till följd av nationalstatens kris under en pågående globaliseringsprocess. Ekonomisk utlokalisering till följd av omstrukturering av nationell kapitalism kan, enligt Pred (1995), leda till djupgående missnöje och känslor av osäkerhet, som i sin tur riktas mot politiker och mot invandrare. En annan bidragande faktor till rasismens spridning i dag är det utrymme som lämnats genom modernitetskrisens nedbrytning, det vill säga frånvaro av eller en omkastning i de traditionella sociala rörelserna, hävdar Wieviorka (1995). På liknande sätt menar Hobsbawn (1993) att den relativt snabba tillväxten av xenofobiska partier runt om i Europa inte enbart kan förklaras av tilltagande massarbetslöshet utan av att den ogripbara gemensamma livsstilen uppfattas vara hotad utifrån.

I den senare forskningen hävdas relativt unisont att rasism i dagens västerländska samhällen inte enbart eller i första hand grundas på biologisk exkludering utan på kulturell. Rasismens objekt är inte längre den individuella människan utan ett folks sätt att leva, ofta refererat till som "kultur" (se tex Fanon 1969, Barker 1981). Amin (1989) har konstaterat att i dagens kulturella rasism har den rasistiska kategorin "vit" ersatts av den kulturella kategorin "Europa". Vi har inte längre en överlägsen vit ras utan en överlägsen västerländsk kultur. På liknande sätt har Stuart Hall (1992) karaktäriserat detta som en motsättning mellan "West" och "the Rest".

Sedan 1980-talet förordas allt oftare en bredare och mer sammansatt syn på rasism med betoning på handlingar mot invandrare och flyktingar som är rasistiska i sina konsekvenser. I den diskurs- och maktanalytiskt inriktade samhällsforskningen betonas att rasistisk ideologi inte enbart är konstruerad kunskap och synonymt med diskurs i allmänhet. Rasistisk ideologi inbegriper maktrelationer. Den etablerar

varaktiga förtryckande maktrelationer. Rasistisk ideologi och rasistiska diskurser är en utestängande praxis och kan spåras i olika sätt att göra dagens samhällskris begriplig, inte minst när sociala orättvisor bortförklaras i termer av kulturell olikhet. Enligt Hall uppstår rasistiska ideologier alltid i sammanhang där produktion av betydelse är förbundna med makt, så att dessa tjänar till att utestänga vissa grupper från kulturella och symboliska resurser.

Rasistisk diskurs är med detta synsätt en diskurs som har effekten att kategorisera och diskriminera invandrarkulturer och som resulterar i ett rättfärdigande, upprätthållande och legitimerande av makt och dominering gentemot dessa (jmf Wetherell & Potter 1992). van Dijk (1993) har iakttagit att rasism i vardagskonversation är implicit, subtil och symbolisk bland annat genom etnocentrism, där sociokulturella skillnader mellan etniska grupper erkänns, samtidigt som den västerländska kulturens dominans förnekas. Rasism behöver således inte vila på en process av rasialisering utan kan t ex uttryckas genom ett förringande av etniska grupper eller genom förnekande av maktutövning.<sup>4</sup> Rasism som diskursiv maktutövning inkluderar fördomar mot invandrare, dokument och uttalanden som kan förstärka rasismens diskurs i opinionsbildningen (jmf Jonsson 1993). Det innebär att allt från organiserat rasistiskt våld till mer subtila uttryck för strukturellt våld i form av beskyllningar, marginaliseringar, osynliggöranden eller omyndigförklaranden av invandrare, kan betraktas som former av rasism.

### **Tre perspektiv på antirasism**

Inom den akademiska forskningen har intresset för antirasism varit betydligt mer begränsat än intresset för rasism, vilket bidrar till att antirasism ännu är oklart som begrepp och som social företeelse. I den svenska och internationella forskningslitteraturen återfinns tre skilda perspektiv på antirasism. För det första har antirasism teoretiserats som en del av den mångkulturalistiska invandrapolitiken och för det andra som intresseorganisationer mot rasism. Det tredje forskningsperspektivet innebär att antirasism betraktas som en ny social rörelse.

Den svenska invandrapolitiken kan anses ha införlivat och institutionaliserat en antirasistisk ideologi, som en del av den svenska samförståndspolitiken och den offentliga moralen, menar Schierup (1991). Det breda ideologiska och politiska samförståndet om invandrapolitikens mångkulturalistiska och etniska jämställdhetsmål har, enligt Schierup, mer eller mindre skyddat invandrare från öppna utbrott av folklig rasism. Antirasism betraktas då som ett värderingssystem eller en ideologi för humanism och universalistiska värden och därmed som motsatsen till rasism och nationalism. Även internationellt har antirasism och mångkulturalistisk



politik ansetts vara nära förbundna, vilket bland annat kommit till uttryck i antirasistiska strategier i utbildningssammanhang (se Twitchin 1988, Braham et al 1992).

I Australien anses den officiella statliga mångkulturalismen inkludera antirasism (Castles 1996), samtidigt som forskare påvisat stora skillnader mellan antirasistisk retorik och praktik (Vasta & Castles 1996). Problemet med mångkulturalistisk politik är att antirasism har blivit liktydigt med kulturell ojämlikhet istället för social, ekonomisk och politisk ojämlikhet (Wetherell & Potter 1992). Flera forskare menar idag att mångkulturalism som social kategori har mer att göra med makt, jämlikhet och dominans än med erkännande och hyllande av kulturella skillnader (se tex Molina & Tesfahuney 1996). Liknande argument har framförts av brittiska forskare när de kritiserat den officiella mångkulturalistiska politiken (Gilroy 1992). I den amerikanska forskningen har mångkulturalism givits många och motsägelsefulla betydelser (Gordon & Newfield 1996). Sambandet mellan rasism och mångkulturalism har inte problematiserats utan intresset har fokuserats på den kulturella mångfalden för att utveckla politisk demokrati. I detta sammanhang har Taylors argumentering om att mångkulturalism måste bygga på politiska principer om jämlik respekt haft betydande inflytande (Taylor 1994).

Forskning om antirasism som organisationer mot rasism är ännu relativt begränsad. I den internationella litteraturen har forskare bekymrat sig över den antirasistiska rörelsens bristande förmåga att analysera rasism och att förändra sina strategier i takt med att rasisterna gör det. Antirasistiska demonstranternas oförmåga att se rasism som en integrerad del av modernitetskrisen har, menar forskare, lett antirasister till att okritiskt ansluta sig till liberala uppfattningar om rasism som något som kan bekämpas med lagar, utbildning och psykologiska strategier utan att det sociala och politiska systemet förändras (se tex Gilroy 1992, Castles 1996).

Den antirasistiska rörelsens kris har även problematiserats som ett uttryck för den politiska vänsterns kris och fragmentering till följd av att staten försvagats och tilltron till upplysningsideal om framgång gått förlorad. Det gäller att återskapa vänstern och samla den till en ny föreställningsvärld, som förenar det bästa i den liberala traditionen med socialistiska målsättningar, menar Mouffe (1994). Det är dags att erkänna behovet av ett nytt samspel mellan det universella (alla kulturers lika värde) och det partikulära (frågor om kulturell olikhet och identitet). Det är dock tveksamt om man kan tala om en antirasistisk rörelse och förvänta gemensamma och kraftfulla strategier.

I Sverige har Peterson (1995, 1997) visat att den antirasistiska rörelsen inrymmer ett brett spektrum av politiska schatteringar. Antirasistiska demonstrationer inrymmer personer med vitt skilda politiska, religiösa och ideologiska värderingar och

med helt skilda uppfattningar om hur man ska komma tillrätta med rasism. Ungdomar har gått samman på bred front. I den amerikanska debatten har detta fått beteckningen tillfälliga "regnbågskoalitioner". Resultatet blir dock ett-minsta-gemensamma-nämнар-upprop, dvs ett relativt vagt upprop mot rasism utan konkreta politiska lösningar.

Melucci har teoretiserat hur de nya sociala rörelserna, till vilka den antirasistiska kan räknas, skiljer sig från de gamla massrörelserna, som t ex arbetarrörelsen. Ett kännetecken är att de nya rörelserna varken mobiliserar människor kring homogena klassintressen eller i aktioner mot en central samhällelig aktör som t ex industrikapitalismen (Melucci 1991). Till sin karaktär är de nya rörelserna temporärt sammansatta. De upplöses och ombildas kontinuerligt för olika korta aktioner.

### **Ett ideologikritiskt perspektiv på nyhetsmedier**

Nyhetsvärderingar och nyhetsurval har sagts vara de mest oklara betydelsestrukturer i det moderna samhället (Hall 1970/81). Alla nyhetsjournalister förväntas besitta dem, men bara ett fåtal kan eller är villiga att definiera innebörden. Journalister talar om nyheter som om händelserna valde sig själva trots att nyhetsverksamheten styrs av det Hall (1973/81) kallat en common-sense-förståelse av vad som konstituerar nyheter. Uppfattningen om att journalister och nyhetsmedier skulle kunna vara observatörer, frikopplade från den sociala verklighet de rapporterar om, och att sanning och kunskap skulle bero på journalisternas neutralitet, är mycket omstridd (Hackett 1984). Nyhetsjournalistikens anspråk på att producera sanningar döljer inte minst det faktum att de samtidigt utövar makt (Ekecrantz & Olsson 1994).

Nyhetsarbete bygger inte bara på formella värderingar om vad som kan passera som nyheter, utan i hög grad på ideologiska temata om samhället. Nyhetsredaktionerna definierar inte endast vilka händelser av alla tänkbara som är viktiga, utan de ger samtidigt en tolkning av hur dessa händelser ska förstås av publiken, vad som är rätt och vad som är fel. Bakom en nyhetsvinkel finns både normer och värderingar som baseras på antaganden om att vi redan har en gemensam "stock of cultural knowledge" (Hall 1974, 1977, Hall et al 1978). Denna kunskap eller konsensus kan förstås som ett resultat av en komplex konstruktions- och legitimeringsprocess.

När nyhetsmedierna ska definiera vad som ska uppfattas som viktigt och "sant" leder det vanligen till att man förstärker, vinner trovärdighet åt, mobiliserar samtycke eller skänker legitimitet åt en avkodning inom "de dominanta definitionernas gränser" (Hall 1977, 1980). I detta arbete har medierna ett egenintresse eftersom

de måste upprätthålla den egna legitimiteten och bevaka det egna förtroendekapitalet såväl hos dominerande skikt som hos den breda allmänheten. Det kan ur nyhetsredaktionernas perspektiv ses som ett sätt att vara effektiva, när de tilldelar ackrediterade källor, personer med makt och status, tolkningsföreträdare (Hall et al 1978).

Om de antaganden om gemensamma samhällsvärderingar som nyhetsarbetet baseras på, samtidigt tenderar att upprätthålla och bevara rådande ojämlika maktförhållanden kan det även ses som ett uttryck för att medierna arbetar ideologiskt (Thompson 1990). Detta teoretiska perspektiv gör nyhetsutbudet intressant att studera empiriskt med avseende på vilka värderingar som nyhetsprogrammen förutsätter vara gemensamma och i vilken utsträckning dessa värderingar gynnar dominerande skikts intressen.

### **Medier och rasismens diskurs**

I olika sammanhang har Hall hävdade att de karakteristiska dragen i diskurser där rasrelationer konstrueras bygger på historiska föreställningar om överlägsenhet och underlägsenhet som utgör en del av en common sense ideologi (Hall 1980, 1981). Rasialisering sker inte avsiktligt eller ens medvetet. Ideologi arbetar, som Hall övertygande har sagt, mest aktivt när vi inte är medvetna om att det sätt på vilket vi formulerar och konstruerar ett uttalande om världen är underbyggt av ideologiska premisser (Hall 1977).

Det sätt brittiska medier reproducerar rasistisk ideologi på är både komplext och subtilt. Hall (1981) menar dock att det går att urskilja två typiska former, som båda utgår från en gemensam föreställning om att det finns för många svarta personer i samhället och att dessa bör sändas tillbaka till sina ursprungsländer. Den ena formen är när medier öppet återger rasistiska idéer genom intervjuer. Det ger offentlighet åt rasistiska uppfattningar och sänker samtidigt tröskeln för vad som är allmänt acceptabelt och tillåtet att säga offentligt om invandrare och etniska minoriteter. Därigenom blir rasism accepterad och sann, det som alla vet och öppet talar om. Den andra formen som medierna använder och som oavsiktligt bidrar till rasismens diskurs sker mer subtilt och är samtidigt mer utbredd. Det sker när ras och invandrare belyses som problem och ingredienser i konfliktsituationer. Det sker när svarta människor sägs skapa problem i det vita brittiska samhället och konsekvent uppvisas som lagbrytare och kriminella eller räknas i antalet svarta personer och vad man ska göra med dem (Hall et al 1978, Hall 1981).

I nyhetsmedier har demonstrationsrapportering av tradition kommit att ses ur ett polisiärt perspektiv med fokus på bråkande demonstranter och förtigande av de-

monstrationernas syften och motiv (se Halloran et al 1970, Murdock 1973/81, Hallin 1986, Mcleod & Hertog 1992). När det gäller antirasistiska demonstranter har brittiska studier av konservativ press under åttiotalet visat att de framställts i negativa termer, som extremistiska agitatorer och vänsterfanatiker (Murray 1986, Seider 1988, van Dijk 1991). De har ansetts provocera fram disharmoni, kaos och vit skuld i samhället. Förutom den uppenbart negativa presentationen så har även mer subtila uttryck dokumenterats som konstruerar antirasister som de skyldiga och de klandervärda.

Tankemodellen ”invandrare som problem” har även iakttagits i Sverige som ett centralt led i rasismens diskurs (Jonsson 1993) liksom föreställningen om att det är kulturmöten som alstrar rasism och som därför måste förhindras. Om vi inte har invandrare, så har vi inte heller några konfrontationer eller problem lyder den rasistiska logiken, som på senare tid vunnit spridning och acceptans i den svenska riksdagen. Liknande iakttagelser har gjorts i Danmark, där den dominerande invandrardiskursen framställer invandrare som skuld till sina problem (Schierup 1993). Det har medfört att etniska minoriteter i Danmark möts av en problemfylld verklighet i form av misstänksamhet och även en ny form av folkligt förankrad rasism.

Enligt forskning i olika västländer präglas mediernas bild av etniska minoriteter och invandrare av negativa sammanhang. Invandrare och etniska minoriteter framställs stereotypiserat som problem, hot eller i samband med kriminalitet, våld, konflikter, oacceptabla kulturella skillnader eller andra former av oönskade avvikelser (se van Dijk 1991). Det har gjort invandrare till samhällets ”inre fiender”, förbundna med samhällets etniska konflikter och ekonomiska tillbakagång. Segregering, diskriminering och rasism behandlas däremot sällan i medierna, eller behandlas som marginella problem. Van Dijk menar att medierna i västvärlden ser sig som en representant för den vita maktstrukturen och begränsar eller exkluderar de etniska minoriteternas uppfattningar. Händelser i etniska områden ses från en vit mans värld och kategoriseras som dom i motsats till oss. I Sverige lät Diskrimineringsutredningen utföra två nyhetsstudier i början av 80-talet, som påvisade invandrades och flyktingars dominans i negativa och problematiska sammanhang (Öberg, Hedman & Brune 1985, Brune 1990).

Senare studier av amerikanska tv-nyheter ger på olika sätt stöd för tidigare slutsatsers fortsatta aktualitet (Campbell 1995). Tv-nyheterna marginaliserar icke-vita i det amerikanska samhället och underhåller föreställningen om skillnader mellan vita och icke-vita människor. Icke-vita människor framställs som de andra och de hotfulla, med undantag från icke-vita amerikaners framgångar i sport och i underhållningsbranschen. Forskning om mediebevakning av muslimer i västvärlden ger

ytterligare stöd för mediernas exkluderande och diskriminerande verksamhet. Mediernas förmedling av muslimsk invandrarkultur präglas av förvrängningar, halvsanningar, utelämnande och stereotyper (se antologin av Dindler & Olesen 1988, Hvitfeldt 1990). Västvärldens diskurs om islam och muslimer har kallats "den latent orientalismen" (Said 1978). Denna diskurs innebär att det har blivit naturgivet och allmänt accepterat att islam och muslimer är förbundet med krig, konflikter och religiös fanatism. I detta sammanhang är det viktigt att framhålla sambandet mellan de nationella mediernas utrikesrapportering från krigs- och krisområden i Mellanöstern, som under längre tid fokuserat på fanatisk muslimsk fundamentalism respektive terrorism. Det är med stöd av dessa mediebilder som invandrarfientliga politiska partier senare vunnit valframgångar.

Med utgångspunkt i denna översikt över den senare forskningen gällande såväl rasism och antirasism, som nyhetsmediernas sätt att fungera, skall jag nu övergå till att presentera en del resultat från den undersökning jag företagit. Jag skall ge en del svar på frågorna; vad innehöll tv-nyheterna och vilka narrativa strukturer kunde avläsas över tid?

### **Rasism och antirasism i den svenska nyhets televisionen i början av 1990-talet**

Televisionens nyhetsrapportering om rasism och antirasism vintern 1991/92 formades, avsiktligt eller ej, till en sammanhängande berättelse eller narration, som inleddes i augusti och avslutades i februari. Berättelsens diakrona struktur inleddes med rapporter och reportage om nynazistiska organisationers rasistiska våldsattentat mot flyktingar i Tyskland följt av reportage om motsvarande svenska organisationer. Dessa rapporter aktualiserade i sin tur nyhetsreportage om svenska ungdomars sympati för nynazistiska och invandrarhatiska partier. Med dessa händelser gav nyhetsredaktionerna intryck av att de uppstod i ett föregående tillstånd av social harmoni. Därefter inträffade mordet på den iranske studenten Jimmy Ranjbar följt av ytterligare en rad beskjutningar av invandrare i Stockholmsområdet. Mordet blev startpunkt för ett nytt equilibrium i vinterns nyhetsberättelse. Denna gång i form av ett samlat motstånd mot rasistiskt våld i Sverige. Här fick olika antirasistiska demonstrationer, spontana likaväl som organiserade, samt politiker en central roll.

Nyhetsberättelsens synkrona struktur utgjordes av en tudelning mellan rasism och antirasism. Rasism definierades i nyheterna som rasistiskt våld iscensatt av ett fåtal rasistiska aktörer, en ensam galning (lasermördaren) och ett femtiotal missanpassade skinheads (VAM). Rasism framställdes som något avgränsat, något som

går att ringa in, peka ut och försvara sig emot med hjälp av ordningsmakten, polismyndigheten och lagstiftningen. Rasistiskt våld begripliggjordes som en avvikelse från det normala, dvs något onormalt, abnormt och sjukt. Med metaforen sjukdom, kunde rasism även förstås som något smittosamt, som kan spridas, speciellt bland unga och oskyldiga människor. Men i likhet med andra sjukdomar kan smittospridningen föregripas med vaccinering, som i det här fallet blev liktydigt med upplysning.

Antirasism definierades som protester mot rasistiskt våld, ett moraliskt ställningstagande som vi alla antogs kunna dela. Antirasismens aktörer framställdes som de många, de utbildade och de unga. Det var personer med ett vänskapsförhållande till invandrare, men endast undantagsvis som invandrare. Att invandrare inte klart identifierades som en del av den antirasistiska rörelsen kan samtidigt ses som ett uttryck för att etnocentrism arbetade under ytan.

I nyhetsrapporteringen vintern 1991/92 antog rasism genom de rasistiska aktörerna visserligen tre former eller uttryck; ett patologiskt, en form av kriminalitet och en form av politisk handling.<sup>5</sup> Men det var rasism som en form av kriminalitet som kom att dominera nyheternas rapportering.

Med den så kallade lasermördaren, förövaren av en serie grova våldsattentat mot enskilda invandrade män, fick rasism en patologisk förklaring i nyheterna.<sup>6</sup> Lasermannen betecknades genast som en ensam galning. Denna beteckning övertog nyheterna av polisen, trots att den stod i strid med den förståelse som de själva lagt grund för tiden innan det rasistiska mordet, och trots att den stod i strid med olika invandrarföreningar som anförde en teori om att det kunde finnas rasistiska organisationer bakom det tilltagande våldet mot invandrare i Sverige.

I nyheterna framställdes VAM länge som en rasistisk terrororganisation och en organisation med politiska motiv. Ett journalistiskt avslöjande om nazistiska nätverk i Europa i början på hösten 1991, i vilket VAM var indraget gjorde att gruppens kriminella verksamhet i form av inbrott i vapenförråd kunde tolkas som överlagda förberedelser för raskrig. Utrustade med en rasideologi, iklädda brunskjortor och andra yttre igenkänningstecken blev de själva symbolen för rasism i Sverige. Men trots de till synes klara rasistiska motiven dömdes organisationens medlemmar inte i någon rättslig instans för hets mot folkgrupp eller för olaga diskriminering. Samtidigt avfärdade både regeringen och rikspolisen varje påstående om att organisationen skulle vara politisk. Detta kan förmodas ha medfört att även nyhetsredaktionerna valde att framställa VAM som en grupp kriminella.<sup>7</sup>

Några förklaringar till det tilltagande rasistiska våldet presenterades inte i nyheterna och det gjordes heller inga försök från nyhetsredaktionernas sida att relatera det rasistiska våldet till den restriktiva flyktingpolitiken. Detta trots att rasistiskt

våld sällan uppträder helt oberoende av maktfaktorer i samhället (jmf Wiewiorka 1995). Hela det forskningsfält som de senaste decennierna ägnat sig åt att förklara rasismens komplexitet och ge sociala, strukturella och kulturella aspekter på rasism, osynliggjordes i nyhetsrapporteringen.

Den syn på rasism som användes i nyhetsmedierna kan sägas ha varit förenlig med den som länge haft företräde inom forskningen och präglat den offentliga synen.<sup>8</sup> Eftersom det är få personer som öppet ger stöd för en rasistisk doktrin, har politiker kunnat konstatera att rasism är ett marginellt fenomen i det svenska samhället. På liknande sätt resonerar man i olika västeuropeiska länder, i Australien och i USA. Och det är inte enbart bland politiker man anser rasismen vara marginell, liknande uppfattningar har även dokumenterats bland företagsledare, journalister och inom akademien (van Dijk 1991, 1993, Essed 1993). Detta får till konsekvens att rasism vanligen debatteras som något som finns någon annanstans och som är någon annans problem. I detta sammanhang bortser man från att det finns undersökningar som visar att invandrare och etniska minoriteter inte uppfattar att rasism skulle vara ett marginellt problem, utan tvärtom något mycket utbrett och något som de dagligen möter i det svenska samhället.

Under denna period av intensiv nyhetsrapportering om rasistiskt våld, var framställningen av invandrare mer positiv än någonsin tidigare. I förgrunden fanns invandrare som varit länge i Sverige och som framhölls ha bidragit till den svenska välfärden. Borta var den klassiska mediebilderna av de kriminella invandrarna och de lyckosökande flyktingarna. Men samtidigt tilldelades invandrare offerets roll. I sin roll som offer mötte invandrare stor sympati, men offerrollen kan samtidigt betraktas som ett omyndigförklarade av invandrare. Invandrare fick komma till tals för att tala om sin fruktan. Men de fick däremot inte möjlighet att analysera den nya situationen och det våld de utsattes för i medierna. Det var polisen, politikerna och nyhetsjournalisterna som tolkade händelseutvecklingen.

Antirasism fick en motsägelsefull framtoning i nyhetsprogrammen i början av nittioalet. I nyhetsrapporteringen från de många demonstrationerna som följde av lasermannens dåd framställdes demonstranterna i hög grad som goda föredömen genom sin ungdom och sin öppna solidaritet. I nyhetsrapporteringen från de årliga demonstrationerna mot rasism den 30 november var bilden av antirasister däremot huvudsakligen negativ. Antirasismen begripliggjordes inte längre som norm och antirasister framstod inte längre som de normala. Rakt igenom denna nyhetsberättelse fanns en strukturell tudelning mellan demonstranter och det övriga samhället. Ett nytt jämviktstillstånd skapades i nyhetsberättelsen med hjälp av polisen.

Nyhetsprogrammen kom även att etablera en uppdelning mellan bråkiga antirasister och fredliga. Den 30 november 1992 arrangerade myndigheterna i Lund

demonstrationer mot rasism på dagtid. I nyhetsrapporteringen framställdes dessa demonstranter som de fredliga i kontrast mot de bråkiga som demonstrerade på kvällstid. Det var samtidigt de senare som ägnades mest medieuppmärksamhet.

I samband med 30 november demonstrationerna intog nyhetsmedierna rollen av biträdande ordningsmakt i en strävan att återställa lag och ordning. Det som var problematiskt för ordningspolisen gjorde nyhetsmedierna till ett samhällsproblem inte minst ur skattebetalarnas synvinkel. Det medförde att när polisen buntade ihop rasister och antirasister som lika bråkiga och hotfulla, så gjorde även nyhetsmedierna det. Bråkiga demonstranter klandrades av polisen, regeringen och nyhetsmedierna. Det gjorde nyheterna än en gång till agenter för social kontroll och stabilitet (jmf Ericson mfl 1991). Det blev en normalitetsdiskurs om lag, ordning och moral. Liknande iakttagelser har tidigare gjorts i bland annat Storbritannien (Hall 1981).

Vad implicerar då dessa resultat och vilka slutsatser leder det till? Jag vill hävda att undersökningsresultaten visar att nyhetsmedierna arbetade ideologiskt både i betydelsen maktutövande och i betydelsen att de stärkte den nationella sammanhållningen.

### **Nyhetsmediernas ideologiarbete**

Den svenska televisionen kan sägas ha arbetat ideologiskt i betydelsen förstärkt rådande maktförhållanden och invandrares underordning, på en rad olika sätt i början av 1990-talet. Det gjordes både genom att invandrare kategoriserades som omyndiga eller som samhällsproblematiska. Ett sådant sammanhang var när invandrares närvaro marginaliserades eller gavs en negativ framtoning i samband med de många demonstrationerna mot rasism. Under de årliga 30 november demonstrationerna fick invandrarungdom huvudsakligen representera bråkiga och hotfulla antirasister. Demonstrationerna mot rasism kom att framställas som en huvudsakligen svensk angelägenhet. Framställningen av invandrarnas sorgemanifestation till följd av de många invandrarattentaten kan också ses som en maktutövning från nyhetsmediernas sida. Den inledningsvis uppbackade manifestationen framställdes, när den väl ägde rum, som om den saknade ett brett stöd från den svenska allmänheten.

Nyhetsredaktionernas oförmåga eller ovilja att utforska rasismens komplexitet, samt dess legitimeringen av rasism som ett marginellt problem i enlighet med polisens och den politiska elitens uppfattning, är en annan form av maktutövning. Den kanske mest påtagliga bristen i nyhetsrapporteringen om rasism var bristen på analys av invandrarhatets samband med strukturella faktorer. Frågan om vad det är



för ett samhälle som genererar rasism och motvilja mot invandrare restes aldrig. Nyhetsredaktionerna tog inte de tillfällen som erbjöds att under denna period problematisera sambandet mellan rasism, diskriminering och flyktingpolitik.

Nyhetsmediernas rapportering från demonstrationerna den 30 november kan också betecknas som ideologisk, såttillvida att demonstrationerna mot rasism framställdes som både obegripliga och oförsvarliga – ett hot mot demokratin snarare än en motvikt mot odemokratiska krafter. Demonstrationerna som det verkliga samhällsproblemet. För att etablera det normala och skapa stabilitet försåg nyheterna allmänheten med en version av att demonstrationerna generellt var ordningsstörande. Konflikten i den årliga berättelsen från demonstrationerna kom att handla om demonstrationstillståndens efterlevnad, ett mått på demokratins spelregler. Nyhetsrapporteringen från demonstrationerna vilade tungt på polisen som källa och på polisens bedömningar av hur demonstrationerna genomfördes.

### **Nyhetsarbete i nationens intresse**

Nyhetsrapporteringen om rasism och antirasism kan även sägas ha varit ideologiskt betydelsefull för vår förståelse av nationen och den samhälleliga integrationsen. Det anseende som Sverige erhållit internationellt under 1970-talet, som ett föredöme i invandrar- och flyktingpolitiska frågor, ett land väglett av moral och internationell solidaritet, en fristad för världens politiska flyktingar, ett land där jämlikhet och välfärd åt alla varit det främsta kännetecknet, var i början av 1990-talet sedan länge ifrågasatt. Det rasistiska våldet i Sverige, som fick stor internationell uppmärksamhet, kan ytterligare ha bidragit till att skada detta anseende. Nyhetsrapporteringen gav därför en ny injektion till stöd för den nationella självbilden genom att åter samla nationen mot rasistiskt våld och utmåla Sverige som en invandrar-tolerant och stabil nation.

Nationella nyhetsmedier kan generellt sägas ingå i den konsensusskapande process som syftar till att löpande producera identifikation mellan medborgare och nationalstaten. Det finns anledning att förmoda att denna uppgift har blivit mer framträdande i takt med den pågående internationaliseringen av kapitalmarknaden och senare tids ökande internationella folkomflyttningar. Det kan medföra det paradoxala att samtidigt som nyhetsmedier fördömer rasism och uppfordrar allmänheten till etnisk tolerans, så utvecklas en blindhet för den kulturalisering som medierna själva producerar, när invandrade kulturer och andra nationaliteter stereotypiseras som avvikande, främmande och hotfulla. ■

## Noter

<sup>1</sup> Vad och hur mycket nyhetspubliken tar till sig av nyhetsmeddelanden är en omstridd fråga inom forskningen. I Stuart Halls klassiska encoding-decoding-model teoretiseras tre ideala läsnings- eller uttolkningspositioner; den hegemoniska, den förhandlande och den oppositionella (Hall 1980a, se även en kritik av modellen i Cruz & Lewis 1989). Empiriska studier har dock visat att publiken framförallt godtar nyhetsmediernas tolkningar okritiskt, dvs intar en hegemonisk avläsningsposition (se t ex Jensen 1986).

<sup>2</sup> Artikeln bygger på en doktorsavhandling (Löwander 1997) där denna studie finns presenterad i sin helhet.

<sup>3</sup> För den som vill läsa om hela undersökningen och de sju olika delstudierna hänvisar jag till Löwander (1997).

<sup>4</sup>Till detta kan även läggas de fem generella sätt på vilka enligt Thompson (1990) ideologi i betydelsen maktutövning kan operera i medierna; legitimering, maskering, likriktning, fragmentering och normalisering.

<sup>5</sup>En liknande kategorisering har den amerikanske medieforskaren Picard (1993) funnit att amerikanska medier använder vid kategorisering av terrorister.

<sup>6</sup>Det var den gärningsman som under vintern 1991/92 beskjöt sammanlagt elva män med invandrarbakgrund i Stockholmstrakten. Gärningsmannen använde ett gevär utrustat med lasersikte, därav beteckningen laser-mördaren.

<sup>7</sup>En liknande iakttagelse gjorde de tre brittiska mediesociologerna Elliot, Murdock och Schlesinger (1982) i sina studier av terrorism. De fann att IRA i den officiella brittiska politiska diskursen enbart karaktäriserades som en kriminell organisation, inte som en politisk.

<sup>8</sup>Enligt den officiella definitionen är rasism en rasideologi som uttrycker en föreställning om den egna folkgruppens överlägsenhet och en uppfattning om att det finns biologiska skillnader mellan folkgrupper, som gör det motiverat att dela in dessa i mer eller mindre värda. Den folkgrupp som betraktar sig som en mervärdig "ras" anser sig ha rätt att förtrycka, utnyttja eller kontrollera de andra och tvinga dem att leva åtskilda från andra folkgrupper (SOU 1989: 13 s 19). Samtidigt konstaterade samma utredning att den moderna rasismen inte är antisemitisk utan i första hand riktad mot invandrare som generell grupp och förordar repatriering av flyktingar och invandrare (SOU 1989: 14 s 55).

## Referenser

- Amin, S. (1989) *Eurocentrism*. London: Zed.
- Balibar, E. (1991) "Racism and nationalism", Balibar, E. & I. Wallerstein (red) *Race, Nation, Class – Ambiguous Identities*. London: Verso.
- Barker, M. (1981) *The New Racism*. London: Junction Books.
- Braham, P., Rattansi, A. & R. Skellington (1992) *Racism and Antiracism. Inequalities, Opportunities and Policies*. London: SAGE.
- Brune, Y. (1990) *Flyktingfrågorna i pressen 1985–1988*. Stockholm: DEIFO. Rapport nr 14.
- Campbell, C. (1995) *Race, Myth and the News*. London: SAGE.
- Castles, S. (1996) "Introduction", Vasta, E. & S. Castles (red) *The Teeth are Smiling, the Persistence of Racism in Multicultural Australia*. Sydney: Allen and Unwin.
- Cruz, J. and J. Lewis (1989) "Reflections upon the Encoding/Decoding Model: an Interview with Stuart Hall", in Cruz, J. & J. Lewis (red) *Viewing, Reading, Listening, Audiences and Cultural Reception*. Boulder: Westview Press.
- Dindler, S. & A. Olesen (1988) *Islam og muslimer i de danske medier*. Statens Humanistiske forskningsråd: Aarhus universitetsforlag.
- Duffield, M. (1984) "New Racism... New Realism – Two Sides of the Same Coin", in *Radical Philosophy*, vol 37:29–34.
- Ececrantz, J. & T. Olsson (1994) *Det redigerade samhället – om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnufts historia*. Stockholm: Carlssons förlag.
- Elliot, M. (1991) "Förtroendet för massmedierna", i Weibull, L. & S. Holmberg (red) *Åsikter om massmedier och samhälle*. Göteborgs universitet, institutionen för journalistik och masskommunikation, SOM rapport nr 7.
- Elliot, P., Murdock, G & P. Schlesinger (1986) "'Terrorism' and the State: a Case Study of the Discourses of Television", in Collins, R. m fl (red) *Media, Culture & Society – a Critical Reader*. London: SAGE.
- Ericson, R., Baranek, P. & J. Chan (1991) *Representing Order: Crime, Law and Justice in the News Media*. Milton Keynes: Open University Press.
- Essed, P. (1993) "The Politics of Marginal Inclusion: Racism in an Organisational Context", i Solomos, J. & J. Wrench (red) *Racism and Migration in Western Europe*. Oxford/Providence: Berg Publishers.
- Fanon, F. (1967) *Toward the African Revolution*. London: Writers and Readers.
- Gilroy, P. (1992) *There ain't no Black in the Union Jack – The Cultural Politics of Race and Nation*. London: Hutchinson.
- Gordon, A. & C. Newfield (1996) *Mapping Multiculturalism*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Hackett, R. (1984) "Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies", in *Critical Studies in Mass Communication*, (3) 229–259.
- Hall, S. (1992) "The West and the Rest: discourse and power", in Hall, S. & B. Gieben (red) *Formation of Modernity*. London: Polity Press in association with The Open University.
- Hall, S. (1981) "The White of their Eyes", i Bridges, G. & R. Brunt (red) *Silver Linings*. London: Lawrence and

Wishart.

Hall, S. (1980a) "Encoding/Decoding in Television Discourse", i Hall, S. m fl *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.

Hall, S. (1980) "Race, Articulation and Societies Structured in Dominance", i *UNESCO Sociological Theories: Race and Colonialism*. Paris: UNESCO.

Hall, S. (1977) "Culture, the Media and the Ideological Effect", i Curran, J. m fl (red) *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.

Hall, S. (1974) "Media Power: The Double Bind", i *Journal of Communication*, no 24:19–26.

Hall, S. (1973/81) "The Determination of News Photographs", i Cohen, S. & J. Young (red) *The Manufacturing of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media*. London: SAGE.

Hall, S. (1970/81) "A World at One with Itself", i Cohen, S. J. Young (red) *The Manufacturing of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media*. London: SAGE.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & B. Roberts (1978) *Policing the Crisis: Mugging the State and Law and Order*. London: Methuen.

Hallin, D. (1986) *The 'Uncensored War': The Media and Vietnam*. New York: Oxford University Press.

Halloran, J., Elliott, P. & G. Murdock (1970) *Demonstrations and Communications: A Case Study*. Harmondsworth: Penguin Books.

Hobsbawm, E. (1993) "Xenofobins återkomst", i *Ordfront magasin*, nr 1:30–37.

Hvitfeldt, H. (1990) "Svenska attityder till islam", i Holmberg, S. & L. Weibull (red) *Politiska opinioner*. Göteborgs universitet, institutionen för journalistik och masskommunikation. SOM-rapport nr 6.

Jensen, K. B. (1991) "Introduction", i Jensen, K.B. & N. Jankowski (red) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London and New York: Routledge

Jensen, K.B. (1986) "News as Social Resource: a Qualitative Empirical Study of the Reception of Danish Television News", i *European Journal of Communication*, 3: 275–301.

Jonsson, S. (1993) *De Andra: amerikanska kulturkrig och europeisk rasism*. Stockholm: Norstedts.

Löwander, B. (1997) *Rasism och antirasism på dagordningen – studier av televisionens nyhetsrapportering i början av 1990-talet*. Doctoral theses at the Department of Sociology, Umeå university, no 6 1997.

McLeod, D. & J. Hertog (1992) "The Manufacture of 'Public Opinion' by Reporters: Informal Cues for Public Perceptions of Protest Groups", i *Discourse & Society*, Vol 3, No 3:259–277.

Melucci, A. (1991) *Nomader i nuet – sociala rörelser och individuella behov i dagens samhälle*. Göteborg: Daidalos.

Miles, R. (1994) "Explaining Racism i Contemporary Europe", i Rattansi, A. & S. Westwood (red) *Racism, Modernity, Identity on the Western Front*. Oxford: Polity Press.

Molina, I. & M. Tesfahuney (1996) "Multikulturalism i teorin och i praktiken", i *Häftan för Kritiska Studier*, nr

1:4–14.

Mouffe, C. (1994) "Vänsterprojektet och den radikala demokratin", i *Ord och Bild* nr 1:4–6.

Murdoch, G. (1973/81) "Political Deviance: the Press Presentation of a Militant Mass Demonstration", i Cohen, S. & J. Young (red) *The Manufacture of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media*. London: SAGE.

Murray, N. (1986) "Anti-Racists and Other Demons: the Press and Ideology in Thatcher's Britain", i *Race & Class*, XXVII, 3:1–19.

Peterson, A. (1995) "Antirasistiska regnbågskoalitioner", i *Invandrare och Minoriteter* nr 4:17–20.

Peterson, A. (1997) *Neo-Sectarianism and Rainbow Coalitions: The Antiracist Movement in Contemporary Sweden*. Alderhot: Avebury Press.

Picard, R. (1993) *Media Portrayals of Terrorism*. Iowa: Iowa State University Press/Ames.

Pred, A. (1995) "Out of Bounds and Undisciplined: Social Inquiry and the Current Moment of Danger", i *Social Research*, 62:4, pp 1065–1091.

Schierup, C-U. (1993) *På kulturens slagmark – mindretal og størretal taler om Danmark*. Esbjerg: Sydjysk Universitetsforlag.

Schierup, C-U. (1991) "The Puzzle of Transethnic Society", i Ålund, A. & C-U. Schierup (red) *Paradoxes of Multiculturalism*. Aldershot: Avebury.

Seider, G. (1988) "The British New Right's "Enemy Within": the Antiracists", i Smitherman-Donaldson, G. & T. van Dijk (red) *Discourse and Discrimination*. Detroit: Wayne State University Press.

Taylor, C. (1994) *Det mångkulturella samhället och erkännandets politik*. Göteborg: Daidalos.

Twitchin, J. (1988) *The Black and White Media Show Book. Handbook for the study of Racism and Television*. Staffordshire: Trentham Books.

Thompson, J. B. (1990) *Ideology and Modern Culture: Critical Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.

Van Dijk, T. (1993) "Denying Racism: Elite Discourse and Racism", i Solomos, J. & J. Wrench (red) *Racism and Migration in Western Europe*. Oxford/Providence: Berg Publishers.

Van Dijk, T. (1991) *Racism and the Press*. London: Routledge.

Vasta, E. and S. Castles (1996) *The Teeth are Smiling, the Persistence of Racism in Multicultural Australia*. Sydney: Allen and Unwin.

Wetherell, M. & J. Potter (1992) *Mapping the Language of Racism, Discourse and the Legitimation of Exploitation*. New York: Harvester Wheatsheaf.

Wieviorka, M. (1995) *The Arena of Racism*. London: SAGE.

Öberg, S., L. Hedman & Y. Brune (1985) *Invandrare i tystnadsspiralen*. En rapport från Diskrimineringsutredningen. Stockholm: Arbetsmarknadsdepartementet.

---

## **ABSTRACT**

### **Racism and Anti-racism on the Agenda. Studies of Swedish Television News in the beginning of the 1990s.**

BIRGITTA LÖWANDER

The way the news defines social phenomena has significance for our collective imaginations. When the news broadcasters are about to make the world comprehensible and accessible to the audience, they have to consider and extend what is already commonly known and accepted as true. How the news media make sense of racism and anti-racism was focused in a research project comprising several substudies and different empirical data. The public television news broadcast from the beginning of the 1990s was used as the basis. This was a period when the political climate regarding refugees in Sweden was hardening and racial violence towards immigrants and refugees increased.

The author's main conclusion is that, for the news to be effective and credible, the news media follow, relatively uncritically, the conventions that they themselves have created. Racism is defined as racial violence, and in the news coverage racism is reduced to a form of criminal behaviour or a pathological defect. The whole field of research that in recent decades has debated the complexity of racism remains invisible. Anti-racism, at the same time, is represented as a protest against racial violence. News coverage of racism and anti-racism, accordingly, constitutes part of a common sense ideology of normality opposed to extremism, where anti-racist demonstrations are interpreted in terms of extremism rather than as protest against inequity or as a defence of human rights. The news media are the guardians of social control and stability, the study concludes, acting to restore the national self-portrait of a tolerant nation.

---

# Medier och (populär)kultur

HILLEVI GANETZ

Inom svensk och internationell medieforskning talas det idag om att det skett en kvalitativ och kulturell vändning. De kvantitativa metoder som varit dominerande sedan masskommunikationsforskningens födelse har på allvar utmanats av etnografiska, receptions- och textanalytiska studier och intresset för frågor om medier och samhälle har kompletterats med frågor om medier och kultur. Den kulturanalytiskt orienterade medieforskningen kan i korthet sägas betrakta mediernas utbud och innehåll som en del av symbolmiljön, som bärare av samhällets kultur i vid mening. Här är syftet att närmare presentera och diskutera centrala begrepp och teorier inom denna del av medieforskningen.

Den kulturella vändningen inom medieforskningen är sammankopplad med att en speciell forskningstradition vunnit större och större inflytande på fältet sedan slutet av 1970-talet. Forskningstraditionen kallas *cultural studies* och då denna tradition omfattar ett specifikt kulturbegrepp, vill jag inleda denna artikel med att reda ut detta i någon mån. Därefter följer en diskussion om vad som kan sägas känneteckna den heterogena teoritradition som kommit att kallas för *cultural studies*. Även begreppet populärkultur, som kommit att bli allt mer centralt inom dagens medieforskning, tas upp till diskussion, då vi idag står inför en situation där en stor del, kanske den största delen, av medieutbudet består av populärkulturella texter i vid mening. Artikeln avslutas med en analys av ett par rocktexter vilken utgör ett exempel på hur medierade texter (i vid mening) kan analyseras som delar i ett kulturellt samtal.

---

**HILLEVI GANETZ**, filosofie doktor i medie- och kommunikationsvetenskap. För närvarande verksam som lektor på Södertörns högskola i Stockholm. Forskare i kulturforskningsprojektet "Populära passager. Medierna i det moderna konsumtionsrummet" (1998-2002), finansierat av Riksbankens Jubileumsfond.

## Kulturbegreppet

Det är enligt Storey (1993) möjligt att grovt sett urskilja fem olika betydelser av begreppet kultur, som alla är beroende av den tidpunkt varunder de utformas. Den första och tidigaste återfinns i skrifter från 1400-talet och refererar till omsorgen och förbättrandet – kultiverandet – av grödor och djur. Den andra betydelsen uppstod under det tidiga 1500-talet och omfattade då också det mänskliga medvetandet. Inte bara djur och grödor kunde kultiveras utan också människan. Snart utvecklades också idén att bara vissa människor – vissa individer, grupper och klasser – var ”kultiverade”. Också vissa nationer var mer kultiverade än andra.

Den ”kultiverade” människan utmärktes av en specifik konstnärlig konsumtion och produktion som betod av ”fin” konst, litteratur, musik, teater etc., till skillnad från de ”okultiverades” estetiska produktion och konsumtion som kom att betraktas som lägre stående, om ens kultiverad. ”Kultur” kom alltså överfört att också beteckna de estetiska produkterna, en definition som fortfarande existerar idag. Under sent 1900-tal har det kulturbegrepp som syftar på de estetiska produkterna kommit att utvidgas till att också omfatta populärkulturen, dock med den reservationen att man fortfarande betraktar denna typ av kulturprodukter som lägre stående.

Den tredje definitionen av ”kultur” stammar från upplysningstiden och likställer kultur ungefär med social utveckling. Europa sågs som höjdpunkten för denna sociala utveckling eftersom världsdelen ur ett mycket etnocentriskt perspektiv ansågs präglad av alla tecken på civilisation och mänsklig kultivation.

En fjärde definition som utvecklades av samhällsvetenskaperna, särskilt sociologin och antropologin, ser ”kultur” som historiskt bestämda särskilda sätt att leva som bygger på gemensamma kunskaper, värderingar, erfarenheter och tankemönster, ett ”kollektivt medvetande”, som delas av olika grupper som nationer, klasser, del- och subkulturer (jfr Ehn & Löfgren 1982, s 13).

Den femte definitionen delar den fjärdes grunddefinition men lägger större vikt vid den symboliska dimensionen, vad kulturen *gör* snarare än vad den *är*. Den ser kultur som en social praktik mer än som ting (den kulturella elitens produkter) eller ett utvecklingsstadium (civilisation). Detta sätt att tänka grundar sig på studier av språket, vilket ses som fundamentalt för produktionen av mening. Den mänskliga praktiken *kommunikation* är det verktyg som bygger upp den gemensamma kulturen – utan möjlighet att kommunicera, individ till individ eller grupp till grupp, ingen gemensam kultur. Kultur ses alltså enligt den femte definitionen inte enbart som ett sätt att leva utan också som en samling praktiker genom vilka mening produceras och utväxlas inom en grupp. Denna grupp kan vara mycket stor (t ex ”svensk kultur”) eller liten (”arbetsplatskultur”).

Enligt denna kultursyn kan språket inte begränsas till själva det talade eller skriv-

na språket. Med ”språk” menas också *symboliska uttryck* som t ex bilder, musik och stil. Begreppet ”språk”, som alltså ses som ett fundament för kulturen, refererar med andra ord till alla symbol- och teckensystem genom vilka mening, dvs betydelse eller innebörd, produceras och cirkuleras i kulturen.

Som en följd av detta betraktar som sagt den kulturanalytiskt orienterade medieforskningen mediernas utbud och innehåll som en del av symbolmiljön, som bärare av samhällets kultur i vid mening. På så sätt kan man se exempelvis rocklyriken som texter vilka ingår i ett fortlöpande kulturellt ”samtal” om relationer, identitet, kärlek, arbete m m. Detta samtal sker via *medierad masskommunikation* – vad det gäller rocktexterna är mediet fonogrammet – och ofta sker denna kommunikation inom den delen av kulturen som kan kallas *populärkulturen*, ett begrepp jag kommer att återvända till nedan.

### **Cultural studies**

Inom den forskningstradition vari kulturbegreppet är så centralt och som kommit att kallas för cultural studies, finns det inte någon konsensus om hur denna forskningstradition ska definieras och avgränsas. Traditionen består inte av en enhetlig teori utan måste snarare betecknas som en process eller rörelse som utmärks just av teoretisk mångfald med hermeneutik, semiotik och post-strukturalism i centrum. Olika typer av kvalitativa metoder finns också representerade – dock förekommer det knappast kvantitativa studier inom traditionen. Cultural studies finns representerad i kulturvetenskapliga discipliner, eftersom den som det framgår av namnet studerar mänsklig(a) kultur(er).

Cultural studies, som idag finns fast förankrat i främst de anglosaxiska länderna, har sina rötter i Centre for Contemporary Cultural Studies som bildades 1963 i Birmingham.<sup>1</sup> I dagens läge har såväl de första teoriansatserna som analysobjekten mångfaldigats. Ehn (1994, s 4) menar sammanfattningsvis att cultural studies studerade och studerar ”hur kultur produceras och omvandlas till ’levd erfarenhet’, hur människors medvetande formas av historien och de sociala relationernas subjektiva innebörder. I fokus står samspelet mellan hur olika grupper och konflikter i samhället representeras offentligt i medier, politik och samhällsdebatt, och hur människor ser på sig själva och andra via dessa representationer”. Cultural studies ansluter till den kritiska teoritraditionen, utgående från Hegel, Marx och frankfurtskolan, som strävar efter att reducera och motverka begränsningar av individens och kollektivets frihet och som ifrågasätter samhälleliga maktrelationer. Till den kritiska teoritraditionen kan också feminismen räknas, men det var inte i kritiken och analysen av könsförtryck som cultural studies hade sin utgångspunkt, utan i

analysen av klassförtryck, även om det också så småningom tillfogades studier av maktrelationer vad gäller både kön och etnicitet.

Men man studerade inte enbart hur symbolisk makt utövas mot dem utan makt, utan också de maktlösa symboliska motstånd i form av subkulturell kreativitet. Ehn (1994) menar att man under senare tid inte längre så mycket studerar makt, motstånd och kreativitet med utgångspunkt från levda kulturer eller kulturella praktiker som till exempel de studier av ungdomliga delkulturer som en gång gjorde CCCS välkända utanför Storbritanniens gränser (se t ex Willis 1977, Hebdige 1979, McRobbie & Nava 1984). Idag ligger tyngdpunkten mer på studiet av "texter" i mycket vid mening, hur sociala relationer och maktförhållanden *re-presenteras* i medier, populärkultur, politik, utbildning och vetenskap.<sup>2</sup>

Inom medieforskningen har cultural studies kommit att spela en viktig roll, även om det ska betonas att bara en del av all den forskning som räknar sig in i traditionen är inriktad på medier. Det ska också noteras att endast en del av medieforskningen räknar sig till cultural studies. Framför allt är det synen på medier som bärare av samhällets kultur i vid mening samt fokuseringen på medieanvändningen som en del av vardagskulturen som har lyfts fram inom medieforskningen. Ehn (1994) menar att det är i skärningspunkten mellan det offentliga och privata som cultural studies analyserar kulturella formers *bruksvärde* och *resultat*. Detta har lett till att man inom medieforskningen har intresserat sig för till exempel tvåloperors och nyheterers bruksvärde (t ex Modleski 1982, Ang 1985, Dahlgren 1987). Vad gäller resultat har man studerat mediernas tendens att reproducera existerande hierarkier, men också deras förmåga att härbärgera element av kritik och motstånd (t ex Morley 1980, Radway 1984, Fiske 1987, Larsson 1989, McRobbie 1991). Av ovanstående exempel är det lätt att få intrycket att cultural studies' bidrag till medieforskningen enbart består av ett betonande av *receptionen* av medierade uttryck, vilket vore olyckligt då även analyser och tolkningar av själva det symboliska uttrycket, "texten" i vid mening, är ymnigt förekommande, dels som ett delmoment i en studie (t ex Radway 1984) och dels som huvudsakligt analysobjekt (Larsson 1989, se även flera av bidragen i Brown 1990).

Även om det är mycket svårt att avgränsa cultural studies är det några principiella perspektiv som är betecknande för traditionen:

- 1) Kulturella studier är intresserade av att förstå texters *mening*. Anglosaxiska cultural studies utgår oftast från semiotiska teorier, men här finns också uppenbara bryggor över till den hermeneutiska tolkningstraditionen.

- 2) Synen på *medier som symbolisk kommunikation*. Mediernas utbud och innehåll betraktas som en del av symbolmiljön, som bärare av samhällets kultur i vid mening. Medierade texter i vid mening betraktas som ingående i större symboliska



processer av medierad kommunikation och ses alltså inte som fritt svävande utan som *kontextberoende*.

3) Fokuseringen på *populärkulturella estetiska uttryck*, som är betydelsefulla i många människors vardagsliv men samtidigt marginaliserade av den etablerade kulturen.

4) Tematiseringen av *makt och motstånd* i populärkulturen.

## Populärkulturen

I det föregående har begreppet "populärkultur" nämnts flera gånger, vilket gör det nödvändigt att närmare diskutera vad populärkultur är. Storey (1993) beskriver sex definitionsförsök utifrån olika teoritraditioner och menar att det som förenar dessa är att populärkulturen ses som en produkt av industrialiseringen och urbaniseringen. Med andra ord är populärkulturen intimt sammanvävd med framväxten av det (hög)moderna.

Det första definitionsförsöket som finns bland flera teoritraditioner går ut på att avgränsa populärkultur till det som är populärt bland många människor. Som Storey (1993) påpekar är denna definition för vid – även om det äger sin riktighet att populärkulturella produkter brukas av många – då den kommer att inkludera sådant som traditionellt ses som finkultur (t ex Ravels *Bolero* eller varför inte *Bibeln*).

Ett andra sätt att definiera populärkultur är att se den som det som "blir över" då man bestämt vad som är finkultur. Vad som är finkultur bestäms ofta av dem som brukar den, dvs den välutbildade, kulturella eliten. Här kommer Pierre Bourdieus teorier om smak som ett sätt att markera klasskillnader in. Bourdieu själv vägrar att analysera populärkultur eller ens använda begreppet då han menar att alla akademiska analyser av populärkultur i sig blir nedvärderande. Även om det ligger mycket i denna vägran så kan det diskuteras om förtigandets väg är hållbar i längden, då den överlåter definitionsrätten till andra grupper och krafter.

Ett tredje sätt att avgränsa vad populärkultur är, är att se den som genomkommersiell "masskultur", producerad och styrd av en kulturindustri, en syn som den tidiga frankfurtskolan omhuldade men som även omfattas av värdekonserverativa kritiker. Också denna definition fångar något väsentligt, nämligen massproduktionen, men dess anhängare har haft och har en tendens att se brukarna som passiva offer, helt manipulerade av kulturindustrin. Alternativa läsningar, "motstånd", har inte kunnat analyseras eller inte observerats då fokus varit inställt på kulturindustrins manipulationer.

Ett fjärde sätt är att avgränsa populärkulturen är att se den som härstammande från den folkliga kulturen. Denna syn kan delvis tillskrivas den för cultural studies

så centrale forskaren John Fiske, men också och kanske framför allt, menar Storey (1993), de rockkritiker som gärna vill se "autentisk" rock som ett uttryck för en folklig, symbolisk protest eller till och med revolt mot det västerländska, kapitalistiska samhället. Också denna definition innehåller korn av sanning, men är samtidigt problematisk. Vilka är till exempel folket? Och vilken är kulturindustrins plats i det hela? I de västerländska samhällena producerar människor inte längre spontant kultur utifrån eget råmaterial. Även ett aldrig så rebelliskt rockband måste till exempel köpa sina instrument, anlita ett skivbolag för att spela in och distribuera en CD och framträda på livekonserter och i medierna.

Ett femte sätt att se på populärkulturen är att utgå från hegemonibegreppet. Populärkulturen ses här som en krigsskådeplats där striden står mellan samhällets under- och överordnade grupper och vapnen utgörs av symboliska uttryck – en syn på populärkulturen som dominerade särskilt den tidiga brittiska cultural studies-traditionen. En kritik som denna skola mött speciellt under senare tid är att det i vissa fall skett en trivialisering av och ensidig fokusering på det centrala begreppet "motstånd". Som Löfgren (1994, s 46) påpekar är inte alltid konsumenten eller medieförbrukaren en "den dominerande kulturens guerillamotståndare" som kreativt approprierar och transformerar, utan också i många fall en person som imiterar och anpassar sig.<sup>3</sup>

Ett sjätte sätt är att förneka klyftan mellan populär- och elitkultur och se allt som postmodern kultur – det finns inte längre någon skillnad mellan hög och låg kultur, gränserna är upplösta. I detta sammanhang brukar t ex så disparata teoretiker som Jean Baudrillard och Fredric Jameson nämnas. Också denna kultursyn har utsatts för kritik: många kritiker har hållit med om att gränserna mellan högt och lågt idag är mer suddiga men att klyftan trots allt finns kvar, vilket kan studeras i t ex vad som recenseras och inte recenseras på dagstidningarnas kultursidor.

Det är alltså mycket svårt, för att inte säga omöjligt, att avgränsa vad som är populär- och finkultur. Dessutom utgör sådana definitionsförsök en reproducering av en dikotomi som är tvivelaktig ur flera synvinklar. För det första får en användning av dikotomin följden att kulturerna kommer att framstå som väsensskilda, som helt särskilda och polära. Beteckningarna etablerar en klyfta mellan de två kulturerna som för bort tankarna från alla de broar som förbinder dem. I själva verket har de båda kulturerna aldrig varit helt åtskilda; det löper många fina trådar mellan dem, också i ett historiskt perspektiv.<sup>4</sup> Kommunikationen mellan kulturerna har till och med ökat: sen- eller postmoderna tendenser har om inte helt löst upp, så i alla fall otydliggjort många av gränserna mellan kulturerna, inte minst inom litteraturen (Jameson 1979, Laermans 1992). Jag skulle snarare än att tala om en postmodernisering av kulturen vilja tala om en ökad *intertextualisering*, ett ökat ömsesidigt be-

roende mellan ”höga” och ”låga” texter i vid mening i respektive kultur. Gränserna mellan kulturerna har inte blivit helt upplösta, men trafiken i form av ömsesidig utväxling av bland annat symboler och form har blivit livligare. Jag talar alltså inte här om intertextualitet i dess mer etablerade och avgränsade litteraturvetenskapliga mening, alltså *litterära* (skrivna, verbalspråkliga) texters ömsesidiga beroende av varandra. Användningen av begreppet bygger istället på den definition av kultur som används inom cultural studies, som inte avgränsas till talade och skrivna språkliga uttryck, utan omfattar alla symbol- och teckensystem genom vilka mening produceras och cirkuleras. Intertextualitet står alltså här för det ömsesidiga beroendet mellan texter i den vidare betydelse som innefattar alla sorters vävar av meningsfulla *symboliska uttryck*, vilket inkluderar litteratur men även till exempel musik och bilder.

Trots det ömsesidiga beroendet mellan ”höga” och ”låga” texter fortsätter bland annat de humanistiska vetenskaperna i hög grad att upprätthålla och vidmakthålla en väsensskillnad i det att man analyserar de två kulturernas texter var för sig.<sup>5</sup> Exempelvis litteraturvetenskapen fortsätter att reproducera den kanon som utgörs av elitlitteraturen, även om det ständigt pågår diskussioner om vilka författare eller texter denna består av. Intertextualiteten reduceras till att utreda hur texter ur denna litterära kanon är förbundna med varandra. Denna blindhet inför det samspel som finns mellan kulturerna, gör det mycket troligt att bland andra litteraturvetenskapen i framtiden kommer att få stora problem att analysera vår tids elitlitteratur, som är så beroende av och hämtar så många impulser från populärkulturen. Och vice versa, som till exempel många rocktexter är exempel på.

Att resonera i dikotomier får för det andra följden att de två kulturerna framstår som var och en väl sammanhållna och ensartade, som två klot utan sprickor och skador. I själva verket finns det stora variationer *inom* kulturerna: vad gäller litteraturen var det redan vid sekelskiftet möjligt att urskilja åtminstone fem olika typer av litteratur, varav tre skulle kunna sägas vara ”elitära” och två ”populära” (Boëthius 1990). Vid ett närmare studium av dagens litterära fält skulle det antagligen vara möjligt att konstatera ytterligare typer av litteratur.

Det heterogena litterära fält vi har idag har uppstått ur en relativ kulturell homogenitet. Enligt Peter Burke (1983) utmärks 1500-talets Europa av en folklig- och en adelskultur som samverkar och interagerar med varandra. Gradvis drar sig adelskulturen bort från den folkliga kulturen och vid 1700-talets slut är undandragandet fullbordat. Samtidigt börjar industrialismen växa sig stark, en ny klass – borgarklassen – får större och större inflytande och folkkulturen får både konkurrens och inspiration av masskulturen. Det litterära fältets splittring är alltså en mycket komplicerad historisk process där olika klassbaserade grupper har stridit

om herraväldet, vilket inte minst också haft ekonomiska orsaker. Dessa strider har ofta tagit uttryck i diskussioner om vad bra och dålig litteratur är, om "den goda smaken", "det symboliska våldets grova artilleri" som Toril Moi (1994, s 8) uttrycker det. Pierre Bourdieu (1979/1989) menar att smak både distingerar och klassificerar klasser i ett hierarkiskt system: smak är avgränsande gentemot andra sociala positioner samtidigt som den visar den sociala positionen. Bourdieu har beskrivit hur "den goda smaken", den legitima smaken, lärs ut på läroanstalterna i en evig cirkel: bärarna av den goda smaken får ständigt bekräftat att deras smak är god. Grunden för kulturernas åtskiljande är alltså inte bara en fråga om estetisk kvalitet, vilket ofta görs gällande. I den process som skapat kulturklyftan finns också starka ekonomiska och ideologiska intressen inblandade. Det är bland annat denna åtskillnadens ideologi som har gjort att fokus hamnat på det som särskiljer istället för det som förenar.

Ett historiskt perspektiv på uppdelningen av kulturen i högt och lågt avslöjar dessutom att vad som definieras som populär- och finkultur, dåligt eller bra, är helt beroende av historisk tidpunkt. Detsamma gäller populärkulturen överhuvudtaget, vilket inte minst kan iakttas i hur enskilda verk inom film, konst, musik, teater och litteratur har upp- och nedvärderats under olika perioder, liksom hela genrer, som exempelvis deckaren.<sup>6</sup>

Men trots invändningarna ovan mot en fortsatt reproduktion av dikotomin högt och lågt, så existerar kulturklyftan fortfarande – även om den är en ideologisk konstruktion som bör kritiseras så är den dock en högst reell sådan. Föreställningen om de två kulturerna finns inte enbart vid universiteten utan också i kulturen i stort. Även om ännu ingen framgångsrikt lyckats definiera skillnaden mellan de två kulturerna, så förstår alla människor omedelbart ungefär vad som avses med "populärkultur"; uppdelningen är alltså inte enbart akademisk. Och det går inte att förneka att det finns avsevärda skillnader mellan en *Harlequin-roman* och *Finnegans Wake*, att man där kanske till och med kan tala om en "klyfta", även om exemplet är mycket hårdraget.

Skillnaden mellan högt och lågt opererar alltså i praktiken, även om man skulle kunna säga att den rent teoretiskt har försvagats. Därför vill jag, trots invändningarna ovan, ändå ge en tentativ definition som fångar in några av de viktigaste kännetecknen för den företeelse som kallas populärkultur. Begreppet populärkultur kan sägas beteckna de massproducerade kulturprodukter som är använda och spridda i stora lager av befolkningen och som av dominerande smakinstanser klassas som mindre värda.

Svårigheten att åstadkomma hållbara definitioner vad gäller populärkulturen, avslöjas omedelbart då ovanstående definition prövas mot så konkreta objekt som

exempelvis Turid Lundqvists, Eva Dahlgrens och Kajsa Grytts rocktexter.<sup>7</sup> Till exempel är det mycket möjligt att en stor grupp människor med rätta anser att alla dessa tre är om inte elitkultur, så åtminstone en ”högre” variant av populärkultur. Detta på grund av att de alla utgör så tydliga författarsubjekt och att de alla omges av en autenticitets-aura, något som traditionellt sett är utmärkande för det som betraktas som elitkultur. Andra anser kanske att Eva Dahlgren och Kajsa Grytt var ”mer” populärkulturella i början av sina karriärer, då den ena deltog i den svenska schlagerfestivaluttagningen och den andra sjöng i ett nya vågen-band. Idag framträder Dahlgren med dirigenten Esa-Pekka Salonen och Kajsa Grytt skriver framgångsrik dramatik.<sup>8</sup> Detta visar att populärkulturen är ingen statisk och enhetlig ”massa” och att även populärkulturen är skiktad i högt och lågt. Också inom populärkulturen kan ibland hela genrer, men även enskilda verk och artister, förflytta sig uppåt och nedåt och också korsa den magiska gränsen till elitkulturen. Ovanstående definition fungerar alltså för generella kategorier som ”rocktexter”, ”FLN-romaner” eller ”tvåloperor”, men ska tillämpas med försiktighet då det gäller enskilda verk.

Tyvär har dock mycken av den populärkulturella forskningen, inom såväl medieforskning som andra vetenskaper (jfr Kleberg 1993), endast bekräftat fördomar om populärkulturen då metoden att studera populära texter varit kvantitativ. På så sätt har man (omedvetet) bekräftat en av fördomarna om sådana texter: att de är lika varandra och utbytbara och bör helst studeras i klump, som en enhetlig massa. Detta förfarande är ytterst sällsynt i förhållande till elitkulturens texter. Forskningen om sådana texter brukar respektera dessas individualitet och detta har understött uppfattningen att det individuella uttrycket präglar ”höga” texter. Denna ”goda” cirkel står i skarp kontrast till den ”onda” cirkel som så många studier av populärkulturella texter utgör.

Ericson (1991, s 18) noterar i sin genomgång av skandinavisk forskning om populärfiktion 1970-1985 att ”forskningsfältet till stor del upptas av en ”standard-analys”, som i förutsägbarhet och schablonmässighet inte kommer långt efter sitt studieobjekt – forskarna möter materialet med fast inställda förväntningshorisonter och låg grad av uppmärksamhet.” Det är alltså inte enbart metoden som avgör hur mångdimensionell en analys blir. Kvalitativa metoder måste inte med nödvändighet innebära en ”uppvärdering” av analysobjektet och kvantitativa metoder behöver inte ”nedvärdera” det, även om risken alltid finns. Absolut grundläggande för varje studie av populära texter som vill nå utöver den ”standardanalys” som omnämns i citatet är istället forskarens självreflexiva förmåga och öppenhet för de världar texterna öppnar. Det är *kombinationen* av förutfattade uppfattningar om analysobjektet och för grova metodologiska redskap som gjort så många studier av populär-

kulturella, medierade texter så påfallande endimensionella.

Det finns alltså lärdomar att dra från förutvarande forskning, både positiva och negativa sådana. Jag vill därför avrunda denna artikel med ett exempel, ett försök till tillämpning av det ovan sagda. Två rocktexter får fungera som utgångspunkt då de passar väl in i detta sammanhang: de är medierade, ses som populärkultur, utgör ett symboliskt uttryck i form av text. Är det möjligt att studera dem i ett kulturperspektiv? Hur skulle en kontextualiserande analys av ett symboliskt uttryck kunna se ut?

### **Eva Dahlgren + Anthony Giddens = sant?**

I Eva Dahlgrens texter är relationer mellan människor ett mycket tydligt tema och då avses både den nära, intima kärleksrelationen och relationer till människor överhuvudtaget. Vad det gäller de texter som behandlar kärleksrelationen fokuserar de såväl problemen att leva utan en nära relation, som problemen att leva i en sådan. Men det finns också texter representerade som behandlar lyckan i att vara i en nära relation – alla texter är alltså inte enbart fokuserade på problemen.

Jag har för näranalys valt ”Bara en väg ut” (1984) och ”Jag klär av mej naken” (1987). Båda texterna innehåller element som jag ser som typiska för Eva Dahlgrens texter om nära relationer överhuvudtaget. Genom analys av det specifika – författarens unika, individuella ”röst” – ska här det generella, den kulturella kontexten, tydliggöras.

Innan jag närmare fördjupar mig i analyser av textexemplen bör det klargöras varför det här inte talas om ”kärlek” – ett ord som många förknippar med populära sångtexter – utan istället ”relationer”. Skälet är helt enkelt det att Dahlgrens texter naturligtvis i viss mån handlar om kärlek, men att kärleken är en del – om än en viktig sådan – av relationen och inte tvärtom. Jag vill utifrån Giddens (1992/1995) se Dahlgrens texter som ett av många indicier på att senmoderniteten bland annat inneburit en övergång från den *romantiska kärleken* till den *sammanflödande kärleken*: idag handlar det mindre om att hitta en speciell person än om att hitta en speciell relation.

Giddens (1992/1995) menar att den moderna människan idag befinner sig i en *brytningstid* mellan två kärleksideal; den romantiska och den sammanflödande kärleken. Framför allt är det kvinnorna, ”modernitetens emotionella underhugare” (Giddens 1992/1995, s 171) som gått i spetsen för den intimitetens omvandling som lett till att båda könen fått en delvis annan syn på detta att leva i en nära relation till en annan. Det *romantiska kärleksidealet* härstammar ur det sena 1700-talet och byggde på en föreställning om sökandet och finnandet av ”den rätta/a”

och en idealisering av denna person. Det livslånga äktenskapet var en naturlig följd av finnandet av den rätta personen. Fungerade inte äktenskapet så berodde det på att man inte funnit rätt person, trots allt. Det romantiska kärleksidealet finns kvar än idag men, enligt Giddens, i konflikt med idealet om sammanflödande kärlek i den rena relationen.<sup>9</sup> Termen *ren relation* avser inte renhet i sexuell mening utan den ”syftar på en situation där en social relation etableras för sin egen skull, dvs på grundval av vad var och en kan få ut av ett varaktigt förhållande med den andra, och som vidmakthålls endast i den mån relationen av båda parter anses ge så mycket tillfredsställelse att de vill behålla den” (Giddens 1992/1995, s 58). Denna typ av relation bygger inte som den romantiska kärleken på idealisering av den andre eller en idé om den sublimes kärleken och äktenskapet som livslångt åtagande, utan på intimitet, på förmågan att öppna sig själv för den andre. Detta tillstånd kallar Giddens (1992/1995, s 60) *sammanflödande kärlek*.

Rörelsen från det romantiska kärleksidealet mot den sammanflödande kärleken i den rena relationen har skett under inflytande av kvinnans sexuella emancipation och ökade sociala och ekonomiska autonomi vilket bl a lett till att äktenskapet som institution förlorat i betydelse för kvinnor. Dessa sociala förändringar har gått hand i hand med inre förändringar: Giddens menar att det senmoderna jaget har blivit ett reflexivt projekt för alla, ett mer eller mindre kontinuerligt utfrågande av det förflutna, nuet och framtiden (se Giddens 1991). Människan skriver och reviderar ständigt sin reflexivt ordnade självberättelse och i denna berättelse ingår också sexualiteten, kärleken och erotikerna. För att två personer som lever i en relation ska kunna uppnå ömsesidighet krävs det att två självberättelser kan samordnas: för detta krävs att båda parter är öppna mot varandra vad det gäller de egna känslorna och inte minst sexuella behov. Denna totala öppenhet kräver en fri och öppen kommunikation och Giddens menar att i detta har kvinnor ett försprång gentemot männen. Han betonar att det inte är så att män inte har några känslor, utan att de inte har socialiserats till att kommunicera, de har en större oförmåga än kvinnor att konstruera en reflexiv berättelse om självet, särskilt vad det gäller intimitet och känslor. ”Intimitetsarbete” är något män hittills förlitat sig på att kvinnor ska utföra, men där kvinnor inte är riktigt lika samarbetsvilliga som förut. En mellan parterna ojämn relation som har sin grund i en oförmåga att kommunicera är naturligtvis mycket svår att upprätthålla, särskilt som idén om det livslånga äktenskapet förlorat sin funktion som sammanhållande korsett för relationen. Men Giddens betonar att trots alla problem som möter i kärleksrelationen idag, så finns där också positiva tendenser: han menar att den rena relationen innebär en demokratisering av privatlivet, en känslomässig och sexuell jämställdhet som också leder till en underminering av könsmakten i den västerländska kulturen och samhället i sin helhet.

Om hans prognos slår rätt eller fel återstår att se, men det är helt klart lätt att instämma i Giddens (1992/1995, s 57) lakoniska konstaterande att: ”de [dagens tonårsflickor] talar snarare om relationer än om äktenskapet som sådant, och det gör de rätt i”. Detsamma gäller de av Eva Dahlgrens texter som rör relationer eller mer exakt, den rena relationen: de handlar om de problem och den lycka som en sådan relation innebär, snarare än om det romantiska kärleksidealet. Nedan ska jag närmare analysera några texter som cirklar runt problemen i den rena relationen och vilka lösningar som föreslås.

### Den misslyckade rena relationen

I ”Bara en väg ut” som återfinns på Eva Dahlgrens album *Ett fönster mot gatan* från 1984, skildras de problem som kan uppstå i en nära relation och den är ett exempel av flera i Dahlgrens produktion som skildrar just de problematiska sidorna i den rena relationen.

Bara en väg ut (*Ett fönster mot gatan*, Polar, 1984)

Text och musik: Eva Dahlgren

Det är en man som väntar på mig	vers 1
det är en man som väntar	
Jag har sett honom förr	
han har sitt namn på samma dörr	
Jag vet hans händer skälver	
hans läppar brinner av ensamhet	
men inte av nyfikenhet	
Han säger att jag är en ängel	
Han behöver inte vänta länge	
förrän han får se mig ljuga	

(ha! ah) Var är törsten	refr
spänningen och lusten, säg mig? (ha! ah)	
Du ler så vackert	
ber så vackert, men jag (ha! ah)	
vill ha en panter	
Inte ja tack amen, å nej (ha! ah)	
Jag vill retas	
jag vill leka med dig	

Vi tråkar ut varandra	vers 2
säger samma saker som vi alltid gjort	
bara för att få det gjort	
Vi kan inte fantisera	
vi har fastnat i rollerna ge och ta	
men du har inget som jag vill ha	



Vi rodnar inför varandra  
blundar och tänker på nån annan  
Bara en väg ut

(ha! ah) Var är törsten... refr

Jag låtsas att jag somnar  
för jag kan aldrig nå dig  
Vill säga att jag längtar  
även när jag har dig hos mig stick

(ha! ah) Var är törsten... (2 ggr)<sup>10</sup> refr & outro

Copyright © Big Mama Music  
Tryckt med tillstånd

Redan från början håller musiken ett högt tempo i "Bara en väg ut", vilket inte är helt vanligt för Eva Dahlgrens musik. Låten är en svett drivande danslåt, fram-piskad av rockiga saxofoner, en hetsande kör, elgitarrer, bas och "tungt" trumspel. Eva Dahlgrens röst får här inte tid att tänja på tonerna och variera fraseringen i lika hög grad som i långsammare låtar, men det ska understrykas att även om hon sjunger snabbt så går det ändå att tydligt höra texten. Det musikaliska intrycket av låten är energiskt, glatt och tufft, vilket på ett plan tycks svära mot textens tämligen allvarliga mening. Men särskilt i refrängen framstår musikens funktion klarare och det är framför allt kören som står för det klagörandet. Innan Eva Dahlgren kommer in med "Var är törsten" utbrister kören i ett både retsamt och triumferande "Ha!" som sedan kommer igen efter "säg mig", "men jag", "å nej". I den första refrängen byts dessutom textens tilltal ut från "han" till "du" vilket gör att refrängen och den därpå följande versen framstår som ett tal riktat direkt till den person som jaget har en dålig relation till. Texten och musiken tillsammans ger ett helhetsintryck av en uppgörelse med en partner, inte en inre meditation över ett dåligt förhållande som enbart den första versen ger anledning att misstänka: den offensiva, energiska musiken och körens insatser i refrängen pekar istället framåt, ut ur relationen mot ett bättre liv.

Det problem i kärleksrelationen som "Bara en väg ut" beskriver handlar om två individer som har olika önsknings och behov som de heller inte lyckas kommunicera. Detta problem tematiseras också i andra texter av Eva Dahlgren.<sup>11</sup> Första versen i "Bara en väg ut" beskriver den känsla av främlingskap som uppstår då kommunikationen brister: den man som bor i samma lägenhet som textens jag har blivit så främmande att han nu bara är ett namn på dörren. Deras tillvaro tillsammans handlar inte om ömsesidighet, nyfikenhet och öppenhet – egenskaper absolut nödvändiga för en hållbar ren relationen – utan lögn och rädsla för ensamhet.

Textens "han" idealiserar dessutom textens jag: hon är en ängel. Denna idealisering hör hemma i den romantiska kärleken, men inte i den rena relationen; idealiseringen av den andra skymmer sikten för ett seende och erkännande av den andres autentiska känslor och ett reflexivt betraktande av den inbördes relationen.

I refrängen byts som sagt textens tilltal och jaget vänder sig direkt till duet, hon öppnar sig äntligen och visar sitt innersta. Hon efterlyser den ömsesidiga törsten efter den andra, vilket kan ses som både en fysisk och psykisk vilja att vara nära. Hon efterlyser spänning, lust och lek och att textens du ska sluta anpassa sig till det han tror är hon: vad textens jag vill ha är liv, äkthet och ömsesidighet i relationen och inte den stelade relation som nu präglas av lögn och tristess.

I den andra versen fortsätter textens jag att tala till duet och beskriver först den totala bristen på öppen, autentisk kommunikation: "säger samma saker som vi alltid gjort/ bara för att få det gjort". Hon går därefter över till att beskriva bristen på ömsesidighet i relationen: "vi har fastnat i rollerna att ge och ta/ men du har inget som jag vill ha". Främlingskapet har blivit total också vad gäller erotiken: "Vi rodnar inför varandra/ blundar och tänker på nån annan". Giddens (1992/1995, s 61) konstaterar att den sammanflödande kärleken gör uppnåendet av ömsesidig sexuell njutning till en nyckelfaktor för om ett förhållande ska upprätthållas eller upplösas och därför kommer inte orden "Bara en väg ut" som en överraskning efter konstaterandet av att inte heller det sexuella fungerar. Det är dags att denna rena relationen upplöses då den inte är värd att upprätthållas längre eftersom båda parter inte får tillräckligt mycket ut av den.

Sticket inleds med orden "Jag låtsas att jag somnar/ för jag kan aldrig nå dig". Här används sömnen som en lögn: textens jag låtsas somna för att hon gett upp försöken till kommunikation. Men hon längtar trots detta efter textens du fast han rent fysiskt ligger i samma säng, men vad hon längtar efter är inte denna främling som endast är ett namn på hennes dörr, utan efter hans sanna, autentiska jag som är en förutsättning för en sammanflödande kärlek och en fungerande ren relation.

"Bara en väg ut" säger texten och detta kan naturligtvis tolkas praktiskt som att det enda som återstår för textens jag är att göra slut på förhållandet då den rena relationen inte längre fungerar. Denna typ av relation upprätthålls ju endast för sin egen skull och i den mån båda parter får ut lika mycket av den. Detta är inte fallet med parterna i "Bara en väg ut" – textens jag och du vill helt olika saker och kan inte kommunicera sina behov. Men påståendet "bara en väg ut" kan också tolkas mer aktivt, mindre pessimistiskt, som att det faktiskt finns en väg, ett sätt att få den rena relationen att fungera. I texten avslöjas inte den rätta vägen utom indirekt, men i andra texter av Eva Dahlgren beskrivs denna väg till nära, levande och fungerande relationer. Ett sådant exempel följer nedan.

## Vägen till den lyckade rena relationen

”Jag klär av mej naken” (*Ung och stolt*, 1987) handlar om vikten av att ”vara sig själv”, vara ”autentisk” i en nära relation. Det kan tyckas vara en motsägelsefull rekommendation då Eva Dahlgren i andra texter framhäver identiteten som en konstruktion, något icke-autentiskt. Men för att återigen söka stöd hos Giddens (1991); den senmoderna identiteten inrymmer både insikten om att identiteten är ett reflexivt projekt och ett ideal om att vara kapabel att kunna skilja det ”sanna” jaget från det ”falska”.

Jag klär av mej naken (*Ung och stolt*, Record Station, 1987)

Text och musik: Eva Dahlgren

Jag klär, jag klär av mig naken           intro  
Jag klär, jag klär av mig naken  
Jag klär av mig naken  
Här står jag naken för dig

Du söker djupen i mig                       vers 1  
jag säger djupen finns i haven  
Du söker ljuset i mig  
jag säger ljust är det på dagen  
Ge mig din nakna själ  
jag säger själen och jag  
är samma människa

Jag klär, jag klär av mig naken           refr  
Här är jag  
Jag klär, jag klär av mig naken  
Här är jag  
Jag klär av mig naken  
Här står jag naken för dig

Du söker kvinnan att älska               vers 2  
jag säger älska med mig (*älska mig, älska mig*)  
Du söker vishet i mig  
jag säger vis är den kvinna som överlever  
Du komplicerar ett liv  
jag säger liv i (*enkelhet*)  
föder en ärlighet

Jag klär, jag klär av mig naken           refr  
Här är jag  
Jag klär, jag klär av mig naken  
Här är jag  
Jag klär av mig naken  
Här står jag naken för dig

En naken man (6 ggr) stick  
(är en naken man)

Jag klär, jag klär av mig naken outro  
Här är jag  
Jag klär, jag klär av mig naken  
Här är jag  
Jag klär av mig naken  
Här står jag naken för dej  
Jag klär, jag klär av mig naken  
Jag klär, jag klär av mig naken...<sup>12</sup>

Copyright © Big Mama Music

Tryckt med tillstånd

Det som först faller i ögonen vid en läsning av Eva Dahlgrens text är den särskilda argumentationsform som kännetecknas av addtion, dvs det upprepade du söker-jag säger. Förutom dessa finns i Dahlgrens text också parvisa upprepningar inne i själva texten som djupen-djupen, ljuset-ljust, själ-själ, älska-älska, vishet-vis.

Meningen "jag klär av mig naken" dominerar refrängen och är också textens så kallade hake.<sup>13</sup> I den sjungna versionen inleder refrängen låten och inramar sticket "en naken man är en naken man", vilket gör att frasen "jag klär av mig naken" inalles upprepas 14 gånger, eftersom varje refräng upprepar frasen tre gånger. Det är tydligt att meningen "jag klär av mig naken" har en extra tyngd, men hur kan den då tolkas? Titeln får definitivt inte tolkas enbart bokstavligt, men inte heller enbart bildligt. Resten av texten underbygger att det handlar om att utan några förbehåll visa sig som man är. "Här är jag/ Här står jag naken för dig" är en uppmaning som ska tolkas ungefär som "se mig som jag är, och inte det du vill se". Men detta inbegriper också kroppen; hela texten är också en plädering för att kropp och själ är ett, att det inte går att särskilja det ena från det andra.

I texten finns ett kvinnligt "jag" som talar till ett "du". Vilket kön detta "du" har kan diskuteras, eftersom ingen ledtråd egentligen lämnas till detta i Dahlgrens text. Den enklaste läsningen ger vid handen att duet är en man, men jag väljer att lämna frågan om kön öppen och bibehålla textens svävning på denna punkt.

Tiden är nu, rummet är oidentifierbart. Textens motiv är en komplicerad kärleksrelation mellan ett du och ett jag. Textens du söker mer i jaget än vad hon är beredd att acceptera. Duet idealiserar kvinnan – söker djup, ljus och hennes nakna själ. Hon avvisar idealiseringen med orden att djup finns i haven och ljust är det på dagen och att hon inte bara är själ, utan en människa av kött och blod.<sup>14</sup> Med andra ord kan man säga att textens jag avmystifierar dessa metafysiska symboler genom att föra dem tillbaka till sitt ursprung.

Duet söker Kvinnan att älska, men jaget säger ”hon finns inte, men *jag* finns”. Jaget säger dessutom att duet ska älska *med* henne, vilket är ett poängterande av det kroppsliga. Duet söker vishet i textens jag, men hon menar att hon har en annan sorts vishet, nämligen den överlevande kvinnans. ”Du komplicerar ett liv” kan stå som sammanfattning av hur jaget ser på relationen med duet: hon finns till både kropp och själ som den hon är, vilket duet inte kan nöja sig med. Istället för komplikation framhåller hon enkelhet som också föder ärlighet – komplikationen bäd-dar för både oavsiktliga och avsiktliga lögner.

Textens stick verkar inte hänga ihop med den övriga textens logik och är mer svårtolkat. Det kan helt enkelt handla om att textens jag presenterar ett alternativt seende i kontrast till duets idealisering av henne: hon kan se att en naken man helt enkelt är en naken man utan någon slags idealisering. Men här är det intressant att se att den sjungna texten ger ytterligare dimensioner: det är en mansröst som upprepar frasen ”en naken man” flera gånger och därpå faller kören in med konstaterandet ”är en naken man”. Det är alltså inte den kvinnliga rösten som har ordet – den röst som lyssnaren kopplar ihop med textens jag. En annan möjlig tolkning är därför att se textens nakne man inte som en konkret man, men som en påminnelse om att *mannen* aldrig spaltats upp i kropp och själ, att han alltid varit båda.

Texten är ett avvisande av att söka idealiserade egenskaper i en annan människa. Den pläderar för ett rakt och ärligt seende som omfattar alla sidor av människan, både bra och dåliga sådana. Den nakna kroppen står som symbol för *hela* människan, med kropp och själ oupplösligt förenade med varandra. Här är det en mycket bestämd röst som talar och argumenterar, allt annat än uppgett.

Den raka och bestämda stämning som redan finns i texten understöds mer än skapas av musiken. Bas och trummor ligger långt fram i ljudbilden och skapar en stadig och snabb puls som påminner om marschens. Även Eva Dahlgrens sång ger ett bestämt intryck genom att hon inte glider på tonerna. Trots att hennes röst ibland gör stora språng – ibland över mer än en oktav – är den lika pricksäker och lödig hela tiden. Tonarten är C-dur och inga mollackord förekommer, vilket ytterligare understryker att här är det inte en melankolisk och uppgiven röst som talar, utan en bestämd, argumenterande men också optimistisk röst.

Men mot vem argumenterar då textens jag? Faktum är att ”Jag klär av mig naken” kan läsas som en dialog mellan det romantiska kärleksidealet och den sammanflödande kärleken, där textens du står för det första idealet och jaget för det andra. Denna dialog fungerar också som en illustration till att båda idealen existerar samtidigt i vår kultur och att ett möte dem emellan inte är friktionsfritt.

Bilden av den idealiserade kvinnan kan också läsas som ett ideologiskt ställnings-tagande med bakgrund i den könsrättsliga fasförskjutning som kännetecknar mo-

derniteten (Bjerrum Nielsen & Rudberg 1991). I modernitetens första fas hantade mannen sin egen inre splittring genom en köns polarisering där kvinnan fick stå som väktare av kärlek och humanism i den lilla världen för att han själv skulle kunna gå ut och erövra världen. Denna bild har dock långsamt förändrats av moderniseringsprocesserna och köns polariseringen har ersatts av könskamp. Bjerrum Nielsen och Rudberg tycker sig se att några av dagens kvinnor i och med sitt historiska steg ut ur familjen, i sin tur och som ett försvar mot en egen inre splittring, stereotypiserar sina bilder av könen: ”män representerar det onda genom framåtskridandet, den teknikbegränsade rationaliteten, atomkriget, naturförstörelsen och det moderna samhällets kyla.[...] Omvänt representerar kvinnan omsorgs- och ansvarsrationaliteten, det icke-instrumentella, altruismen, freden, kärleken till andra.” (Bjerrum Nielsen & Rudberg 1991, s 64) Denna i grunden essentialistiska bild av kvinnor som världens framtid – som nästan överjordiska varelser med de djupaste och sannaste känslorna – finns i vår kultur, jämsides med den omvända och kan kännas lika förkvävande. Den är i själva verket en vidareutveckling av madonna-stereotypen och den ena polen i en välkänd dikotomi, fast förankrad i det romantiska kärleksidealet, nämligen den mellan horan och madonnan.

Eva Dahlgrens text tycks vara ett avvisande av denna madonneposition som tillskrivs det textliga jaget av duet och som kännetecknas av ett förnekande av sexualiteten och kroppen. Samtidigt vill textens jag inte finna sig i sexobjektets, ”horans”, roll. Den idealiserade bilden av kvinnan som ”håller på sig” tills hon möter rätt person är central i det romantiska kärleksidealet, medan den sammanflödande kärleken utvecklas som ett ideal i ett samhälle där nästan alla har möjlighet att bli sexuellt fullärda och där klyftan mellan ”respekta” och ”icke-respekta” kvinnor har minskat (men absolut inte utplånats) (Giddens 1992/1995). Dikotomin mellan horan och madonnan överskrids genom intagandet av *sexsubjektets* position och genom exempelvis raderna ”du söker kvinnan att älska/ jag säger älska med mig”. En ren relation kan inte förankras i idealisering av den andra, utan måste grundas på de respektive parternas självkänedom och förmåga att vara äkta eller autentiska, att öppet och samtidigt inkännade gentemot andra ge uttryck för den egna situationen.

Sammanfattningsvis kan det alltså sägas att de två ovan analyserade texterna fungerar som bärare av samhällets kultur, *samtidigt* som de är unika, individuella estetiska uttryck. Texterna deltar i ett samtal som pågår inte bara i medierna utan också människor emellan om kärlek och relationer, men även om tusentals andra ämnen. Det handlar alltså om kommunikation som det verktyg som bygger upp den gemensamma kulturen, en kommunikation förmedlad i det här fallet genom åtminstone två *symboliska uttryck*, det vill säga text och musik. Och detta samtal

sker via *medierad masskommunikation* inom den del av kulturen som så länge setts som en osjälvständig och förvrängd kopia av finkulturen, men som det idag är dags att se som vad den är, nämligen en del av den *gemensamma* kulturen. ■

## Noter

<sup>1</sup> Detta utgör givetvis en förenklad historieskrivning. En mer detaljerad sådan brukar också innefatta en rad kanoniserade namn och verk, som Richard Hoggart (1958), Raymond Williams (1961), E.P. Thompson (1963/1968) och Stuart Hall & Paddy Whannel (1964). För en sådan historik, se t ex Storey (1993).

<sup>2</sup> Cultural studies är inte detsamma som studier av populärkultur. Se t ex den mycket omfattande antologin redigerad av Grossberg m fl, *Cultural Studies* (1992) som handlar om allt från läsningar av vittnesmål angående bränningar av indiska änkor till herrtidningen *Hustler*. Däremot var cultural studies en av de första teori-traditioner som analyserade populärkulturen utifrån brukarnas behov och inte enbart utifrån dess påstådda undermåliga moraliska och estetiska kvaliteter.

<sup>3</sup> Betydelseförskjutningen av ordet "motstånd" verkar framför allt ha skett vid importen av begreppet till USA. Inom CCCS förknippades begreppet mer med aktivt politiskt handlande (se t ex *Women take issue* 1978) än vad som görs idag. Den amerikanska forskaren Mary Ellen Brown (1990 s 12) menar t ex att "resistance theory" handlar om hur "ordinary people and subcultural groups can resist hegemonic, or dominant pressures, and consequently obtain pleasure from what the political, social and/or cultural system offers, despite that system's contradictory position in their lives." De britiska forskarna är dock fortfarande mer politiska än sina amerikanska kollegor. Se t ex Franklin m fl (1991) som är en "fortsättning" på *Women take issue* (1978) och där en av bokens delar har rubriken "Thatcherism and the enterprise culture".

<sup>4</sup> Se t ex Burke (1983) som fokuserar perioden mellan år 1500 och 1800. Harriet Hawkins (1990) behandlar nutiden och analyserar en mängd likheter och referenser mellan olika genrer och verk, oavsett om de sågs tillhöra hög- eller lågkultur.

<sup>5</sup> För säkerhets skull vill jag påpeka att det också finns avsevärda *skillnader* mellan exempelvis populär- och elitlitteratur, även om det är mycket svårt att exakt slå fast vari dessa består. Men poängen är att litteraturvetenskapen och andra humanistiska vetenskaper varit och är upptagna av just dessa skillnader, vilket lett till att gemensamma drag i kulturen nästan helt negligeras.

<sup>6</sup> Hur enskilda verk har upp- och nedvärderats under de senaste århundradena kan studeras t ex i litteraturhistoriska verk, där olika författare får större eller mindre plats eller ingen plats alls, beroende på tidpunkt och litterära konjunkturen.

<sup>7</sup> Exemplet är hämtat ur min avhandling *Hennes röster* (1997) där rocktexter skrivna av tre svenska, kvinnliga artister studeras. Turid Lundqvist albumdebuterade 1971, Eva Dahlgren 1978 och Kajsa Grytt 1980.

<sup>8</sup> Även om Eva Dahlgrens samarbete med Esa-Pekka

Salonen kan tyckas "höja" hennes verk till elitkultur, så lurar det inte samma kulturs uttolkare. Seppo Heikinheimo, numera avliden recensent på *Helsingin Sanomat*, anmälde Dahlgrens och Salonens samarbete enligt följande: "[...] Representanter för sk lättare musik är som bekant människor som inte är fega. Detta uttrycker sig bl a i fördomsfritt experimenterande, fast å andra sidan måste man säga att alla de rock- osv. kompositioner som jag mot min vilja stött på, har som musik varit ytterst konventionell och trivial. Eva Dahlgrens sånger var i och för sig söta små skapelser, men deras melodiska uppfinningsförmågan var mycket banal; man glömde bort melodierna genast efter att man hade hört dem. Det finns inget melodiskt geni som överträffar Schubert! [...]" (*Helsingin Sanomat* 931214, översatt och tillhandahållet av Merja Minkkinen).

<sup>9</sup> Att båda idealen existerar samtidigt går inte minst att skönja i populärkulturen. Så har t ex Karin Strand (1995) funnit att föreställningen om den idealiserade, romantiska kärleken dominerar i svenska dansbandstexter. Den mer problematiserade syn på kärleksrelationen finns troligtvis också i andra texter inom rocken än enbart Eva Dahlgrens: att så är fallet kan utläsas i Bjurström (1983) som konstaterar att temat "lycklig kärlek" minskar, medan temat "konfliktfylld kärlek" ökar i populärmusiken under perioden 1955–1977. Expansionen hänger samman med en ökning av populärmusik med afro-amerikanska drag, dvs rock.

<sup>10</sup> ( ) = kör; *kursiv* = solo och kör; rak = solo.

<sup>11</sup> Se t ex "I know you would" (*Tvillingsskäl*, 1982): "When you called me on the phone last night/ I said that I was tired, I hung up/ and went back into my dreams/ You heard I wasn't sleepy/ but it's easier to lie/ when the truth is/ it doesn't matter what you feel". Se också ett senare exempel som t ex "Kanske för minnenas skull" (*En blekt blondins hjärta*, 1991): "Jag tycker inte om dig/ Ännu en viskning saknar ord/ Ännu ett frö i frusen jord/ Alltid detta vemod/ av sanningen/ Varför annars tveka?".

<sup>12</sup> ( ) = kör; *kursiv* = solo och kör; rak = solo.

<sup>13</sup> "Hake" är en term som inom rocken används för att beteckna slående textrader eller ord som tränger igenom det övriga textliga och musikaliska flödet.

<sup>14</sup> Raden "jag säger/ själen och jag/ är samma människa" är starkt dramatiserad musikaliskt och lyfts fram extra i 1:a versen. Efter "jag säger/ själen och jag" upprepas ordet jag tre gånger i en nedåtgående figur och därpå följer en paus – sången bryts mitt i meningen med en hel taks instrumental figur – innan "är samma människa" slutligen läggs till.



## Referenser

- Ang, I. (1985): *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London & New York: Methuen.
- Bjerrum Nielsen, H. & M. Rudberg (1991): "Kön, modernitet och postmodernitet", *Kvinnovetenskaplig Tidsskrift*, nr 1/1991.
- Bjurström, E. (1983): *Det populärmusikaliska budskapet 1955–1977*. Göteborg: Sociologiska institutionen.
- Boëthius, U. (1990): "Högt och lågt inom kulturen. Moderniseringsprocessen och de kulturella hierarkierna" i Fornäs, J. & U. Boëthius (red): *Ungdom och kulturell modernisering. FUS-rapport nr 2*, Stockholm/Stehag: Symposion.
- Bourdieu, P. (1979/1989): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Brown, M. E. (red) (1990): *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*. London: Sage.
- Burke, P. (1983): *Folklig kultur i Europa 1500–1800*. Stockholm: Författarförlaget.
- Dahlgren, P. (1987): *Pressens bild av brottslighet*. Stockholm: Brottsförebyggande rådet.
- Ehn, B. (1994) "Cultural Studies och etnologin", *Kulturella perspektiv*, 3(3).
- Ehn, B. & O. Löfgren (1982): *Kulturanalys*. Malmö: Liber Förlag.
- Ericson, S. (1991): *Kulturindustrins fiktioner. Skandinavisk forskning om populärfiktion – översikt och kommenterad bibliografi*. Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Fiske, J. (1987): *Television Culture*. London: Methuen.
- Franklin, S., C. Lury & J. Stacey (red) (1991): *Off-Centre: Feminism and Cultural Studies*. London: HarperCollins Academic.
- Ganetz, H. (1997): *Hennes röster. Rocktexter av Turid Lundqvist, Eva Dahlgren och Kajsa Grytt*. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Giddens, A. (1991): *Modernity and Self-Modernity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1992/1995): *Intimitetens omvandling. Sexualitet, kärlek och erotik i det moderna samhället*. Nora: Nya Doga.
- Grossberg, L., C. Nelson & P. Treichler (red) (1992): *Cultural Studies*. New York & London: Routledge.
- Hall, S. & P. Whannel (1964): *The Popular Art*. London: Hutchinson.
- Hawkins, H. (1990): *Classics and Trash: Traditions and Taboos in High Literature and Popular Modern Genres*. London: Harvester Wheatsheaf.
- Hebdige, D. (1979): *Subculture: The Meaning of Style*. London & New York: Methuen.
- Hoggart, R. (1958) *The Uses of Literacy*. Harmondsworth: Penguin.
- Jameson, F. (1979): "Reification and Utopia in Mass Culture", *Social Text*, 1(1).
- Kleberg, M. (1993): "Feministisk teoribildning och medieforskning" i Ulla Carlsson (red): *Nordisk forskning om kvinnor och medier*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Laermans, R. (1992): "The Relative Rightness of Pierre Bourdieu: Some Sociological Comments on the Legitimacy of Postmodern Art, Literature and Culture", *Cultural Studies* 6(2).
- Larsson, L. (1989): *En annan historia. Om kvinnors läsning och svensk veckopress*. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Löfgren, O. (1994): "En akademisk trettioårskris? Om rutineringen av Cultural Studies", *Kulturella perspektiv*, 3(3).
- McRobbie, A. (1991): *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*. London: MacMillan.
- McRobbie, A. & M. Nava (red) (1984): *Gender and Generation*. London: MacMillan.
- Modleski, T. (1982): *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women*. New York & London: Routledge.
- Moi, T. (1994): "Att erövrå Bourdieu", *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, nr 1/1994.
- Morley, D. (1980): *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Radway, J. (1984): *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.
- Storey, J. (1993): *Cultural Theory and Popular Culture*. Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf.
- Strand, K. (1995): "Genom vatten och eld", *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, nr 4.
- Thompson, E.P. (1963/1968): *The Making of the English Working Class*. Harmondsworth: Penguin.
- Williams, R. (1961): *The Long Revolution*. London: Chatto & Windus.
- Willis, P. (1977): *Learning to Labour: How Working Class Kids Get Working Class Jobs*. London: Saxon House.
- Women's Studies Group, CCCS (red) (1978): *Women Take Issue: Aspects of Women's Subordination*. London: Hutchinson.

---

## ABSTRACT

### Media and (Popular) Culture

HILLEVI GANETZ

This article is a discussion of media in relation to culture and popular culture. Internationally as well as in Sweden, there has been a 'cultural turn' in media research, where theories and methods have been increasingly influenced by cultural studies. Of particular importance is the cultural studies' concepts of culture as lived experience or as practices through which meaning is produced and shared between people. Meaning is expressed through different symbolic forms that in our society to a high extent are carried by media.

An example is rock lyrics, a genre of *mediated communication*, i.e. symbolic expressions mediated by media like phonograms, radio, television or video. They are also elements of popular music, which is a part of *popular culture* – a phenomenon closely connected to the rise of modernity. Popular culture is defined as massproduced cultural products which are used and spread among large groups of the population and which are generally classified by the dominant taste as having little value.

The article ends with an analysis inspired by cultural studies of a mediated symbolic expression: two rock texts by the famous Swedish rock artist Eva Dahlgren. The author claims that it is possible to reveal crucial traits and tendencies of the cultural context through such an analysis of the unique mediated text.

---

# Det journalistiske mistaket

MARTIN EIDE

Spørsmålet som reises i denne artikkelen, er om journalistikken i en viss forstand står i fare for å bli et offer for sin egen suksess. Det skal dreie seg om medielogikk og om journalistikk som ideologi, om *journalisme*. Det skal dels dreie seg om noen aktuelle journalistiske tendenser, dels om en journalistisk selvforståelse. Et sentralt spørsmål blir om journalistikken taper når journalismen vinner.

Inspirert av den norske sosialfilosofen Hans Skjervheims kritikk av hva han kaller ”det instrumentalistiske mistaket” – det å se alle problem som teknisk-pragmatiske problem - skal jeg formulere noen problemstillinger og dilemmaer omkring moderne journalistikk. Disse fenomener skal her forsøksvis gis samlebetegnelsen *det journalistiske mistaket*.

Foreløpig skal det bare antydes at det med denne formuleringen siktes til problemer som oppstår når et håndverk blir til ideologi, og denne journalistiske ideologi får et hegemoni i og utenfor journalistikken. For alt nå vil jeg ha sagt at det slett ikke bare er journalister som kan begå det journalistiske mistaket.

## Instrumentalismens grenser

Den norske sosialfilosofen Hans Skjervheim er mest kjent som positivismekritiker, med den nå klassiske magisteravhandlingen *Objectivism and the Study of Man* (1959) som det første sentrale bidraget. Det er denne avhandlingen Jürgen Habermas i *Theorie des kommunikativen Handelns* (1981) omtaler som en tidlig og viktig kritikk av positivisme innen samfunnsvitenskapene. Sin grunnleggende positivismekritikk og sin analyse av samfunnsvitenskapelige grunnlagsproblemer har

---

**MARTIN EIDE** er førsteamanuensis ved Institutt for medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Han er dr. philos. på avhandlingen *Popularisering, modernisering, strukturering. En populærviss tar form. Verdens Gang i forvandling 1945-81*. Eide har publisert flere arbeider om politikk, medier og journalistikk, bl.a. Etter det vi forstår på politisk hold... (1984), *Død og pine! Massemedia og helsepolitikk* (sammen med Gudmund Hernes, 1987), *Medievalkamp* (1991), *Nyhetens interesse* (1992).

Skjervheim senere videreført i klassiske essays som *Det liberale dilemma* (1968) og *Deltakar og tilskodar* (1976). I flere sammenhenger har han vært ute etter å påvise grensene for en instrumentell fornuft, enten det nå er i pedagogikken eller sosiologien eller i menneskelig samkvem i sin allminnelighet. Det instrumentalistiske mistaket er å se alle problem som teknisk-pragmatiske problem, noe Skjervheim mener representerer en ytterst problematisk grenseoverskridelse (Skjervheim 1992:177).

Det jeg – med en allusjon til Skjervheims betraktninger om ”det objektivistiske mistaket” og ”det instrumentalistiske mistaket” - vil betegne som det journalistiske mistaket, er en grenseoverskridelse. Det er en opphøyning av et journalistisk verdensbilde til alt for mange tings målestokk, og av bestemte journalistiske formidlingsgrep og metoder til ideologi.

I et par artikler har Skjervheim eksplisitt tatt opp spørsmål knyttet til journalistikk og medieutvikling, til forholdet mellom det han kaller ”den klassiske journalistikken” og ”den nye medieideologien” (Skjervheim 1985, 1987). Skjervheims mediekritiske kardinalgrep er å ta fatt i Platons kritikk av den sofistiske retorikken – forestillingen om at talekunsten er frittstående og ubunden av kjennskapet til saksforholdene det tales om. Platon mener at «den sofistiske talekunsten ikkje er nokon ekte kunst i det heile, men høyrer inn under omgrepet *smigring*» (Skjervheim 1987:13). Med støtte særlig i Jean-Marie Benoists Platon-fortolkning i *Tyrannie du Logos* (1975), utroper Skjervheim Platon til vår fremste medieteoretiker.

For alle som interesserer seg for moderne massemedia er Platon uomgjengeleg, grundige drøftingar av Platon sitt syn på retorikken og diktekunsten høyrer med til eitkvart seriøst studium i mediefag (Skjervheim 1987:14).

I kritikken av den frittstående talekunsten finnes et normativt grunnlag for en seriøs journalistikk, forpliktet på sannhet og på at journalisten «på same måte som granskaren skal ha best mogleg kjennskap til det emnet han skriv om. Dette må då setja sitt preg på den måten han innhentar opplysningar, kontrollerer sine kjelder, og legg fram stoffet i avisa, radioen eller fjernsynet» (Skjervheim 1987:14).

I sin konkrete og eksplisitte mediekritikk med utgangspunkt i et slikt klassisk ideal, framstår Hans Skjervheim som forfallsteoretiker. Han er bekymret for «den nye medieideologien», for «den triste utviklinga» i norske medier, «ei utvikling i retning av dill og demagogi» (Skjervheim 1985:85). Han målbærer et «ubehag ved journalistikken», der Dagbladets populærjournalistiske utskielser representerer forfallet og der Le Monde og Frankfurter Allgemeiner står for «dygdene til den klassiske journalistikken». Etter min mening er det *ikke* denne (konvensjonelle) kritikken som først og fremst gjør Skjervheim interessant som medietenker.

I Skjervheims forfatterskap – og da særlig der det *ikke* omhandler medier og

journalistikk – kan det hentes inspirasjon til å reise flere aktuelle og presserende mediekritiske spørsmål.

Jeg skal reise fem slike spørsmål, som et bidrag til en analyse av hva jeg oppfatter som sentrale trekk ved det journalistiske mistaket. Det skal først dreie seg om *en instrumentalistisk medielogikks ekspansjon*. Deretter skal det, ganske kort, handle om *en journalistikkens profesjonsideologiske synshemming*. Det skal for det tredje dreie seg om journalistiske trender som jeg vil betegne som *impresario-instrumentalisme* og *løssalgspopulisme*. Deretter om hva jeg anser som *journalismens vulgære og utilstrekkelige maktforståelse*. Det femte dilemma jeg skal gi noen bemerkninger til, knytter seg til *en bestemt service-ideologis frammarsj*.

### 1. En instrumentalistisk medielogikks ekspansjon

En journalistisk inspirert tenkemåte og logikk kan synes å ha gode vekstvilkår ikke bare i næringsliv og i offentlig sektor, men også i organisasjonsliv og hverdagsliv. I staten, på markedet og i det sivile samfunn griper journalistiske forståelses- og formidlingsformer om seg. Det innebærer bl.a. at språk og «sättet att tänka och gestalta, färgas av medias speciella logik» (Petersson & Carlberg 1990:102). En journalistisk logikk gjennomtrenger andre sosiale felt og fører til endringer i «styrkeforholdene innenfor disse andre feltene og påvirker hva en gjør der og hva en produserer der» (Bourdieu 1998:96).

Medienes formidlingsformer er instrumentelle for aktører som vil fange mediernes oppmerksomhet, og kjennskap til medievrier og til mediedramaturgi åpner strategiske muligheter (Eide & Hernes 1987). «Å tenke journalistisk» er en ekspanderende kompetanse, nær sagt like mye utenfor som innenfor mediene.

Enhver som vil noe i denne verden skaffer seg en mediestrategi og kurser sine medarbeidere i mediebruk. «Å forholde seg til media» er blitt en forutsetning for å forholde seg til nærsagt hva det skulle være. Overalt i organisasjoner, forvaltning og næringsliv sitter dessuten formidlere som anstrenger seg selv og sine omgivelser for å tenke journalistisk.

På mediekurs har politikeren lært seg å ta ordet på motstanderens innpust og ikke å la seg distrahere av journalistens spørsmål. På mediekurs er teknikker for å fastholde egen dagsorden blitt dosert. På mediekurs har forbrukerombudet lært at pressemeldinger går rett i papirkurven. Nei, «budskapet må ha en stemning, en personlig vinkling...[det er ikke] mulig å omtale et samfunnsspørsmål eller prinsipp uten at det kan henges på en person, et menneske av kjøtt og blod...» (Dagspressen, 10/95). På mediekurs har organisasjonsmedlemmet lært å bruke journalistisk logikk mot journalisten. På medietreningsleir har biskopen innsett at også gudsord må vinkles journalistisk, han har kanskje latt seg smigre av forestillinger om at Pau-

lus var verdenshistoriens første layoutmann da han skrev: Se, dette skriver jeg til dere med stor skrift!

På mediekurs har deltakerne fått trening i å slå journalisten på hjemmebane - i å være på høyde med – for ikke å si, overgå - journalisten i å skreddersy budskap for mediepresentasjon. Mediekursene er en viktig sosialiseringarena, de er blant mediasamfunnets oversette politiske verksteder (Eide 1991).

Mediebevissthetens ekspansjon fører til at sakers og personers forhold til mediene, deres publisistiske potensiale, innkalkuleres på stadig tidligere tidspunkt i saksbehandling og beslutningsprosesser. Spørsmål om profil, image og mediestrategier kommer i fokus. Mediebevissthetens ekspansjon gir økt oppmerksomhet omkring *instrumentelle forhold* knyttet til lanseringen av saker og utspill.

Informasjon og mediekontakt blir forstått som instrumentelle spørsmål, og underlagt rene effektivitetsoverveielser. Det er ikke noe stort problem når dette skjer i det private næringsliv. Det er et større problem når det skjer i det politiske liv og i offentlig sektor. Det er kritisk når det skjer i det sivile samfunn. Forstått som en sfære mellom stat og marked skulle det sivile samfunn være en offentlig sfære, ideelt sett forpliktet på samtale og kommunikativ rasjonalitet. Dette er ideale fordringer også for den klassiske journalistikken, men det journalistiske mistaket kan snarere gjøre mediene til en trussel mot det sivile samfunn. Spørsmålet er om det sivile samfunns idealer er på vikende front i forhold til en instrumentalisme som også er journalistisk promotert.

Når det gjelder offentlig sektor, har problemet i norsk sammenheng kommet klart til syne i forsøket på å utmynte en offentlig informasjonspolitikk. I en offentlig utredning av statlig informasjon mot år 2000 - «Ikke bare ord...» heter den - understrekes det at statlig informasjon må bli et «ledelsesverktøy på linje med andre styringsmidler» (NOU 1992:21). For det handler om effektivitet, ledelse og styring. Det handler om informasjon som middel til å nå oppsatte mål. Det handler om statlig informasjon tilpasset den målstyringsideologi som er proklamert for offentlig virksomhet.

Tankegods fra den private bedrift møter det offentlige liv. Ordet som skal dempe inntrykket av næringslivsimport er her «deltakerdemokratiet». Statlig informasjonsvirksomhet skal drives i deltakerdemokratiets ånd, heter det. Gjennom aktiv og åpen kommunikasjon mellom det offentlige og borgerne skal idealer om deltakelse, innflytelse og demokrati realiseres og utdypes.

På den ene siden skal informasjon altså være et styringsmiddel og et ledelsesverktøy. På den annen side skal statlig informasjon sikre deltakerdemokratiet. Det er dilemmaet. Det står mellom deltakerdemokratiet og det målstyrte demokrati.

For offentlige informasjonsmedarbeidere blir dilemmaet akutt. De skal samtidig

være sanne demokrater og effektive styringsinstrumenter. De skal tjene dem de skal styre. De skal sikre demokratiet gjennom å sørge for folkelig deltakelse, samtidig som de skal bidra til rasjonell styring og dessuten helst kaste glans over egen etat og virksomhet. De skal selge medvirkning, styring og egenprofilering i en og samme pakke.

Den instrumentalistiske medielogikkens ekspansjon også i det sivile samfunn vil reise tilsvarende dilemmaer. Den intime sammenhengen mellom demokrati og informasjon blir ikke mindre viktig å fastholde. Her er Hans Skjervheims kritikk av det instrumentalistiske mistaket relevant.

## **2. En profesjonsideologisk synshemming i en forvandlingens tid**

Samtidig som journalistikken - eller journalistisk logikk og journalistiske formidlingsformer - ekspanderer, så forvandles journalistikken. Journalistikken setter rammer for stadig flere menneskers handlinger, mens journalistikkens rammer utvides. Journalistiske genre og formater glir over i hverandre, og journalistidentiteten blir vanskeligere å fastholde (jf. f.eks. Dahlgren 1992, 1995; Hjarvard 1997). Det er f.eks. ikke enkelt å skille TV-journalistikk fra TV-produksjon (jf. Altheide & Snow 1991), de formidlingstekniske løsninger og framstillingsmessige grep og journalistikken blir ett. Eller sagt på en annen måte: Journalistikken reduseres til et instrumentelt spørsmål, til et teknisk spørsmål med rent praktisk-pragmatiske løsninger. Vi har å gjøre med et journalistisk mistak.

Dette mistaket er imidlertid ikke så totalt at vi kan gjøre som Altheide og Snow (1991), som like godt kunngjør den organiserte journalistikkens død. I deres perspektiv er journalistikk blitt til mediemekanikk («Media Mechanics») og vi sies å leve i en postjournalistisk tid. Det er mye i en diagnose om journalistikk som mediemekanikk, men jeg vil mene at ryktet om journalistikkens død er betydelig overdrevet.

Det store problemet, slik jeg ser det, er at en journalistisk instrumentalisme har en tendens til å gå sammen med en profesjonsideologisk synshemming for egen makt og til en dyrking av journalistikk som ideologi (jf. også punkt 4 nedenfor). Dette er problematisk i en tid der det foregår viktige endringer i journalistikken – ja til dels en redefinering av hva journalistikk er. Den overivrige journalistiske profesjonsbygger ser ikke dette dilemmaet - han ser bare en stadig mer selvstendig og mer uavhengig journalistikk. På et vis kan vi si at den økende instrumentalismen i journalistikken altfor lett vint ideologiseres som et uttrykk for en kritisk og aktiv journalistikk.

Journalistikk kan i dag like godt ta form av showledelse, som det kan dreie seg om samvær, terapi og markedsføring, like godt som det kan handle om nyhets-

rapportering. Nyhetsjournalistikkens privilegerte posisjon antar mer og mer karakter av profesjonsideologi, mens tradisjonelle nyhetsbegreper forvittrer og journalistikk framstår som noe mye mer og som mye annet enn nyhetsrapportering.

Dette betyr ikke at nyhetsjournalistikken blir mindre viktig. Tvert imot. Men det betyr altså at den blir særlig viktig som et ideologisk arsenal for en legitimering av de store idealer, enten de går under betegnelsen «journalistikkens samfunnsoppdrag», «avsløringsoppdraget», eller det snakkes om journalistikkens mandat til å utfordre og avkle makten. Dette er idealer som med rette påberopes i såvel kritikk av journalistikk som i journalistisk selvkritikk, og som selvsagt spiller en sentral rolle i en løpende profesjonsideologisk opprustning.

I journalistikk-kritikk, i journalistisk selvkritikk og i den profesjonsideologiske opprustningen har man vært opptatt av hvordan mektige kilder ofte overlister journalister. Man har i senere tider ikke minst vært opptatt av den makt over journalistikken en ekspanderende informasjons- og PR-bransje utøver gjennom sine forsøk på å styre nyhetsformidlingen (Allern 1997). Dette er en viktig debatt, som nok har gitt noen og enhver nyttige innsikter.

Men som ledd i en strategi for en faglig opprustning av journalistikken har dette perspektivet en blind flekk. En opptatthet av hvordan journalister overtar fortolkningsrammer fra mektige kilder, fører til en tilsvarende blindhet for hvordan journalistisk inspirerte logikker og tenkemåter overtas av andre aktører. En mediekritikk som stirrer seg blind på kildenes manipulasjoner og makt, ser ikke journalistikkens makt. Den overser at det nettopp ofte er gjennom bruk av journalistiske grep og virkemidler at mektige kilder lykkes i å overliste journalister. Den overser lett den makt som ligger i den journalistiske dramaturgi og fortellermåte. Den får lett øye på at informasjonsrådgivning og PR er en trussel mot demokratiet, men ser ikke at journalistikk kan være en like stor fare. Paradoksalt nok ser ikke den journalistiske profesjonsbygger at vi her kan ha å gjøre med en journalistikkens seier som kan bli et stolt nederlag.

Den her antydde synshemmingen skal jeg forsøke å avhjelpe ytterligere i det følgende.

### **3. Impresario-instrumentalisme og løssalgspopulisme**

Etter mine begreper overdriver ofte journalister frykten for å kjede sitt publikum. Så avgjørende synes det å rigge til den friskeste konfrontasjon og den festligste meningsutveksling at det går ut over formidlingsansvaret, analyse- og nyhetsambisjonen. Journalisten nøyer seg for ofte med å opptre som impresario. Det betyr også at i de journalistiske valg og prioriteringer blir dramaturgi og iscenesetting gjerne viktigere enn saksspørsmål og innhold (jf. Ekström 1998).



Denne journalistiske rollefortolkningen gir ofte høy temperatur, men lav innsikt. Den blir også lett en journalistisk sovepute, for resultatet blir jo så friskt og greit - det funker. Når Kristelig Folkepartis Valgerd Svarstad Haugland beskylder Høyres Jan Petersen for løgn, og Høyre for å ha stjålet den politiske idé om såkalt kontantstøtte til småbarnsforeldre som ikke benytter seg av barnehager, byr Dagsrevyen i neste bilde på Jan Petersen som «slår tilbake»: Valgerd må ha panikk (Dagsrevyen, valgkamp 1997). Journalisten nøyer seg med iscenesettelsen. Men: Var det løgn eller var det ikke? Hvordan forholdt det seg med eiendomsretten til det aktuelle forslaget? Begge politikerne kunne ikke ha rett samtidig. Men så snart konfrontasjonen er etablert oppfattes øyensynlig den journalistiske jobben som gjort. Ikke det at det her var så himmelrope viktige å få klarhet i hvordan saksforholdet hang sammen, men grunnpoenget er viktig: Impressariorollen kan aldri bli for enerådende i en politisk journalistikk verdt navnet.

Det vil være et instrumentalistisk mistak å opphøye en slik formidlerrolle, som det vil være et mistak å absolutere andre aktuelle journalistiske håndgrep. Jag skal her utdype ved å antydde en komplisert og interessant, men dårlig forstått, forbindelse mellom *løssalgspopulisme* og *annen populisme*. I løssalgspopulismens journalistiske repertoar ligger et sett av vinklinger som gjør politikk forståelig for folk flest. De snakker så vi forstår. Løssalgspopulismens demokratiske kvalitet ligger i at den kan åpne den politiske debatt for flere røster og for flere hverdagsnære problemstillinger – den kan bidra til å løsrive politikken fra ekspertene.

Samtidig innebærer dens forståelsesformer en misforståelse av politikk. For et moderne samfunn kan ikke forstås utelukkende gjennom allmenmenneskelige ryggmargsreflekser. Det trengs klare tanker og sakssvarende abstraksjoner. Det er åpenbart riktig at desto likere de politiske partiene blir desto viktigere blir personer i politikken, men det betyr ikke at all politikk kan gripes, formidles og forstås umiddelbart gjennom personligheter og private erfaringer. Som andre oppslagsvennlige forenklinger er dette noe annet enn å ta sitt publikum på alvor.

Det kan også tenkes at det er en logisk parallell mellom Carl I Hagens partis, altså Fremskrittspartiets, evne til å holde seg med standpunkter over hele den politiske skala, og mediernes og journalistikkens velutviklede evne til å snakke ut fra mange posisjoner og til å angripe et intervjuobjekt fra en rekke ståsteder. Blir det skarpt nok så svinger og selger det. Det er ikke revolverjournalistikk, det er en slags krypskytterjournalistikk. Som når intervjueren spør den popularitetssøkende politikeren: «Hvorfor vil du ikke sette bensinprisen ned med mer enn 3 kroner?» Journalisten spiller den rollen Skjervheim gir skeptikeren i et essay om «mistankens hermeneutikk». «...som skeptikar kan eg berre *kasta inn* argument i debatten; straks nokon stiller spørsmål ved desse argumenta, må eg dra meg attende,...

(Skjervheim 1992:26). Som skeptiker, som sofistisk retoriker, blir journalisten en kommunikasjonstekniker. Han eller hun begår et instrumentalistisk mistak.

Journalisten som har yndet å avkreve politikeren budsjettdekning for hver minste antydning til en visjon, kan i neste omgang med stor bravur klandre politikeren for ikke å ha visjoner. Med manglende konsekvens og manglende alvor kan journalisten iscenesette de mest spektakulære show, uten annen forpliktelse enn den dagsaktuelle.

Men også av disse øyeblikkets mestere må vi kunne kreve et visst alvor - og gjerne en viss konsekvens fra den ene utgaven til den andre, fra den ene sendingen til den andre. Det må fastholdes at journalisten fremdeles må ha et *formidlingsansvar* - og ikke bare et regiansvar for stadig mer pikante mediedramatiske konfliktplot. Impressario-instrumentalismen fortrenger lett både formidlingsansvaret og en forsvarlig erkjennelsesinteresse. Kilder og medvirkende aktører blir til statister i en journalist-kalkulert dramaturgi (Eide & Hernes 1987, Ekström & Eriksson 1996, Sand & Helland 1998).

Det hverdagslige journalistiske dilemma er å finne balansen mellom å være deltaker eller tilskuer. I henhold til egen yrkesideologi skal journalisten i hovedsak være tilskuer. Ifølge egen yrkeskodeks skal journalisten ikke være deltaker. Gjennom sin fortellende makt er journalisten noe mer enn og noe annet enn tilskuer, men ikke en *forpliktende* deltaker. Gjennom et profesjonelt kynisk blikk vil journalisten skape seg en distanse i forhold til aktører og begivenheter. Når kritikken setter inn vil han kunne søke tilflukt i en erklært tilskuerrolle.

En manglende forståelse for egen makt blir her et problem. Dette bringer meg over til det neste dilemmaet.

#### 4. Den vulgære maktforståelse

I den profesjonelle opprustning som pågår i skandinavisk journalistikk er det lett å finne eksempler på at selvtilfredsheten ekspanderer langt raskere enn kunnskapene og innsiktene. Et hovedproblem i denne sammenheng er, slik jeg ser det, at toneangivende deler av journalistikken lider under en utilstrekkelig og vulgær maktforståelse.

Moderne journalistikk holder seg, som kjent og som påpekt av de svenske maktutredere, med en ideologi som er en egenartet blanding av populisme og elitisme (Pettersson & Carlberg 1990). På den ene siden smigres folket og det folkelige engasjement hylles. Lesersmigeren er et uttrykk for det populistiske ansiktet til moderne journalistikk. Det elitistiske ansiktsdraget kommer til syne i betoningen av journalistens lederrolle, det er når avisen «tar saken» det skjer noe. Det er en enkel samfunnsanalyse som ligger til grunn for denne ideologibyggingen: Folket står på den

ene siden mot makthaverne på den andre siden. Journalisten står midt imellom, klar til å hjelpe folket og til å utfordre makthaverne.

Dette er journalistikk som ideologi. Det er *journalisme*. I journalismens verdensbilde består samfunnet av tre grupper: makthavere, vanlige folk og journalister. Verden består av kilder, publikum og redaksjoner. Alle kilder som ikke er av folket er følgelig makthavere. Og det verste som kan skje i følge journalismen er at makthavere får snakke direkte til det uskyldige folket - får ha folket for seg selv (Petersson 1994).

I den profesjonsideologiske opprustning som har funnet sted i skandinavisk journalistikk, særlig de siste 20 årene eller så, er som kjent "uavhengighet" selve faneordet. Det er f.eks. en stund siden norske journalister kunne få seg til å skrive at "det skal i kveld avholdes et velykket Venstre-møte". Senere er løsrivelsen fra partiene er fulgt av en mer allmen parole om løsrivelse fra kildene. En framstående ideolog på norsk grunn er her tidligere rektor ved det som den gang het Norsk Journalisthøyskole, Per Olav Reinton (1984). Hans manifest mot hva han kalte "kildenes tyranni" fikk mang en journalist til å rette ryggen, men dessverre knapt til å klarne hodet. Og *det* er problemet. Aktører som øker sin selvbevissthet – for ikke å si selvtilfredshet - uten samtidig å øke sin kunnskap og innsikt – skal vi være på vakt overfor. Og det er i slike sammenhenger et problem at det er så mye lettere å tilegne seg et inflatert profesjonshovmod enn virkelige kunnskaper. Det er problematisk når journalisters proklamerte kildeuavhengighet overordnes et kunnskapskrav.

«Lykken er å frigjøre seg fra kildene», skriver Per Olav Reinton (1984:28). Lykken for journalisten er å «finne en yrkesmessig holdning til kildene som gjør journalistikken fri og våken - i stedet for å være medløper for den institusjonelle elite og dermed gi den institusjonelle elite mer makt» (1984:28). Som Hans Skjervheim påpekte umiddelbart etter at frigjøringen fra kildenes tyranni var proklamert: Det er dypt problematisk å betrakte all makt som tyrannisk – og å se forholdet mellom kilde og journalist først og fremst som en maktkamp.

Offentlege personar har all interesse av at deira synspunkt vert presenterte på ein så adekvat måte som mogleg i pressa. *Men den same interessa har det lesande publikum*, for berre på den måten kan ein få innsyn i det heile. Dersom journalisten løyser denne oppgåva på ein tilfredsstillande måte - og det held eg for det første kjenneteiknet på all god journalistikk –, så tyder ikkje det at han har gått inn i ein frivillig trældom, for journalisten kan sjølv føra ordet i kommentaravdelinga (Skjervheim 1985:86).

Problemet med den vulgære maktforståelse er at den overser at det kan finnes både legitim makt og legitim kompetanse. Dermed forskusles en åpenbar profesjonell holdning som ville gå ut på at journalisten er lojal mot sin kilde inntil kilden viser tegn til å forvandle seg til «tyrann» – da bør lojaliteten trekkes tilbake.

Utfordringen for journalisten er her at det er vanskelig å vite når en slik forvandling skjer - når kilden går over fra å være en legitim informant til å bli en «tyrannisk» mediestrateg. Og desto mer komplisert saksforhold det er snakk om, desto vanskeligere blir det å lokalisere en slik overgang. Journalismens representanter skygger unna dette problemet ved ganske enkelt å proklamere at all kildemakt er tyrannisk. Det er som Skjervheim sier det om de medieombruste franske nyfilosoferne: «Den generelle kritikken som dei... rettar mot Makta og Herredømmet, er overdimensjonert, og denne kritikken fortrengr spørsmålet om eit fornuftig herredømme» (Skjervheim 1992:30).

Her finnes det for den anstendige journalisten ingen annen løsning enn å skaffe seg kunnskap og innsikt. Det finnes ingen enkel uavhengighetspositur som kan kompensere for tungt, men nødvendig, kunnskapsstrev.

Da vil det også stå klart at avsløringer bør være avsløringer, ikke bare utvendige karakteristikk som plasserer journalisten i en helterolle og kaster mistankens lys på en kilde eller et intervjuobjekt. Det blir noe utilfredsstillende med den type «avsløringer» som den rutinerte journalisten tar på sparket – gjerne gjennom demonstrasjon av en kynisk fornuft som poserende virkemiddel.

På et møte i den norske valgkampen i 1997 slo Carl I. Hagen til lyd for mer kritisk og undersøkende journalistikk. Han makte også til en gjenreisning av skillet mellom reportasje og kommentar. Carl I Hagen er hyklersk og feig, sa daværende TV2-journalist Anders Magnus. Begge de to talerne hadde selvsagt rett. Men begge synspunktene var ikke like interessante. Carl I. Hagens var åpenbart det viktigste. Han hadde rett, selv om han var hyklersk. Journalistens bidrag til debatten var en triviell dom – den demonstrerte en lissomuavhengighet og en lissomkritisk positur.

Denne lille tildragelse har en dypere mening. Det handler om hvilke debatter det er mulig å få til i en medieoffentlighet av vår type. Det handler om en kynisk fornuft som gjør det vanskelig å se viktige poenger for bare vikarierende argumenter. Så opphengt er vi i den journalistikkframdrevne liv-og-lære-logikk, at vi overser argumenters innhold så snart vi kan avsløre en hykler. For all del, jeg sier ikke at det ikke er en viktig journalistisk oppgave å avsløre avstander mellom politikeres liv og lære. Min tese er at en for enøyd oppfatning av denne virksomheten raskt fører til en journalistikk som fanges i egne klisjéer og som står i fare for å forskusle viktige innsikter fordi de kommer fra «feil» person. Undersøkende journalistikk kunne det faktisk godt vært mer av, selv om Carl I. Hagen har sagt det.

En annen ting er at liv-og-lære-logikken tidvis blir en lovlig enkel tilgang til politisk forståelse. Som omkvedet var i Mona Sahlins tilfelle: Hvordan kan en politiker som ikke har orden i sin egen økonomi styre landets økonomi? Vel, kanskje hun eller han kan. Kanskje det ikke er noen åpenbar og automatisk forbindelse mellom

de to egenskapene. Kanskje forestillingen om enhet mellom liv og lære lett kan degenerere til småborgerlig og journalistisk snusfornuft. «Små samvittighetsdirektører» kaller Pierre Bourdieu disse journalister som «uten å behøve å anstrenge seg gjør seg til talspersoner for en typisk småborgerlig moral» (1998:63).

Et ideal om å «kle av» aktørene og mistankens hermeneutikk er vel og bra som en metode, men mer problematisk når det blir til ideologi. Det går godt an å hevde (som jeg gjør) at det er for lite av kritisk undersøkende journalistikk, og samtidig insistere på problemer som oppstår når denne metoden blir opphøyd til ideologi.

Journalisten som vil være både *lysets ridder* og *djevelens advokat* (jf. Thurén 1988), har åpenbart en for tung rustning å bære. Og til hverdags duger da også lettere gevanter når journalisten melder seg til tjeneste. Dermed er vi over i det femte dilemma jeg vil nevne. Det handler om servicejournalistikk.

## 5. Serviceorienteringen

Et særlig tydelig tegn på at journalistikk er mye mer og mye annet enn nyhetsjournalistikk er den økte redaksjonelle satsingen på servicejournalistikk, eller nyttejournlistikk som det også heter i bransjen.

Journalisten varter opp med gode råd om alt fra neglerotbetennelse til hjernetrim, alt fra hvilke potetchips som smaker best til hvilke politikere som er spiselige. De gir til beste gode råd om hvordan vi kan leve det gode liv, med gode viner, gode venner og gode vaner. Medieredaksjoner opptrer i økende grad som universalkontorer for hverdags- og arbeidslivets små og store plager. Dertil bistår de med bruksanvisninger og beslutningsunderlag for liv og fritid (Eide & Hernes 1987).

En populærjournalistikkens *oppdagelse av hverdagslivet* har banet veien for servicejournalistikkens etter hvert iøynefallende posisjon i populære redaksjonelle produkt. Slik jeg ser det, kan servicejournalistikken betraktes som en journalistikk som hovedsakelig er rettet inn mot publikumsroller som *konsumenter*, *klienter*, *rettighetsbrukere* og *privatpersoner*. Denne journalistikken kan godt drives løsrevet fra mediens nyhets- og meningsstoff. Den har ofte et hverdagsfokus, og siktes gjerne inn mot å bidra til «en lettere og lysere hverdag» (Eide 1992).

Journalister har lenge yndet å framstille seg ikke som sine eieres og redaksjonsledelsens forlengede arm, men som publikums tjenere. Det er leserne som er våre oppdragsgivere, sier den moderne avisjournalisten. Og han får støtte fra redaksjonsledelsen. Enhver medieideolog er opptatt av å bygge en allianse med publikum. Det vil være min tese at service- og veiledningsjournalistikken er en særlig viktig arena for denne alliansebyggingen. Her legges et grunnlag som også kan spilles ut innenfor andre journalistiske genre. Varianter av en serviceideologi kan også komme til uttrykk i såvel menings- som nyhetsstoff. Etter mine begreper kan

en vesentlig variant av såkalt *kampanjejournalistikk* ses som en særlig offensiv utgave av service- og veiledningsjournalistikk («VG hjelper deg» og «Dagbladet tar saken»). Kampanjejournalistikk kan ha en forbrukervinkling, som i kampanjer for lavere priser eller når redaksjonen «tar saken» for en forbruker som føler seg lurt. Kampanjejournalistikk kan også ha et klientfokus, som når man «kjører en sak» - som det gjerne heter på stammespråket - for en pasient eller sosialklient som er rammet av systemsvikt, behandlingstabber eller dårlig skjønn.

Framveksten av den moderne servicejournalistikken kan knyttes til velferdsstatens og sosialdemokratiets historie. En ekspanderende og stadig mer uoversiktlig velferds- og sosialstat skaper nye veiledningsbehov og en arena for en ny journalistikk. Skandinaviske populæraviser har visst å fange opp og profitere på dette. Expressen etablerte sågar sine egne "rådbyrå" (det første i 1948 og senere 10 nye i begynnelsen av 1960-årene), rådgivningskontorer der lesere kunne få råd og vink fra f.eks. jurister og sosionomer (Gustafsson m.fl. 1984). Journalistikk i allianse med velferdsstatens øvrige profesjoner er heller ikke i dag en ukjent foreteelse. Eksempler på dette kan møtes med spørsmål om journalisten blir en del av et omseggripende omsorgs- og hjelpeapparat som bidrar til å skape klienter like mye som myndige mennesker. Bidrar servicejournalistikken til en *klientifisering*? Vi kan bli ofre i et klientsamfunn der informasjonsformidlerne sammen med velferdsstatens øvrige profesjoner yter omsorg i form av overgrep. Som Trond Berg Eriksen formulerer det: «Det er ikke alltid lett å vite når man trenger hjelp, men det er farlig å overlate definisjonen av hvem som er trengende til dem som skal yte bistanden» (1988:42).

Gjennom betegnelsen "*den fjerde servicemakt*" har jeg i en annen sammenheng forsøkt å antyde en parallell mellom en ekspanderende service- og forbrukerorientering i stat og massemedia (Eide 1992). I begge institusjoner kan det påvises en sammenblanding mellom en statsborger- og en konsumentrolle. På statlig side kommer den til uttrykk i de såkalte "omstillingsprogrammene" for offentlig sektor, i alt babbelet omkring "brukermedvirkning", ved at staten er *dus* med oss, gjennom den kjekke "hei-på-deg"-stilen. På svensk grunn er det likeså sporet en klar utvikling i retning en «informalisering av relationerna mellan medborgare och institutioner» (Pettersson & Carlberg 1990:108, Löfgren 1988). I norske programmer for fornyelse av offentlig sektor, som f.eks. «Den nye staten»(1987), har stikkordene gjerne vært økt brukerorientering, mer vekt på service, omstilling og informasjon. Også politikken preges i økende grad av en serviceideologi. Som statsviteren Ole Berg har påpekt: «...i vårt konkurranseorienterte demokrati ligger en innbygget fristelse til å begrense seg til å levere goder til publikum; altså å levere en bro, en tunnel, en skole, et sykehjem...» (Tidens Tegn, 6/95)

Også i forhold til det offentlige er det å snakke om folk som *kunder* et uttrykk for

at man er på parti med framtiden. Eller som en svensk forsker uttrykker det: Medborgeren som kunde er et interessant uttrykk for den offentlige sektorens forretningsidé (Abrahamsson 1984).

Denne utviklingen er selvsagt ikke naturnødvendig, like lite som den er tilfeldig. Og selvsagt legitimeres den med referanse til klassiske idealer, utøverne i både stat og presse vil ha interesse av å sette likhetstegn mellom nye tendenser og hederskronte idealer. Da handler det gjerne om folkeopplysning og demokrati.

Populæraviser feirer gjerne sine dåder med store ord, enten det er politikeren som måtte gå, pengene som forsvant eller ekstrabevilgningen som kom. Også servicejournalistikken har dådsappell, - om den slik journalister gjerne gjør, ses i forlengelsen av folkeopplysningsidealet. Dagbladets redaktør, Harald Stanghelle, sier det slik: «-Jo, vi kan godt vedkjenne oss inspirasjon fra A-pressas folkeopplysningstid, da østkantfolk fikk hjelp av Arbeiderbladet til å knekke luseplagen, og tub ble bekjempet både med avisartikler og tvangsmidler» (Inforum 5/96:6). Det må være kjekt å kunne slå en slik himmelvelving over sin iver etter å informere oss om at vi kan spare penger ved å legge plastkortene igjen hjemme eller at vi kan forbrenne dobbelt så mange kalorier ved å gå baklengs (Dagbladet 20.1.97).

Populistiske overtoner i påkallelsen av de klassiske og hederskronte idealer mer enn antyder tradisjonsbrudd underveis i den fjerde servicemakt. I pressen kan lesermigreren bli påtrengende, og i den offentlige forvaltning kan det myndige menneske forveksles med den bevisste forbruker. Den fjerde servicemakt kan framstille demokratiet som et supermarked. Velgere blir kunder. Såvel medier som offentlige etater vender seg til oss i vår publikumsrolle som konsumenter, klienter og privatpersoner - snarere enn som statsborgere. Disse nye henvendelsesformene kan ha et samfunnsmessig grunnlag i at vår statsborgerrolle mister sin betydning. I en tid hvor politiske lojaliteter er løse, politiske partier blir likere og likere, hvor politikk blir administrasjon, betyr det ikke nødvendigvis så mye om vi engasjerer oss i tradisjonelt politisk arbeid. Det kan være en historisk sannhet i at vår rolle som konsumentinteressenter blir viktigere - i betydningen - mer framtrædende - enn vår statsborgerrolle (Eide & Hernes 1987, Bruun Andersen 1991).

I en slik situasjon vil nettopp en journalistikk med hverdagslivsfokus, noe som er et viktig kjennetegn ved moderne populærjournalistikk, bli viktig. Dette er en journalistikk som retter seg mot publikums livsverden, mot forhold der informasjon nettopp betyr noe fra eller til, mot forhold det er mulig å gjøre noe med - alene eller sammen med andre.

Ekspansjonen i den fjerde servicemakt har altså en samfunnsmessig resonansbunn, og slik kan vi forstå dens framvekst, men ikke rettferdiggjøre dens omsegripende frammarsj. Mistaket i denne sammenheng tar form av at servicejourna-

listikkens betoning av vår konsument- og klientrolle kan gå på bekostning av vår statsborgerrolle. Det kan være ille nok å bli foretatt med alskens dillete råd og vink. Mer problematisk er det med servicejournalistikkens ekspansjon over genre-grensene, som når en norsk avis som gjerne vil være kjent for sine meninger får seg til å servere slanketips på lederplass.

Ingen behøver å holde seg strengt til hverdagens slankeoppskrifter i påsken. Det er hyggeligere å finne den riktige kombinasjon av mat og mosjon. Den mest effektive form for kaloribekjempelse er å la kroppen forbrenne kalorier på den naturlige måten, ved bevegelse... (Dagbladet 29.3.97).

Dette sto altså på lederplass i Dagbladet. Lederskribenten har vært den som med størst sikkerhet har henvendt seg til oss som statsborgere. Med slankeråd på lederplass settes en ny standard. Dette er råd det er grunn til å betakke seg for.

En tilsvarende reservasjon må gjøres gjeldende mot at også politisk journalistikk tar form av servicejournalistikk. En lesersmigrende løssalgspopulisme med dårlig skjult politikerforakt har sine grenser, både som folkeopplysning og som maktkritikk.

### **Journalistikkens stolte nederlag?**

De fem journalistiske tendensene jeg har påpekt - en instrumentell medielogikk ekspansjon, den profesjonsideologiske synshemning for journalistisk makt, impresario-instrumentalismen og løssalgspopulisme, den utilstrekkelige maktforståelse og servicejournalistikkens framvekst - kan altså illustrere et journalistisk mistak. Og som alt antydnet: Det er slett ikke bare journalister som begår journalistiske mistak. Det gjør også andre aktører, i ulike sosiale sfærer. Det kan f.eks. ta form av en aksept av journalistiske premisser, av å innordne seg det journalistiske feltets logikk, representert ved rådende journalistiske konvensjoner.

Det kan for det første dreie seg om å spille opp til journalistiske impressariers sceneanvisninger, om å innordne seg under rådende journalistisk logikk og forståelsesformer. Det kan for det annet handle om å utleve eller adoptere en banal maktforståelse, herunder en machiavellisk og instrumentell holdning til informasjon og debatt, der det fremst handler om å vise fram standpunkter, om å plugge dem inn der de kan gi best avkastning. Det kan for det tredje dreie seg om å operere med tilsvarende publikumbilder som den enkleste servicejournalistikk.

Det journalistiske mistaket er altså et stykke på vei å forstå som et instrumentalistisk mistak. Som det instrumentalistiske mistaket er å betrakte alle problem som tekniske, er det journalistiske mistaket å se alle problem ut fra et hegemonisk journalistisk blikk. Det er å absolutere et perspektiv, det er historien om et håndverk



som blir til ideologi, om journalistikk som blir til journalisme. «Dette er ikkje meint som eit åtak på psykologien, men på psykologismen», skriver Hans Skjervheim i «Deltakar og tilskodar» (1976:78). Tilsvarende er mitt ærend mer å angripe journalisismen, enn journalistikken.

Med psykologisme mener Skjervheim

tendensen til å absolutera dei psykologiske synsmåtane, å setja dei i sentrum ved handsaminga av alle problem. Parallellt kan ein tala om sosiologisme, biologisme etc. Generelt skal eg tala om objektivisme når den objektivierende holdningen vert absolutert, det vil seia når ein berre vil sjå alt under synsvinkelen fakta og faktisitet. Eit anna namn for det same er positivisme.

Psykologismen, sosiologismen ligg i våre dagar i lufta, det er vanskeleg ikkje å falla inn i den... (Skjervheim 1976:78).

Vi kan snakke om et journalistisk mistak når en journalistisk virkelighetsforståelse får hegemoni... Den «ligger i lufta, det er vanskeleg ikkje å falla inn i den...»

Men, som Skjervheim så skarpsindig påpeker i et resonnement om det instrumentalistiske mistaket. Mon det ikke også gjelder for det journalistiske mistaket?

Så lenge denne strategien ikkje vert faktisk universalisert, fungerer den som ein herredømmeteknikk. I den augneblinken den vert universalisert, det vil seia i den augneblinken alle byrjar å handla ut frå machiavellistiske prinsipp, fungerer den ikkje lenger. I staden hamnar ein i alle sin kamp mot alle; ...[...]

I ein situasjon av denne typen hjelper det lite å prøva å «skapa tillit», for tillit kan ikkje «skapast», det er ikkje eit spørsmål med teknisk-pragmatisk løysing. Kantiansk sagt kan ein berre handla slik at ein er verdig tillit, men ein er berre verdig tillit dersom ein ikkje absoluterer det instrumentalistiske perspektivet. Machiavellistar er ikkje verdige tillit (Skjervheim 1992:176).

Analogt kan vi resonnerer om rådende medielogikkens ekspansjon. Den endres ved at den brukes og den mister mye av sin effekt når stadig flere bruker den, når den tenderer mot å bli universalisert. Og tillit som er misbrukt, kan ikke gjenreises med enkle grep. På et vis kan journalistikkens suksess også bli dens største nederlag.

Det kan også være tilfelle ved at det «å tenke journalistisk» blir en selvsagt kompetanse for enhver som vil noe her i verden, når fortroligheten med mediernes logikk og arbeidsmåte ekspanderer – og lett kan kjøpes inn av ressurssterke aktører på påvirkningsmarkedet. Når politikere overtar mediernes språk og formidlingsgrep kan resultatet bli et klart skille mellom den medieombruste og spektakulære del av politikken og øvrig politikk. Det er et problem om vi får to klart atskilte politiske kretsløp - et populærkretsløp i mediene og et annet kretsløp for de politiske beslutningstakerne (jf. Hjarvard 1997). Det er problematisk om det blir mulig på de to arenaene å operere med helt separate dagsordener. Hvis det som skjer i mediene blir «en annen sak» eller egentlig uvesentlig for de reelle politiske diskusjoner som foregår annetsteds, har vi et demokratisk problem. Da har elitestaten oppstått i en

ny form, der det riktignok foregår mye karneval og «stor ståhei for ingenting» i mediene, men der beslutninger som betyr noe fattes i lukkede rom og der alle prinsipielle diskusjoner foregår andre steder enn i mediene.

Jeg antyder ikke at dette skillet er etablert i Skandinavia. Men det er all mulig grunn til å se bak journalistikkens og medielogikkens tilsynelatende seiersgang. At en journalistisk logikk beherskes av stadig flere, at journalistiske forståelsesformer blir dominante, er selvsagt også problematisk av den enkle grunn at disse forståelsesformene så åpenbart kommer til kort i forhold til viktige problemer og saker. Et nærliggende eksempel er den ”intimisering” av politikken som en rekke kommentatorer har påpekt i forlengelsen av Richard Sennets analyse av «the fall of public man» (1976). Filosofen Jon Hellesnes har her lansert betegnelsen «sentimentaliseringa av det offentlege rommet» og snakker om «kulten kring det å vera rørt».

Til spørsmålet om denne – og andre – journalistpromoterte forståelsesformers ekspansjon, må det bemerkes at forekomsten av schizofrene medier gjør den skandinaviske situasjonen spesiell og ikke entydig avklart (jf. Eide 1995). Medier som byr på de største doser av sentimentalt dill kan samtidig også være journalistisk ledende når det gjelder såvel kommentar som avsløringer av åpenbart samfunnsrelevante og viktige saksforhold. Her synes jeg forøvrig Skjervheims egen mediekritikk blir for endimensjonal, når han gir uttrykk for sitt ubehag ved journalistikken gjennom en uforbeholden parallel mellom Bild Zeitung og VG, og ser et Dagblad i uforbeholdent fritt forfall.

Aktører som kommer til kort på markedet og i andre sosiale sfærer skal ideelt sett ha rettigheter til å uttrykke seg, og legitime krav på å bli tatt på alvor, i det sivile samfunn (der kommunikative institusjoner skal bidra til å realisere et slikt ideal) (Alexander 1998). Dette fordrer et grunnleggende tillitsforhold, en gjensidig respekt mellom såvel journalist og publikum som journalist og kilde.

Det må insisteres på at respekten for den andre må være grunnleggende. Dette er en posisjon i samklang med Hans Skjervheims filosofiske program. «Det finnes ingen annen nøkkel til Skjervheims filosofi enn forståelsen av hans forståelse for den annen», skriver Asbjørn Aarnes i sin introduksjon til nyutgaven av *Deltakar og tilskodar og andre essays* (1996:24).

Objektivismekritikken og kritikken av instrumentalistiske mistak - kritikken mot å gjøre andre subjekter til objekter eller til midler i en strategi, treffer tonenagivende deler av moderne journalistikk. I vår sammenheng kan instrumentalismen vise seg innenfor servicejournalistikken, i maktforståelsen og i den antydende journalistiske impressario-virksomhet. I sistnevnte tilfelle blir problemet påtrengende desto mer framherskende regiansvaret blir, enten fra journalistens eller kildens side.

Det oppstår et problem om instrumentalismen fra den ene eller andre kant blir dominerende - om journalist eller kilde begår det som her er kalt et journalistisk mistak.

De vikarierende motiver og den instrumentelle holdning har sin naturlige plass - også i journalistikken, men den har sine grenser. Det Skjervheim har kalt det instrumentalistiske mistaket er overskriding av slike grenser (Skjervheim 1992:177).

Det jeg har kalt det journalistiske mistaket er en grenseoverskridelse. Det er en opphøying av et journalistisk verdensbilde til alt for mange tings målestokk, og av bestemte journalistiske håndgrep til ideologi. De omtalte trekk ved det journalistiske mistaket aktualiserer altså spørsmålet om vi står overfor et stolt nederlag for journalistikken - om journalistikken taper når journalisismen vinner.

En seriøs analyse og et nærmere studium av den journalistiske logikkens ekspansjon og herredømmemekanismer i ulike sosiale felt må gjennomføres uten å falle i noen av de to grøfter Pierre Bourdieu har beskrevet i denne sammenheng: «illusjonen om at dette er noe en aldri har sett før og illusjonen om at det er noe som alltid har vært slik» (Bourdieu 1998:96).■

## Litteratur

- Abrahamsson, K. (1984) «Medborgarkunnskap, samhällsinformation eller «bara» kundservice?» i temanummer om «Samhällsinformation», *NORDICOM-nytt* 2–3. Göteborg: NORDICOM-Sverige.
- Alexander, J.C. (red) (1998): *Real Civil Societies. Dilemmas of Institutionalization*. London: Sage.
- Allern, S. (1997) *Når kildene byr opp til dans. Søkelys på PR-byråene og journalistikken*. Oslo: Pax.
- Altheide, D. & Snow R.P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine De Gruyter.
- Benoist, J.M. (1975) *Tyrannie du Logos*. Paris: Critique.
- Berg Eriksen, T. (1988) «Velferdsstatens legitimitet og grense» i *Nytt Norsk Tidsskrift* nr. 1. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bourdieu, P. (1998) *Om fjernsynet* (norsk oversettelse av *Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme*). Oslo: Gyldendal.
- Bruun Andersen, M. (1991) Omtale av seminar om TV-genre, *Nordicom-information*, nr. 1.
- Dahlgren, P. (1992) «Introduction» i Dahlgren & Sparks (red) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.
- Den nye staten*. Særskilt vedlegg til Stortingsmedling nr. 4 (1987–88). Perspektiver og reformer i den økonomiske politikken. Oslo: Forbruker og administrasjonsdepartementet.
- Eide, M. (1991) *Medievalgkamp*. Oslo: Tano.
- Eide, M. (1992) *Den fjerde servicemakt. Noter til forståelse av norsk veilednings- og kampanjejournalistikk*. Bergen: Institutt for massekommunikasjon.
- Eide, M. (1995) «Populærjournalistikk på norsk. Historiske noter om avisschizofreni» i *Norsk medietidsskrift*, nr 1/1995. Oslo: Novus.
- Eide, M. og Hernes, G. (1987) *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk*. Oslo: FAFO.
- Ekström, M (1998) «Når virkeligheten ikke duger som den er: En studie av tv-journalistikens praktikk». *Nordicom* 20(4):3–20.
- Ekström, M. & Eriksson, G (1996) *Det iscensatta talet på tv. Aktualitetsprogram i det svenska tv-mediet*. Rapport 1 fra prosjektet *TV-journalistikens giltighet*. Högskolan i Örebro, skriftserie nr. 60.
- Gripsrud, J (1992) «The Aesthetics and Politics of Melodrama» i Dahlgren & Sparks (red) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Gustafsson, K. E. m fl (1984) *SVERIGE (Expressen). Berättelsen om hur Expressen blev Sveriges rikstidning*. Stockholm: Förlags AB Marieberg.
- Habermas, J. (1981) *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hjarvard, S. (1997) «Kendthed eller kendskab? Om infotainment og journalistik», *Reklame* nr. 2: 12-15. København: DRB.
- Löfgren, O. (1988) (red) *Hej, det är från försäkringskassan! Informaliseringen av Sverige*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Petersson, O. & Carlberg, I. (1990) *Makten över tanken*. Stockholm: Carlssons.
- Petersson, O. (1994) «Journalistene som klass, Journalismen som ideologi», s. 25–36 i Steen Edvardsen, T. (red) *Media og samfunnsstyring*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Reinton, P.O. (1984) «Kildenes tyranni», *Nytt Norsk Tidsskrift* nr. 4, 21-32. Oslo: Universitetsforlaget.
- Sand, G. & Helland, K. (1998) *Bak TV-nyhetene. Produksjon og presentasjon i NRK og TV2*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Sennett, R. (1976) *The Fall of Public Man. On the social psychology of capitalism*. New York: Vintage Books, Random House.
- Skjervheim, H. (1959) *Objectivism and the Study of Man*, Oslo: Universitetsforlaget (Norsk utgave: *Objektivismen og studiet av mennesket* (1974). Oslo: Gyldendal.
- Skjervheim, H. (1968) *Det liberale dilemma og andre essays*. Oslo: Johan Grundt Tanum Forlag.
- Skjervheim, H. (1976) *Deltakar og tilskodar og andre essays*. Oslo: Johan Grundt Tanum Forlag.
- Skjervheim, H. (1985) «Den nye mediaideologien», *Nytt Norsk Tidsskrift* nr 1: 85-87. Oslo: Universitetsforlaget.
- Skjervheim, H. (1987) «Den klassiske journalistikken og den nye mediaideologien», *Nytt Norsk Tidsskrift* nr. 1: 13–20. Oslo: Universitetsforlaget.
- Skjervheim, H. (1992) *Filosofi og dømmekraft*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Thurén, T (1988) *Ljusets riddare och djävulens advokater: en bok om den journalistiske yrkesrollen*. Stockholm: Tiden
- NOU 1992:21 *Ikke bare ord...* (utredning om offentlig informasjonspolitikk). Oslo: Norges Offentlige Utredninger.
- Aarnes, A. (1996) «Hans Skjervheim og norsk filosofi», innledning til nyttgave av Hans Skjervheims *Deltakar og tilskodar og andre essays*. Oslo: Aschehoug.

---

## ABSTRACT

### **The Journalistic Fallacy**

MARTIN EIDE

An expansion of "media logic" and media strategies in private and public sectors of society is the point of departure for this paper. The power of journalism is a force drawn upon by a wide range of social agents. The question is whether what appears as a victory of journalistic formats and frames of understanding simultaneously is a journalistic defeat.

The paper identifies and discusses current aspects of journalistic practice and ideology which might constitute a journalistic fallacy. Among these aspects is the role of the journalist as an impresario of public issues and possible populist interpretations of this role. Another related aspect is a restricted and vulgar understanding of power involved in a current conception of journalism as ideology. The expansion of a certain service ideology within the mass media and in other domains of public life is also discussed.

The journalistic fallacy can be conducted as well by other social agents as by journalists. Implications of this sour victory of journalism is discussed with reference to the Norwegian social philosopher Hans Skjervheim's writings, especially on the problems of instrumentalism in social life.

---



# Attraktionens tv-journalistik<sup>1</sup>

MATS EKSTRÖM

## Inledning

The commercialization and commodification of culture has many important consequences. First of all, production for profit means that the executives of the culture industries attempt to produce artifacts that will be popular, that will sell or, in the case of radio and television, that will *attract mass audiences*. ... precisely the need to sell their artifacts means that the products of the culture industries must resonate to social experience, must *attract large audiences*, and must thus offer *attractive products*, which may shock, break with conventions, contain social critique ... (Kellner 1995, s 16, mina kursiveringar).

Journalistiken är en del i den kulturindustri vars villkor Kellner så träffande fångar i dessa formuleringar. Journalistik är produktion och kommunikation på en marknad; en medieprodukternas, nyheternas och bildernas marknad. Journalister och programproducenter gör vad de kan för att attrahera, dra till sig, en stor publik; delvis för att publikens storlek i sig är avgörande för framgång och lönsamhet, men också för att man har något att säga som man vill att andra skall lyssna på. En journalistik utan framgångar på denna marknad är en död journalistik. I Sverige och andra länder har denna marknad förändrats under inte minst det senaste decenniet. Konkurrensen om de potentiella publikernas uppmärksamhet har hårdnat och *problemet gällande hur publikerna skall kunna attraheras* har blivit ett alltmer centralt problem i det journalistiska arbetet och i medieproduktionen i allmänhet. Denna artikel skall handla om tv-journalistikens sätt att hantera detta problem. Som Kellner antyder kan medieprodukter vara attraktiva på ett flertal olika sätt. Jag skall visa hur tv-journalistiken försöker dra till sig de åtråvärda publikerna genom det jag valt att kalla *attraktionens tv-journalistik*.

---

**MATS EKSTRÖM** är docent i sociologi och verksam inom ämnet medie- och kommunikationsvetenskap vid Högskolan i Örebro. Han har under senare år skrivit flera arbeten om samhällsvetenskaplig metodologi, men framför allt arbetat med forskning inom tre större projekt: "Journalistikens normer", "Tv-journalistikens giltighet" samt "Politiken och tv-journalistikens dramaturgi".

Under det senaste decenniet har inte minst tv-utbudet ökat kraftigt, medan den tid människor lägger ner på tv-tittande är relativt konstant (Carlsson & Bucht 1997). Även om den tid vi tittar på tv kan påverkas, är den möjliga tiden för tv-konsumtion begränsad. Konsumtionen är tidskrävande. Tv-bolagens framgångar är nära relaterade till storleken på den publik man lyckas fånga (Garnham 1990/1997). Inom den reklamfinansierade televisionen är detta särskilt tydligt eftersom antalet tittare bestämmer vad annonsörerna är beredda att betala. Men även inom public service har de kontinuerliga rapporterna om tittarsiffror blivit en viktig del i utvärderingarna av den egna verksamheten. Såväl för redaktionernas självförståelse, som för deras status och ställning inom organisationen, är det viktigt att få höga "ratings" (tittarsiffror) (Ekström 1998a och b). Journalistiken präglas generellt av sökandet efter nya konkurrenskraftiga programformer, av jakten på personer och händelser som går att exploatera, av kampen om publikernas uppmärksamhet.

Tv-bolagen och de enskilda redaktionerna utvecklar olika strategier för att i så stor utsträckning som möjligt göra människor till konsumenter och därigenom dra in dem i reproduktionen av den egna verksamheten. Dessa strategier blir viktigare i takt med att konkurrensen om publikerna ökar (Ang 1991). Det handlar om publikmätningar (för att se vad som går hem och inte), tv-guider, annonskampanjer, programledare som ger intervjuer i andra medier och marknadsföring av andra slag. Det handlar om att "nischa" program på speciella tider och strategiskt bygga upp en tv-tablå, om påannonseringar av kommande program och löften om kommande händelser: "Vi är strax tillbaka och då får ni möta ... så stanna kvar". De olika mediebolagen stöder också varandra genom att i form av recensioner, intervjuer, reportage och programbilagor marknadsföra varandra. Den betydelse som bolagen tillmäter dessa aktiviteter visar att något viktigt står på spel och att det, som Garnham (1997, s 81) framhåller, är den kulturella distributionen och inte bara produktionen som är nyckel till vinst.

I syfte att attrahera (dra till sig och involvera) tittare tillämpar tv-journalistiken också olika kommunikativa strategier. Jag skall i denna artikel argumentera för att dessa kommunikativa strategier utvecklas inom ramen för tre grundläggande kommunikationsformer: *Upplysningens*, *berättelsens* och *attraktionens* kommunikation. Dessa kommunikationsformer särskiljer sig med avseende på hur i detta fall tv-redaktionerna försöker attrahera publik, och vad det är som skall göra deras produkter attraktiva. Låt mig redan här kortfattat ge en antydning om vari dessa skillnader består. Inom upplysningens kommunikationsform lutar journalistiken till att produkterna skall vara attraktiva genom att innehålla relevanta och intressanta upplysningar om sakförhållanden. Inom berättelsens kommunikationsform skapas berättelser som kan attrahera därför att de är spännande och dramatiska, därför



att de fångslar och involverar publikerna som vill veta hur det ska gå för huvudpersonerna (detta oavsett om det är fakta eller fiktion). Inom attraktionens kommunikationsform skapas händelser som i egenskap av att vara spektakulära, sensationella och iögonfallande kan locka till sig åskådare. Dessa tre kommunikationsformer särskiljer sig också (vilket jag skall visa nedan) med avseende på de sociala roller och relationer som etableras i kommunikationen. För att så här inledningsvis ge en bild av vad jag är ute efter att försöka fånga med dessa begrepp kan vi också använda tre olika kommunikativa händelser som metaforer:<sup>2</sup> Den offentliga anslagstavlan (upplysningen), sagostunden (berättelsen) och cirkusföreställningen (attraktionen).

Syftet med denna artikel är emellertid i huvudsak begränsat till att undersöka det jag valt att kalla attraktionens tv-journalistik, det vill säga en journalistik som i sina arbetsformer, prioriteringar, textkonstruktioner och sätt att försöka dra till sig publikerna är anpassad till attraktionens kommunikationsform.

Som Altheide och Snow (1991) framhåller är det alldeles för begränsande att se mediernas inflytande och makt enbart med avseende på hur innehållet i det som sägs påverkar publikernas föreställningar och värderingar. Medierna skapar också bestämda *former* för kommunikation, för socialt handlande och social interaktion. Med dessa former följer också särskilda sätt att tolka, betrakta och förhålla sig till händelser i verkligheten. Mediernas inflytande handlar mycket om i vilken utsträckning de bidrar till att vissa sätt att kommunicera blir etablerade och accepterade som självklara i våra vardagsliv.

Attraktionen betraktar jag i denna artikel som just en form av kommunikation som reproduceras och transformeras av bland annat tv-journalistiken, men som också förekommer inom andra genrer, och som blivit en accepterad form bland såväl medieproducenter som mediekonsumenter. Det jag definierar som särskilda former av kommunikation är överordnat enskilda programformat (nyheter, olika typer av talk shows, program som bygger på reportage etc). De enskilda formaten är förknippade med olika mediestrategier och förutbestämda rutiner för medieproduktion. De styr det sätt på vilket ett specifikt ämne presenteras (Altheide & Snow 1991). Men dessa enskilda format används samtidigt inom ramen för mer övergripande kommunikationsformer. Nyhetsformatet används till exempel för att både upplysa, berätta berättelser och skapa attraktioner, vilket också innebär att vi som tittare kan involveras på olika sätt i ett nyhetsprogram.

Undersökningen avgränsas till just *tv-journalistik* i vid mening, det vill säga olika typer av nyhets- och aktualitetsprogram. Min användning av detta begreppet är delvis problematisk eftersom flera av de produktioner som tas upp i artikeln representerar en form av hybrider med inslag av både traditionellt journalistiskt arbete

och annan typ av tv-produktion. Begreppet tv-journalistik inkluderar i denna artikel även populärjournalistik och tabloidjournalistik liksom olika hybridformer med journalistiska inslag.<sup>3</sup> Gränserna för vad som är journalistik och inte utmanas och förändras hela tiden. Journalistiska arbetsmetoder sprider sig till andra områden samtidigt som journalister övertar arbetsformer och roller från andra genrer. Inom journalistikens fält råder idag en kamp om vad som är journalistik och inte. Ett konkret exempel på detta är Robert Aschberg som för några år sedan fick det stora journalistpriset. I sina program blandar han traditionell journalistik med medieproduktion av annat slag. Han raljerar och ironiserar också gärna över journalistikens ideal och självförhärligande myter, både genom direkta uttalande och genom att demonstrativt bryta mot journalistikens yrkeskoder. Inom journalistiken har han kritiserats för att vara en oseriös underhållare.

Denna artikel är skriven inom ramen för projektet "tv-journalistikens giltighet". I detta projekt har jag tillsammans med en kollega bland annat studerat produktionsprocesserna, det journalistiska arbetet, bakom fyra olika aktualitetsprogram; *Striptease*, *Mosaik*, *Svart eller vitt* och *Aschberg och co*. Studierna genomfördes genom intervjuer och deltagande observationer ute på redaktionerna. Nedan kommer jag i vissa fall hänvisa till resultat från dessa studier. För en närmare presentation av undersökningsmetoderna och projektet i sin helhet hänvisar jag till Ekström (1997), samt Ekström och Eriksson (1996 och 1998).

I det följande skall jag klargöra vad som gör attraktionen till en specifik kommunikationsform. Detta sker först genom att jag i nästa avsnitt teoretiskt beskriver skillnaderna mellan upplysningens, berättelsens och attraktionens kommunikationsform. Därefter kommer jag att utveckla analysen av attraktionsbegreppet, för att sedan också presentera ett antal konkreta exempel på hur denna kommunikationsform kommer till uttryck inom tv-journalistiken. Artikeln avslutas med ett avsnitt där jag ställer frågan om journalistikens attraktioner är en del i en mer generell attraktionernas mediekultur.

### **Upplysning, berättelse och attraktion:**

#### **Tv-journalistik inom tre olika former av kommunikation**

Journalistikforskningen (och även debatten om journalistiken) har i stor utsträckning betraktat och värderat journalistiken som ett informations- och upplysningsprojekt. Om det vore så att tv-journalistiken till övervägande delen producerades som god upplysning, och litade till publikernas behov och intresse av information, skulle den dock knappast ha den omfattning och de framgångar på mediemarknaden som den har. Vill vi förstå hur tv-journalistiken kan tilltala och involvera pub-

liker krävs även andra perspektiv. Under senare år har det vuxit fram en forskning där journalistiken studerats även som populärkultur (Corner 1996, Dahlgren 1995, Dahlgren & Sparks 1992). Istället för att beskriva journalistik som motsatsen till underhållning, har man inom det senare perspektivet visat att journalistik kan tilltala publikerna genom att erbjuda avkoppling, nöje, lust och eskapism.

Distinktionen mellan *information* och *underhållning* är en av de vanligast förekommande i analyser av medier och journalistik. Distinktionen används dock ofta slentrianmässigt och utan analytisk skärpa. Frågan är om den överhuvudtaget är särskilt klagörande? Vad är det som säger att information inte kan vara underhållande eller att underhållning kan vara informerande? En annan distinktion som varit vägledande för analyser av journalistik är den mellan *information* och *berättelse* (Dahlgren 1992, Ekecrantz & Olsson 1994, Schudson 1978). Det analytiska perspektiv som jag skall presentera här utgår från denna tudelning (även om jag föredrar begreppet upplysning före information). Jag tillför också ett tredje centralt begrepp, nämligen *attraktion*.

Upplysning, berättelse och attraktion syftar i denna artikel på tre analytiskt åtskilda former av kommunikation. Utifrån dessa begrepp kan vi förstå olika trender inom journalistiken, skillnader mellan olika produktioner och journalistiska arbetsformer, men också skillnader vad gäller publikernas involvering i kommunikationen. Teoretiskt och analytiskt kan vi särskilja begreppen utifrån tre centrala aspekter av kommunikativa händelser och processer: (1) Producenternas *intentioner* samt de *produktionsformer* och *kommunikativa strategier* som utvecklas för att realisera dessa intentioner. (2) Grunderna för *publik involvering*. (3) De *roller* som konstitueras för dem som är inblandade i den kommunikativa händelsen och de *relationer* som etableras mellan dessa roller.

Låt mig nu kortfattat, utifrån dessa tre aspekter, klargöra skillnaderna mellan de tre kommunikationsformerna, och därigenom också det specifika med attraktionen.<sup>4</sup>

(1) Min utgångspunkt är att tv-journalistik, liksom all annan kommunikation, är *intentionell* (Scanell 1994). De som gör programmen vill uppnå något, de vill tilltala den tänkta publiken på ett visst sätt. Intentionerna kan vara vaga och oformulerade eller mer entydiga och explicita. Bakom varje produktion finns en rad intentioner på olika nivåer; alltifrån hur redaktionen vill att ett program som helhet skall uppfattas (som till exempel seriös granskande journalistik) till intentioner bakom enskilda framträdanden (till exempel en programledare som försöker framstå som trovärdig). En övergripande intention är att dra till sig, tilltala och involvera en publik. Detta kan ske på olika sätt. Begreppen upplysning, berättelse och attraktion uppmärksammar viktiga skillnader med avseende på detta. Dessa skillnader sammanfattas i figur 1:

**Figur 1.** Kommunikativa intentioner i olika former av kommunikation

---

<b>Former av kommunikation</b>	<b>Grundläggande kommunikativa intentioner</b>
Upplysning	Att erbjuda information som framstår som tillräckligt relevant, intressant och trovärdig för att tilltala en potentiell publik
Berättelse	Att berätta berättelser som är tillräckligt gripande, spännande och dramatiska för att involvera en potentiell publik
Attraktion	Att kunna erbjuda attraktioner som är tillräckligt spektakulära och extraordinära för att kunna locka och fascinera en potentiell publik

---

Produktionens inriktning, de prioriteringar som görs och de kommunikativa (retoriska) strategier som tillämpas är delvis ett uttryck för dessa grundläggande intentioner. Det gäller alltifrån hur arbetet läggs upp för att redaktionen ska få fram det material som krävs, till val av framställningsformer och estetiska uttryck. Ett uttryck för anpassning till upplysningens kommunikationsform är att nyhetsjournalister gör nyhetsvärderingar och väljer presentationsformer utifrån målsättningen att nyheterna skall framstå som angelägna och intressanta för publikerna. Inte minst genom att ansluta till etablerade genrekonventioner presenterar sig nyhetsjournalistiken som en institution som förmedlar dagliga rapporter om det som antas vara viktigt att veta (Dahlgren 1988). Inom ramen för berättelsens kommunikationsform inriktas det journalistiska arbetet på att skaffa fram material till bra berättelser, att konstruera berättarstrukturer, att hitta personer som kan användas för att gestalta färdiga roller, samt att dramatisera och visualisera berättelser på ett sätt som gör dem spännande och fängslande. Kännetecknande för attraktionen är intentionerna att skapa och visa upp händelser och bilder som i sig är tillräckligt spektakulära, extraordinära och iögonfallande för att de skall locka och dra till sig tittare. Jag återkommer till attraktionens tv-journalistik nedan.

Låt mig för att undvika missförstånd betona att berättelse och attraktion *inte* är variationer på samma sak utan kvalitativt olika kommunikationsformer. En person som berättar något kan förvisso mycket väl vara en del i en attraktion; liksom iögonfallande och spektakulära bilder kan användas i en dramatiserad berättelse. Som kommunikationsformer är det emellertid olika saker. I sin renodlade form är berättelse och attraktion förknippade med olika intentioner och strategier; de utnyttjar olika möjligheter att använda språket för att dra till sig lyssnare och tittare. Strategierna bakom konstruktion och dramatisering av fängslande berättelser, liksom berättelsers särskilda förmåga att involvera läsare, lyssnare och tittare, är väl

undersökt inom till exempel litteraturvetenskap och medieforskning (Harms Larsen 1990, Kozloff 1992, Phelan & Rabinowitz 1994, Skalin 1991). Attraktionens strategier och sätt att fungera är betydligt mindre undersökt (jfr Gunning 1992).

Det jag här presenterar som olika former av kommunikation är en *analytisk konceptualisering* och *inte* en *empirisk kategorisering*. Detta är ett mycket viktigt påpekande för att inte argumentationen i denna artikel skall missuppfattas. Det är frågan om abstraktioner som aldrig kommer till konkret uttryck i sina rena former. Syftet med detta analytiska perspektiv är att kunna fånga strukturer och tendenser i dagens tv-journalistik. Det är i spänningsfältet mellan dessa tendenser som nyhets- och aktualitetsjournalistiken idag utvecklas i olika riktningar. Skillnader mellan olika aktualitetsprogram har i stor utsträckning att göra med i vilken utsträckning man försöker tilltala tittarna med upplysning, berättelse eller attraktion. I de konkreta programmen blandas dessa på olika sätt. Det handlar om olika tendenser i tv-journalistiken som produktion, konsumtion och kommunikation. Att ett konkret program i det följande används som exempel på hur attraktionens kommunikationsform präglar programmet och journalisternas sätt att arbeta utesluter dock inte att samma program även kan innehålla inslag av upplysning och berättande. Tvärtom är det så att samma kommunikativa händelser (till exempel ett enskilt tv-inslag) vanligen innehåller element av såväl upplysning, berättelse och attraktion på samma gång.

(2) Den andra aspekten kallar jag grunder för *publik involvering*. Involvering syftar *för det första* på personers benägenhet att överhuvudtaget prioritera ett visst program och därigenom bli en del av dess publik. *För det andra* syftar det på hur och i vilken utsträckning publikerna dras in i programmet. Publikerna kan titta med kritisk distans men kan också involveras starkt, fångas, identifiera sig och gå upp i det de ser. Dessa två typer av involvering hänger ihop så till vida att en involvering av det andra slaget motverkar personers benägenhet att byta kanal eller stänga av.

Människors benägenhet att inta rollen som publik till ett visst program har naturligtvis att göra med en rad förhållanden: Utformning och lansering av det enskilda programmet, publikernas förväntningar, föreställningar om olika genrer, samt medievanor i stort, vilka i sin tur är relaterade till social och kulturell tillhörighet. Men upplysning, berättelse och attraktion är också förknippade med olika grunder för publik involvering detta med avseende på vad det är som motiverar människor att titta, vad det är som gör programmen tilltalande, vilka förväntningar som tillfredsställs.

Inom den så kallade "uses and gratification research" har denna typ av frågor studerats under ett flertal decennier. Resultaten av denna forskning visar entydigt

att tv-tittandet kan vara tillfredsställande på flera olika sätt, att det är flera olika saker som människor får ut av att titta på tv. McQuail (1991, s 73) sammanfattar dessa i fyra kategorier: *Information, att skapa och bekräfta en personlig identitet, integration och social interaktion*, samt *underhållning*. Dessa dimensioner av tillfredsställelse är inte direkt relaterade till olika typer av program eller kommunikationsformer. Alltifrån nyheter till deckare kan till exempel användas i identitetsskapande.

Mer direkt relaterade till olika programkonstruktioner och kommunikationsformer är en indelning som Harms Larsen (1990) presenterar. Jag utgår här från denna indelning eftersom jag menar att den med avseende på grunderna för publik involvering tydliggör upplysningens, berättelsens och attraktionens elementära former (se figur 2). Harms Larsen (1990) argumenterar för att det finns tre grundläggande behov eller benägenheter hos publiken som en text kan tilltala och tillfredsställa. (Harms Larsen kopplar emellertid inte dessa till olika former av kommunikation på det sätt som jag gör).

**Figur 2.** Grunder för publik involvering i olika former av kommunikation

<b>Former av kommunikation</b>	<b>Grundläggande för publik involvering</b>
Upplysning	Kunskapsörst, behovet av att få veta, att hålla sig informerad
Berättelse	Äventyrlust, lusten att uppleva berättelser, benägenheten att leva sig in i, känna spänning och trollbindas
Attraktion	Lusten att beskåda, lockelsen i att se bilder som ger starka intryck, att se något annorlunda, något iögonfallande, fascinerande, spektakulärt, tabubelagt och/eller förbjudet

Tv-produktion är i grund och botten inriktad på att vara den tänkta publiken till lags. Utan tittare ingen tv-produktion som ägare (och eventuella annonsörer) är intresserade av att finansiera. Publikerna kan tillfredsställas på olika sätt, eller annorlunda uttryckt: Tv-journalistiken försöker vara *giltig* för publikerna på olika sätt. Figur två visar på ett av flera sätt att förstå detta.<sup>5</sup> Inom upplysningens kommunikationsform tillfredsställs människans vilja att veta. I vissa fall tittar personer för att de vill veta om sådant som har särskild relevans för dem, för att få praktiska råd och vägledning, för att kunna handla i olika situationer; som yrkesverksamma, som konsumenter, som hotade av kriser och katastrofer, eller som politiska medborgare. I andra fall tittar man av ren nyfikenhet, eller för att man känner ett behov av att hålla sig allmänt informerad och av trygghetsskäl vill försäkra sig om

att inget har hänt som i grunden förändrar det egna livet. Bra berättelser involverar och trollbinder istället tittaren, de skapar inlevelse och spänning, ett behov av att få reda på hur det ska gå, en vilja att följa berättelsen till slutet. Berättelser kan vara gripande, spännande och skrämmande (oavsett om det är fakta eller fiktion, eller en blandning däremellan). Attraktionens publika involvering bygger istället på lusten och lockelsen i att beskåda något spektakulärt som visas upp. Jag återkommer till detta.

(3) En viktig skillnad mellan upplysningens, berättelsens och attraktionens kommunikationsform är de olika *roller* som skapas för de som deltar i den aktuella kommunikativa händelsen, samt de *relationer* som etableras mellan dem som deltar. Vi kan här grovt skilja mellan tre kategorier av deltagare; (a) medieproducenter och journalister (inkluderande hela det kollektiv som arbetar med produktionsprocessen), (b) publik, (c) en ”tredje part”, det vill säga de som intervjuas, refereras och är gäster i programmen (jfr Fairclough 1995). Deltagarnas roller och relationer kan naturligtvis inte härledas enbart från olika former av kommunikation. Konstruktionerna av roller och relationer i tv är betydligt mer komplicerade, de är relaterade till bland annat genrer, berättarstrukturer och ideologier. I en mer övergripande mening skiljer sig dock upplysning, berättelse och attraktion med avseende på de roller som journalistiken intar, de roller som den tredje parten erbjuds samt med avseende på de roller i vilka tittarna tilltalas och involveras i den kommunikativa händelsen (det aktuella tv-programmet) (se figur 3).<sup>6</sup> De för attraktionen särskiljande rollerna och relationerna presenteras mer ingående under punkt 1 i nästa avsnitt.

**Figur 3.** Roller i olika former av kommunikation

	<b>Journalistiken</b>	<b>Publikerna<sup>7</sup></b>	<b>Tredje part (Intervjupersoner, gäster)</b>
<b>Upplysning</b>	Upplysningsare <sup>8</sup>	Kunskapssökande medborgare	Källa (till information)
<b>Berättelse</b>	Berättare	Den som lyssnar på berättelser	Rollinnehavare (som får gestalta roller/karakärer)
<b>Attraktion</b>	Arrangör/utställare	Åskådare	Uppträdande aktör eller utställningsobjekt (det som visas upp)

Om journalistiken enbart, eller ens i första hand, skulle kommunicera som upplysning skulle den inte ha den publik som den har. Den skulle troligen representera

en mer marginell företeelse än vad den faktiskt gör. Den angelägna upplysningen är inte en tillräcklig källa för vardaglig konsumtion av journalistik. Ur ett informativt perspektiv klarar vi oss mycket bra med betydligt mindre journalistik än vad vi i realiteten tar del av. Men journalistiken klarar sig inte utan sin masspublik. I dagens tv-samhälle finns, skriver Harms Larsen, ett överskott på information och ett underskott på uppmärksamhet. Publikerna har en tendens att söka programformer där de inte bara får information utan också fascinerande bilder och dramatik (Harms Larsen 1990, s 169). Det är genom att kommunicera inte bara inom ramen för upplysningens, utan samtidigt också berättelsens och attraktionens kommunikationsform som journalistiken försöker vinna en masspublik. Tv-journalistikens framgångar (dess giltighet för publikerna) är i detta sammanhang inte bara en fråga om förmågan att presentera tillräckligt angelägna upplysningar, utan också tillräckligt spännande berättelser och lockande, iögonfallande attraktioner. I det följande ska jag avgränsa framställningen till attraktionens tv-journalistik.

### **Attraktionens tv-journalistik**

Välkomna, jag ska lova er en sak om ni är vid tv-apparaterna nu, att det här kommer inte bli en välregisserad föreställning. Bakom mig (i studion) finns framför allt ungdomar, en del är skötsamma, välartade, andra har begått våld och slått folk på käften, andra har fått ta emot stryk ... (Programledaren i *Striptease* introducerar en debatt under rubriken liveshow).

Sönerna dödade sin far efter år av misshandel! ... Hör dom berätta om raseriet och hatet som ledde till den här tragedin (Påannons i *Svart eller vitt*, 16/4 1996).

Efter reklamen så träffar ni en man som varje dag han kommer hem från jobbet direkt byter om och blir kvinna (Programledaren i *Mänskligt* 2/10 1995).

En av de viktigaste strategierna som tillämpas i syfte att tilltala tv-tittare är *iscensättning av attraktioner; presentationer av händelser, personer, uttalanden och bilder som i sig själva kan fascinera, locka och attrahera tittare*. Aktualitetsprogram i tv introduceras inte sällan (som citaten ovan visar) primärt som attraktioner. Alltifrån flyganfall och raketuppskjutningar till personer med sexuella avvikelser och brottsligt förflutet; alltifrån sensationella nyhetsbilder till iscensatta debatter, kan i televisionen bli visuella attraktioner.<sup>9</sup>

Vad är det då som gör en attraktion till en attraktion? Vad kännetecknar attraktioner och den tv-journalistik som produceras inom ramen för denna kommunikationsform. Låt mig sammanfatta detta i sju punkter. Därefter skall jag ge mer konkreta exempel på hur attraktionen kommer till uttryck i olika nyhets- och aktualitetsprogram.



1. Attraktionen är en form av kommunikation med tillhörande *roller och relationer*. Det grundläggande är att någon visar upp någon/något för någon annan. Attraktionen konstitueras av de relationer som etableras mellan arrangören, objektet och åskådaren. Producenten (journalisten) är inte en upplysare som erbjuder viktig information utan en arrangör, som inte bara organiserar och producerar den kommunikativa händelsen (tv-programmet), utan som också gör reklam för händelsen och bjuder in åskådarna till att bevittna densamma. Den tredje parten (intervju-personer, gäster eller de som förekommer i reportagen) har inte rollen som källa till information och inte heller rollen som rollgestalt i en berättelse. Deras roll är att vara den/det som visas upp i egenskap av sitt potentiella attraktionsvärde. Den eller det som visas upp (gästerna i en talk show, debattörerna i en politisk debatt, eller de spektakulära bilderna från ett flyganfall) blir ett objekt som utnyttjas av producenten (journalistiken). Publikerna tilltalas inte som kunskapssökande utan som åskådare. Dessa relationer manifesteras i vissa tv-program, men också i reklam, dokumentär- och fiktionsfilm, attraktioner på nöjesfält, uppvisningar och utställningar av olika slag.

Denna första punkt är grundläggande. Jag använder begreppet attraktionens *kommunikationsform* just för att markera att det är frågan om en särskild form av kommunikation, som särskiljer sig genom de inblandades roller och relationer och som manifesteras i olika kommunikativa händelser. Producenternas strategier, de sätt på vilka man bjuder in publikerna till programmen, de estetiska uttryck som prioriteras, de sätt på vilka enskilda mediehändelser konstrueras o s v kan betraktas som olika förhållanden som bidrar till att etablera dessa roller och relationer. Enskilda bilder är inte attraktioner i sig. Samma bilder kan användas inom ramen för olika kommunikationsformer. Det är när bilderna dras in i en särskild form av produktion och kommunikation, i en särskild kontext, med tillhörande roller och relationer, strategier och former för publik involvering, som bilderna blir en del i en attraktion.<sup>1</sup>

Attraktioner innebär alltid att arrangören i någon mening utnyttjar den/det som skall visas upp. Detta behöver inte nödvändigtvis vara något negativt och moraliskt förkastligt. I vissa attraktioner presenterar arrangören, med stor respekt, en underhållare vars skicklighet åskådarna imponeras över. I den kommersialiserade och hårt konkurrensutsatta medieproduktionen tenderar dock attraktionerna i vissa fall att bli till en särskild form av exploatering. Exploatering är att ta något i anspråk för att utnyttja och bearbeta det. Men att exploatera kan också vara att utnyttja något/någon hänsynslöst, att profitera på någon annan, att utnyttja mer än vad man ger tillbaka. Producenterna (journalistiken) utnyttjar till exempel enskilda människor som objekt, något som kan visas upp och iscensättas i ett publikstill-

dragande syfte. Personerna, deras liv och berättelser blir till varor. Inom ramen för attraktionens journalistik exploateras också politiken när till exempel politiska debatter iscensätts som spektakulära tillställningar.

2. Den för attraktionen särskiljande *intentionen* är att kunna skapa och visa upp visualiserade händelser som i sig kan locka och fascinera en publik. Till attraktionen är knutet *producentens strategier* som används i detta syfte. Typiskt för attraktionens tv-produktion och journalistik är att redaktionens verksamhet inriktas mot sökandet efter händelser, personer, uttalanden och bilder som i sig antas kunna ha en chockerande, fascinerande, effektfull potential. Men det handlar inte bara om valet av ämne/objekt utan också om den iscensättning och visualisering som syftar till att förstärka attraktionskraften. Bild, ljud och sceniska effekter används för att ge händelserna attraktionens karaktär (se vidare punkt 4 nedan). Till produktionen av attraktioner hör också utformningen av den reklam redaktionen gör för händelsen. Det är delvis genom dess lansering som attraktionen ges karaktären av en unik händelse som man inte bör missa. Programmen framhäver sin egen exklusivitet, att det är något nytt som visas upp, något annorlunda, sensationellt eller chockerande. Dessa strategier förutsätter att producenterna har en hög grad av kontroll över produktionsprocessen, inte minst redigeringen och iscensättningen. Under inflytande av denna kommunikationsform drivs journalistiken mot arbetsformer som väsentligt skiljer sig från de traditionella föreställningarna om innehållet i ett journalistiskt arbete.

3. Attraktionen är intimt förknippad med *avsteg från en normalitet*. Det är i förhållande till en normalitet, till det vanliga, välkända eller det allmänt accepterade som något upplevs som abnormt, chockerande, sensationellt, spektakulärt, fascinerande, tabubelagt eller på annat sätt extraordinärt. I nyhetsjournalistiken finns en inbyggd nyhetsvärdering som säger att det onormala och i den meningen sensationella blir bra nyheter. I pratprogram chockerar producenterna sin publik med gäster vars berättelser om sina privatliv (om misshandel, sexuella avvikelser etc) representerar just avsteg från en normalitet. Det som i ett socialt och kulturellt sammanhang har attraktionens karaktär behöver inte alls ha det i ett annat sammanhang. Det är i relation till specifika vanor och värderingar som vi uppfattar något som extraordinärt eller fascineras av att se något tabubelagt. Det som bröt mot normaliteten, var chockerande och spektakulärt, i tv för 20 år sedan är det inte idag. Dagens attraktioner blir kanske normalitet om 20 år och har då förlorat sin attraktionskraft. Det extraordinära riskerar så småningom att bli något urvattnat och föga lockande. I receptionsstudier som vi genomfört kan vi se tydliga uttryck för detta (Ekström, 1997). Vissa tittare är uppenbarligen trötta på tv-mediets försök att pre-

sentera sensationella och spektakulära händelser. Det som skall attrahera har de redan sett till leda. När det extraordinära blir normalt och föga lockande måste medieproducenterna söka nya objekt att exploatera.

Samtidigt som en attraktion på tv är ett avsteg från det normala måste den emellertid vara tillräckligt inom ramarna för normer och värderingar för att den specifika publiken skall kunna acceptera den. De normer som bestämmer vad som kan visas upp varierar mellan olika tv-bolag. I kommersiella kanaler skapas vissa attraktioner som idag är oacceptabla inom public service.

Det finns något paradoxalt i att tv-journalistiken och medieproducenterna försöker göra det *extraordinära* till ständigt återkommande inslag i människors *vardagliga* mediekonsumtion. Denna paradox kan bidra till att skapa en alltmer likgiltig publik, som blir allt svårare att attrahera.

4. Inom ramen för attraktioner görs specifika prioriteringar gällande *uttrycksformer*, *sceniska element* och *estetik*. Det är en speciell form av språkliga representationer. Det chockerande och extraordinära lyfts fram genom starka bilder, tillspetsade rubriker med stora bokstäver, starka färger och ljud. Denna estetik är gemensam i signaturen till många aktualitetsprogram på tv. Det audiovisuella mediets möjligheter används för att attrahera och påkalla uppmärksamhet. Att vissa bilder har ett egenvärde genom sin attraktionskraft (de kan vara vackra, fascinerande, chockerande, dramatiska) är väl känt för medieproducenter. Det sägs att bilder säger mer än tusen ord. Det är dock inte bara bildens informativa innehåll som drar till sig tittarnas uppmärksamhet. Bildens betydelse hänger minst lika mycket samman med dess potentiella attraktionskraft. Dramatiska och höga ljud är också en del i denna estetik. Programledaren för en amerikansk talk-show berättade till exempel i en tv-intervju att de i programmet använder applåder och höga röster (publik som skrävar eller gäster som skäller på varandra) eftersom de vet att detta har en starkt tilldragande effekt på tittarna. I denna estetik ligger också det sätt på vilket tv-publikerna tilltalas med tabloidorienterade rubriker och uppmaningar av typen: *Titta hit! Missa inte det här! Stäng inte av för efter pausen kommer ...!* En attraktion kan naturligtvis vara informativ men den har sitt omistliga värde i attraktionskraften och inte i det informativa innehållet. Detta kräver radikalt annorlunda sätt att använda språket, annorlunda uttrycksmässiga prioriteringar än vad som är berättigat med avseende på informationsvärdet.

5. Attraktionen är intimt förknippad med en *specifik reception*, en specifik form av publik involvering som innehåller två viktiga beståndsdelar. För det första är det fascinationen och lockelsen i att se något annorlunda, något tabubelagt, sensationellt, att ta del av något som skapar starka intryck och känslor, som kan involvera

publikerna. Attraktioner tilltalar i första hand människans spontana upplevelser och känslor: skratt, förvåning, obehag, bestörtning, fascination. Det viktiga med en attraktion är att åskådarna inte lämnas oberörda. Det som tilltalas är inte publikens intellekt, dess benägenhet för rationellt kritiskt tänkande och djupare reflektioner, utan mer spontana känslor. Attraktioner är något vi ser och upplever för stunden. För det andra bygger involveringen på det specifika förhållandet att vi som åskådare till attraktioner är vittnen till något som händer "live", något som utspelar sig framför våra ögon. Vi är som tv-tittare del i en masspublik av åskådare som gemensamt tittar på något iögonfallande. Det är inte någon som informerar oss om något eller någon som berättar en berättelse, utan något som sker här och nu. Televisionen har som teknologi, produktionsform och medium sådana egenskaper som dels lämpar sig väl för att skapa fascination och lockelse. Men televisionen är också ett "live-medium" med särskilda förutsättningar att skapa en publik av åskådare och ögonvittnen (Corner 1995). Tv har beskrivits som ett underhållningsmedium, ett upplevelsemedium eller ett känslomedium (Postman 1985). Tv kan också beskrivas som ett medium med särskild potential för att skapa attraktioner.

I denna form av kommunikation är publikerna åskådare som tillfälligt upplever och bevittnar något i en mening överkligt, något extraordinärt, för att i nästa stund träda tillbaka till det ordinära vardagslivet. Som åskådare gör vi en utflykt i en verklighet som för oss bara är verklig som tillfällig attraktion. Utifrån betraktar vi något som inte direkt berör vårt eget vardagsliv. Vi är inte heller ansvariga för det som sker utan tittar förnöjsamt på något som någon annan skapat. Detta behöver inte alls innebära att åskådaren lämnas oberörd av det hon ser och de känslor som skapas. Attraktionen har dock karaktären av utflykt från det egna livet och är förknippad med eskapism, avkoppling och förströelse. Den roll som tv fyller i många människors vardagsliv utgör en viktig orsak till att berättelsens men också attraktionens kommunikationsform fått starkt genomslag i tv-journalistiken. Det vi förväntar oss när vi slår oss ner framför tv:n är i många fall en stunds avkopplande utflykt och underhållande upplevelser, snarare än att bli informerade i någon för oss angelägen fråga.

6. Attraktioner representerar i tid och rum avgränsade *händelser*. Attraktionens tv-journalistik är starkt förknippad med produktionen av det som kallas "media-events" (Ekström 1997 1998b). Det är inte frågan om en journalistik som speglar eller rapporterar, utan en journalistik som skapar händelser i medierna, för medierna och för en specifik publik involvering i medierna. Händelsen kan vara ett inslag i sin helhet, ett inslag som iscensätts enligt attraktionens logik; men det kan också vara en del i ett inslag, en enskild bild i ett nyhetsinslag eller enskilda sce-

niska uttryck i en talk show.

Attraktionen får inte sällan sin specifika karaktär genom att en händelse sker i en viss situation som medierna skapar. Människors privatliv kan bli attraktioner när de offentliggörs i tv. Ett möte mellan människor kan bli en attraktion när det iscensätts i medierna som ett sensationellt möte som aldrig skett tidigare, eller som en underhållande träta. Samtalsprogrammets studiomiljö har ofta karaktären av en skådeplats med scen och publik vilket i sig bidrar till att ge framträdandena attraktionens karaktär. Ett framträdande på denna mediascen blir en händelse som väsentligt skiljer sig från framträdanden i andra sammanhang. Många händelser får attraktionens karaktär just genom att de presenteras som händelser i mediet, att det går att se på tv (vilket jag skall återkomma till nedan).

7. Attraktionens mediehändelser karakteriseras av en kombination av *utbytbart* och *icke utbytbart*. Till skillnad från dagligt rapporterade nyheter och olika former av informationsförmedling är attraktionen något icke utbytbart. Information om alltifrån politiska beslut till väderlek kan vi få genom olika utbytbara informationskällor. Attraktioner är däremot inte utbytbara i denna mening. De har ett egenvärde, representerar något som publikerna erbjuds att uppleva här och nu. Som tittare erbjuds vi att vara med om något som vi inte får vara med om igen om vi missar denna chans (se citat i avsnittets inledning). Programmen gör vad de kan för att framhäva sin egen exklusivitet. I takt med att medieutbudet ökar blir det naturligtvis allt svårare att framhäva denna exklusivitet.

Samtidigt karakteriseras attraktionen av just utbytbart, i en annan betydelse. För vare sig producenten eller mottagaren, är det avgörande vad attraktionen innehåller bara den attraherar. Inom denna form av kommunikation tenderar man att bortse från vilka värden och kunskaper som förmedlas bara händelsen har en tilldragande kraft. En attraktion skapas inte av någon som har något viktigt att säga i en särskild fråga. Det är inte sakinnehållet som är det centrala. Nej, en attraktion skapas av arrangörer i syfte att få åskådare. Det motsatta gäller upplysning. Här är utgångspunkten att man har något för publiken angeläget att informera om, det är någon som vill säga något viktigt till någon annan.

### **Attraktionens tv-journalistik: några konkreta exempel**

Låt mig nu ge några mer konkreta exempel på attraktionens tv-journalistik. Jag är medveten om att vissa av dessa exempel representerar sådant som många inte skulle beskriva som journalistik. Det handlar om aktualitetsprogram, producerade med delvis journalistiska metoder och av personer, som i de fall jag känner till, själva beskriver sig som journalister. Det jag vill visa är inte att journalistik bara är att-

raktioner, tvärtom. Det jag hävdar är att denna kommunikationsform tillämpas (vid sidan av andra) i konkurrensen om publikernas uppmärksamhet. Vi kan inte bortse från attraktionen om vi vill förstå tv-journalistikens inneboende tendenser, dess intentioner, anspråk och strategier, de kommunikationsformer den bidrar till att reproducera, samt också de etiska problem som den aktualiserar.

### Iscensatta sammandrabbningar

Amerikanska talk shows (åtminstone vissa) representerar något av urtypen för attraktioner. I dessa program får vi som åskådare närvara vid extraordinära händelser, när par bryter upp ett kärleksförhållande och gör slut med varandra i tv, när personer avslöjar sin otrohet i tv, när släktingar och vänner bråkar på tv, eller när någon berättar om chockerande händelser i privatlivet. Avstegen från en normalitet, det sensationella och chockerande, är konstituerande för programmen och dess genre. Programmen producerar spektakulära framträdanden, underligheter, känsllosamma bekännelser och iscensatta sammandrabbningar.

Sammandrabbningar, som iscensätts inom ramen för attraktionens typiska estetik, förekommer även i andra program. Studion kan vara uppbyggd på ett sätt som associerar till en föreställning, en slags skådeplats där personer skall framträda. Det kan vara politiska debatter, konfrontationer mellan personer företrädande olika intressen och offentliggjorda välregisserade gräl mellan privatpersoner. I studion placeras gästerna på en scen inför en publik. Likt en konferencier hälsar programledaren publikerna välkomna till kvällens program/show, förutskickar det sensationella innehållet, introducerar gästerna och intar själv en position mellan gästerna och publiken/kameran. Det som händer på scenen är något vi som tv-tittare bevittnar (eventuellt tillsammans med åskådare i studion). I vissa fall bidrar starka applåder, jubel och höga röster till karaktären av föreställning.

I produktionen av sammandrabbningar ingår en rad strategier. Det handlar om att välja lämpliga gäster, provocera dessa till uttalanden som motparten antas reagera på, bygga upp ett manus med frågor som kan inspirera gästerna till angrepp på varandra, att som programledare styra samtalen i en viss riktning etc (Ekström 1997). Producenternas och researchjournalisternas arbete är inriktat på att utnyttja de strategier som krävs för att det i studion skall hända något spektakulärt. Sammandrabbningarna kan få olika karaktär. I extrema fall har det gått så långt att det blivit regelrätta slagsmål i studion. Vanligare är naturligtvis att det stannar vid muntliga konfrontationer.

Jag ger ett kort exempel. Till den 16 april 1996 producerade *Svart eller vitt* (ett tabloidorienterat aktualitetsprogram producerat av Dabrowski television för TV4) en debatt som skulle handla om hur unga människor utnyttjas i den oseriösa mu-

sik- och underhållningsbranschen. Det råder ingen tvekan om att redaktionen var engagerad i frågan och uppfattade detta som ett angeläget ämne. Samtalet i studion planerades samtidigt som en spektakulär händelse. På redaktionsmötena diskuterade redaktionen valet av gäster och hur gästerna skulle släppas in i diskussionen, detta utifrån det underlag som researcherna hade tagit fram. Jag ger ett exempel på hur diskussionen fördes (Mark och Leila är artister, Brinkenstjärna är en artistförmedlare som i inslaget anklagas för att ha utnyttjat Leila):

Redaktör: ...det jag är rädd för är att Exelent Mark backar och håller Brinkenstjärna om ryggen för mycket.

Programledare: Jag men va bra, han och Leila är jättekompisar, och då kommer Leila att säga så här, att ”jag kommer skicka koboltstavar från yttre världsrymden mot dig din jävla sminkpadda, du är min kompis och här står du och ljuger om nånting vi vet.”

Producent: Ja ja, jag tycker att det är jättebra men du ska tänka på att du har elva minuter på dig.

Programledare: Jo jo men det här kommer alltså, jag kan berätta hur det här ämnet kommer att bli, det kommer att bli pajkastning, och jag kommer få säga att ”nu får du hålla tyst och så får Leila berätta klart sin story ...”

Producent: Ja ja ja.

Programledare: ”... ok Leila tack tack tack”, så kommer det att bli, det blir gerillakrig, det tror ja.

Producent: Ja ok.

Redaktör: Jag men det kan va lite uppfriskande, det kan bli jättekul.

Producent: Det blir jävligt kul...

I detta exempel iscensattes inslaget som en form av show. Personerna utnyttjades att skapa en spektakulär mediehändelse. Men debatter kan inordnas i attraktionens kommunikationsform utan att för den skulle behöva vara en underhållande show. När debatter i tv regisseras som sammandrabbningar skapas händelser som skall locka publikerna delvis just i egenskap av att vara en extraordinär händelse i sig. Oavsett ämnet utgår redaktionerna från att det hela tiden måste hända något, att det inte får bli långtråkigt. En grundläggande tanke som styr produktionerna tycks ofta vara: Ju häftigare träta och ju mer spektakulära uttalanden som kan provoceras fram i en debatt, desto bättre tv-program. Sakligheten i uttalandena kommer inte sällan i andra hand. I televisionens regi tenderar de offentliga samtalen att ta formen av attraktioner.

### **Det offentliggjorda privatlivet**

I den allt hårdare konkurrensen om tittarnas uppmärksamhet söker tv-producenterna nya ämnen att göra attraktioner av. Ett av de områden som exploaterats under senare år, i en omfattning som inte skett tidigare, är människors privatliv. Detta sker som redan nämnts i talk shows. Men det sker också i en annan typ av program, de program som kan beskrivas som en slags blandning av förtroeliga privat-

samtal och offentlig terapi eller bekännelser. I Sverige har vi under senare år kunnat se ett flertal program av denna karaktär (*Mänskligt, Eva-Britt, Förlåt mig*). Här erbjuds vi att som åskådare möta personer som berättar om oftast tragiska händelser i sitt privatliv. Berättelser om privatlivet förekommer också som inslag i andra typer av aktualitetsprogram. I dessa program tilltalas publikerna inom ramen för berättelsens och attraktionens kommunikationsform på samma gång.

Det offentliggjorda privatlivet har en särskild förutsättning att fungera som attraktion. Offentliggörandet av det som vanligen inte offentliggörs innebär att händelsen bryter mot det normala, representerar något extraordinärt och sensationellt. Begreppet *offentliggöra* får här en radikalt annorlunda innebörd än den innebörd begreppet har i den journalistiska ideologin. Offentliggöra är inte att publicera information som är viktig för medborgaren i ett demokratiskt samhälle, nej offentliggöra är istället att dra fram det privata i offentligheten för att skapa attraktiva begivenheter för åskådare.

Ett särskilt tydligt exempel på en sådan begivenhet var de offentliggjorda förhören med Bill Clinton i samband med den så kallade Monica Lewinsky affären. Denna händelse blev en medieattraktion med stora mått. Mediebolagen räknade med att detta var en händelse med stor potentiell attraktionskraft. Den exploaterades av tv-journalistiken och tv-bolagen. Tittarna utlovades att få bevittna förhören där den amerikanska presidenten skulle redogöra för de sexuella handlingar han anklagats för.

### **Att visa upp personer med underliga egenskaper**

Att vissa upp personer med underliga egenskaper, märkliga personlighetsdrag och abnorma utseenden har, även före tv-mediets tillkomst, utgjort en form av attraktioner. Tivolin och marknader har erbjudit sådana attraktioner. I filmer inspelade av upptäcksresanden och missonärer från början av seklet visades infödingar upp med utseenden som för den västeuropeiska publiken framstod som annorlunda och märkliga, filmer som filmforskare analyserat med begreppet "the cinema of attraction" (Jernudd 1998).

Den potentiella attraktionskraften i att få se och möta personer med underliga egenskaper utnyttjas i tv-produktionen. I aktualitetsprogram på tv erbjuds vi att få möta mördare eller bröder till mördare, människor som valt att tatuera hela kroppen, barn som från födseln är ihopväxta, personer med sexuella avvikelser av olika slag.

I påannonseringarna till programmet *Mänskligt*, som under flera säsonger sänts i TV3, kan det till exempel låta på följande sätt:

Han fick läsa i tidningarna att hans lillebror var Sveriges värsta massmördare, möt



Tomas Quicks bror efter pausen (*Mänskligt*, 2/3 1998).

Reklamavbrotten är ett av de förhållanden som bidrar till att motivera attraktionernas kommunikationsform. Det gäller att få tittarna att sitta kvar genom att intala dem att det som kommer snart är en händelse som de inte bör missa.

I programmet *Striptese* sändes för några år sedan ett inslag där tittarna fick se en uteliggare som framför kameran klädde av sig och badade i en container som stod på något som liknade ett industriområde. Inslaget blev omdiskuterat. Vissa såg det som en gripande och angelägen skildring av de utslagnas situation. Andra såg det som cyniskt exploaterande. Reportaget som helhet kan uppfattas på olika sätt. I bilderna på uteliggaren som utförde denna häpnadsväckande handling fanns hur som helst en potentiell attraktionskraft som troligen påverkade redaktionens val att publicera dem och åtminstone vissa tittares reception.

Det kan låta cyniskt att beskriva dessa personers (mördare, transvestiter, uteliggare etc) framträdanden i tv som attraktioner. Likafullt är det delvis inom ramen för denna kommunikationsform (tittarnas roll som åskådare, lusten att beskåda något extraordinärt och spektakulärt) som dessa framträdanden får sin publika genomslagskraft. Det som gör personer och deras liv intressanta för tv-industrin är många gånger den attraktionskraft som ligger i det avvikande, det tabubelagda, det underliga.

Detta behöver inte alls utesluta att de enskilda programledarna har seriösa intentioner med det de gör. Men här finns också en grundläggande dubbelmoral. Inför tv-publikerna presenterar sig programledarna som förstående medmänniskor samtidigt som de utnyttjar människor och tillämpar olika strategier, för att deras egna program skall innehålla något att visa upp för åskådarna, något som kan locka tv-tittare.

### Mediespektakel

I aktualitetsprogram på tv förekommer också olika typer av spektakel som inte är organiserade som sammandrabbningar men som bygger på grundprincipen att det programmet skall hända något spektakulärt, ett tokeri eller uppträde, något som bryter mot det normala och konventionella. Journalisten och programledaren Robert Aschberg är i Sverige något av spektaklens mästare i tv. Aschberg har fått Stora journalistpriset och gjort sig känd för samhällskritiska, vågade och provokativa aktualitetsprogram där allvar och skämt blandas. I hans program har publikerna kunnat räkna med att få uppleva tillställningar där det händer saker som inte händer i andra program. Aschbergs program utlovar inte upplysningar om sådant som är viktigt att veta. Det som utlovas är en händelse som i sig skall vara värd att vara med om. Ett av många tänkbara exempel var ett program om nudister där

studion, i enlighet med attraktionens logik, fylldes med nakna människor. En tv-debatt där de flesta som deltar är nakna, torde i vår västerländska kultur vara förknippad med en särskild attraktionskraft.

Programmet *Aschberg och co*, som jag studerat närmare, sändes 1997. Programmen producerades med målsättningen att bryta mot den ordinära journalistiken, eller som Aschberg själv uttryckte det: "Vi får inte glida in i huvudfåran, det får inte bli standard. ... Det måste stänka om programmet". Publiken ska, säger Aschberg, få uppleva något, det spelar ingen roll om de instämmer eller blir förbannade bara de inte är likgiltiga. Förutom att man i programmet fick möta personer som man inte får möta i den ordinära nyhetsjournalistiken (till exempel en prostituerad kvinna som berättar att hon stämt en av sina kunder, eller den man som under lång tid varit misstänkt som Olof Palmes mördare) arrangerades också spektakel och tokerier av olika slag. De prövade dyra viner i plastmuggar, med korb och bröd som tilltugg. De satte upp en utställning med levande råttor i studion, detta i samband med att en kontroversiell konstnär diskuterades. De presenterade tokiga, skämtsamma reportage om politiker. I varje program fanns fyra gäster som diskuterade aktuella ämnen. Valet av gäster och förberedelserna av samtalen gjordes utifrån den grundläggande målsättningen att det i varje samtal skulle "hända något kul" (enligt redaktören).

### Avslöjanden och skandaler

Undersökande tv-journalistik kommunicerar ofta inom ramen för upplysningens, berättelsens och attraktionens kommunikationsform på samma gång. Typiskt för denna journalistik är dess anspråk på att kunna presentera viktiga avslöjanden om missförhållanden i samhället, att ta fram nya sanningar om sådant som tills dess undanhållits för allmänheten. I tv-reportagen får avslöjanden och skandaler samtidigt ofta karaktären av berättelser, konstruerade utifrån en genomtänkt berättarstruktur och dramatiserade på ett sätt som kan trollbinda tittarna. Genom introduktionerna bjuds tittarna in till att följa spännande berättelser. Syftet är att göra publiken nyfiken på hur det gick och vad som hände:

Jag ska berätta historien för er om en man som blev utnämnd till professor i psykiatri ... men det handlar också om en mörklägningshistoria på mycket hög nivå (*Strip-tease* 18/10 1995).

I samband med skandaler och avslöjanden bjuds tittarna också in som åskådare till attraktioner. Ett ofta förekommande inslag i dessa medieskandaler är iscensatta händelser av olika slag, där journalistiken tillämpat strategier i regissering och estetisk framställning som ger händelsen i sig karaktären av något spektakulärt och extraordinärt.<sup>10</sup> Detta sker när man använder dold kamera, eller s k överraskningska-

mera, inte bara för att ta fram bevismaterial, utan också för att i bild kunna visa hur inflytelserika personer ljuger och gör bort sig, framstår som falska och oärliga, avslöjade och blottade. Studier vi gjort tyder på att tittare ofta lockas och fascinerats av att se när inflytelserika personer visas upp i offentligheten på detta sätt (Ekström & Eriksson 1998). Ett annat exempel är de i vissa medieskandaler förekommande presskonferenserna där skyldiga antingen försöker försvara sig, eller gör sina beklännelser. I medierna lanseras dessa i många fall som stora begivenheter, händelser som man inte får missa. Mediernas iscensättning av händelserna bidrar till att ge dem karaktären av attraktioner.

### **Att prioritera bilder, personer och påståenden som kan attrahera**

Hittills har de empiriska exemplen i huvudsak handlat om mediehändelser där hela inslag eller större delar av inslag fått karaktären av attraktioner genom att redaktionerna iscensatt händelserna på ett visst sätt. Men attraktionens kommunikativa strategier kommer också till uttryck i prioriteringar gällande enskilda element i iscensättningar (häftiga signaturer som associerar till extraordinära händelser, ljud-effekter, särskilda sätt att använda kameran etc), samt prioriteringar gällande enskilda bilder, personer och uttalanden; detta även i nyheter och aktualitetsprogram vilka inte som helhet är anpassade till attraktionens kommunikationsform.

Starka, fascinerande och spektakulära bilder har ett stort värde inom tv-journalistiken. Starka bilder kan fungera som en del i berättelser för att skapa engagemang, inlevelse och spänning, men de kan också fungera som enskilda händelser som i sig skapar lusten att beskåda. Den potentiella attraktionskraften; kraften att fånga en åskådares uppmärksamhet, få åskådaren att hålla kvar blicken, kraften att fascinerar, beröra och förhäxa kan vara avgörande när medieproducenter väljer ut sina bilder. Inte sällan är detta viktigare än bildens informationsvärde. På motsvarande sätt kan tv-journalister prioritera personer som genom sina framträdanden och uttalanden antas ha en större attraktionskraft än andra, som antas ha en förmåga att bidra till att inslagen blir till händelser lockande att beskåda. Personer som vill vara med i tv, gör bäst i att anpassa sig till dessa krav (Ekström 1998b).

### **Tv-journalistikens attraktioner och attraktionernas mediekultur: några avslutande reflektioner**

Är tv-journalistikens attraktioner en del i en mer generell attraktionernas mediekultur? I detta avslutande avsnitt skall jag ta upp några aspekter på denna fråga, utan anspråk på att ge något enkelt svar.

Människans fascination och intresse inför det annorlunda, det märkliga, det delvis förbjudna och det spektakulära är inget nytt. Attraktioner har genom historien

skapats inom ramen för olika kommunikativa händelser; i cirkusföreställningar, jippon, offentliga utställningar och uppvisningar av olika slag, i pornografi och reklamkampanjer. Personer och företeelser har *visats upp* i olika sammanhang i syfte att locka en publik. Historiska studier talar också för att den tabloidorienterade pressen under alla tider delvis försökt attrahera läsarna med sensationella och spektakulära händelser (Ekström & Nohrstedt 1996, Williams 1998).

Tv-mediet är emellertid ett medium med egenskaper som lämpar sig särskilt väl för attraktionens kommunikationsform. Det är ett audiovisuellt medium som kan utnyttja bilders förmåga att skapa starka intryck, upplevelser, fascination och lockelse. Tv-mediet har också förmågan att skapa händelser vilka vi som åskådare kan bevittna och uppleva i live (vi upplever oss vara med när något händer oavsett om det är direktsänt eller inte). Tv är något vi *tittar på*, ett tittande som i vardagslivet ofta är förknippat med avkoppling och eskapism. Om inget händer som fångar vår uppmärksamhet kan vi alltid zappa till en annan kanal. Tv-tittandet bygger vidare på en särskild uppdelning mellan de många som samtidigt tittar och de relativt få som framträder och uppträder i rutan.

Kellner (1990) har argumenterat för att tv-mediet *i sig* är förknippat men en särskild fascination och magi. Han skriver:

Television is also an especially fascinating cultural form, given its use of bright and shining moving images to capture and involve the audience in its programs and spectacles. ... Indeed, there is an element of magic in the experience of television, whereby images, sounds, and pictures are mysteriously transmitted into one's home from faraway places ... (a.a. s 123).

I synnerhet i televisionens barndom är det rimligt att tänka sig att många upplevde en särskild fascination i att kunna se saker på tv, som man tidigare bara sett i det "verkliga" livet, eller inte alls. Händelser som gick att se på tv blev mer sensationella än vad de "egentligen" var. Tv-mediet gör det möjligt att överskrida rummets och tidens begränsningar, att i vardagslivet regelbundet (i live) bevittna sådant som händer på andra platser och vid andra tidpunkter. Det finns en särskild fascination i att kunna se, och dessutom direkt vara med om, sådant som händer bortom vår egen vardagsverklighet. Det kan vara frågan om att få se bilder från märkliga platser, att se annorlunda människor, eller att i live vara med om extraordinära händelser. Bilderna på den första människan som landsteg på månen och bilderna när USA anföll Irak under Gulfkriget, är bara två särskilt tydliga exempel på det senare.

I avsnittet ovan gav jag olika exempel på hur produktionen av nyhets- och aktualitetsprogram anpassas till attraktionens kommunikationsform. Detta är, menar jag, något som präglar mycket tv-journalistik. Hur skall vi förklara denna anpassning? Till stor del bör nog förklaringarna sökas i de mer strukturella förhållanden

som idag utgör grundläggande förutsättningar för tv-journalistiken. Låt mig nämna sex sådana förhållanden: (1) tv är ett massmedium som kommit att användas huvudsakligen inom ramen för en institutionaliserad uppdelning mellan producenter och åskådare. (2) En tilltagande kommersialisering av medierna och journalistiken har skapat särskilda krav på att regelbundet kunna dra till sig en stor publik. (3) Kännetecknande för det senmoderna samhället är att produktionen och distributionen av bilder och mediehändelser ökat dramatiskt i omfattning; det råder ett överskott på information, bilder och budskap och ett underskott på uppmärksamhet. (4) Tv-mediets audiovisuella egenskaper och teknologins möjligheter att förmedla händelser i live över tidsmässiga och rumsliga avstånd skapar förutsättningar för attraktionernas tv-journalistik. (5) Medieorganisationerna har en position som ger dem makt och kontroll över produktionsprocesser och iscensättningar. Inom journalistiken har det samtidigt utvecklats ett normsystem som ger journalisterna stora friheter att inte bara referera och förmedla information utan också aktivt skapa och redigera mediehändelser (Ekström 1998b). (6) Inom journalistiken finns en grundläggande värdering som säger att det extraordinära, spektakulära och sensationella har ett särskilt journalistiskt intresse.

I boken *Society of the Spectacle* presenterade Debord (1981/1967) en teori om ett kapitalistiskt samhälle där produktionen och cirkulationen av bilder skapat en pseudoverklighet; där levda erfarenheter och genuina relationer ersatts av bilder och representationer; där det sociala livet blivit inget annat än uppträdanden; där att vara reducerats till att synas och framträda; där människan som aktivt subjekt reducerats till en passiv åskådare; där verklig kommunikation ersatts av konsumtion av bilder och spektakel. Massmedierna är enligt Debord bara den mest tydliga manifestationen av *the society of the spectacle*. I Debords analys finner vi ett flertal idéer som sedan utvecklades i Baudrillards omdiskuterade teorier (Best & Kellner 1997). Det gäller idéerna om publikerna som passiva åskådare; om kommunikationen som en pseudokommunikation som inte ger möjligheter att svara; om hur en värld av bilder och tecken blir en värld lika verklig som någon annan.

Det finns poänger i Debords pamflettliknande bok. Det är knappast svårt att i dagens mediekultur finna konkreta exempel som skulle kunna användas för att illustrera hans teser. I ett TT-meddelande (4 november 1998) kunde man läsa att ett internationellt idrottsförbund infört en regel som säger att samtliga kvinnliga utövare i den aktuella sporten skall bära tajta och högt skurna byxor samt tajt tröja under matcherna. På den inte oväntade kritiken som följde sägs förbundets ordförande ha svarat att sporten måste bli attraktivare att titta på (i medierna) för att möta konkurrensen från andra sporter. Är inte detta ett exempel på *the society of the spectacle* och samtidigt ett exempel på hur det jag kallat attraktionens kommunika-

tionsform sätter sin prägel på en mängd olika områden, i detta fall idrotten?

Som utgångspunkt för en analys av den samtida mediekulturen är emellertid Debords teorier (liksom för övrigt även Baudrillards) enligt min uppfattning alltför ensidiga och generaliserande. Medieforskningen har tydligt visat att de sociala relationer och kommunikationsformer som etableras i den senmoderna mediekulturen inte går att beskriva på ett entydigt sätt, eller med hänvisning till en typ av sociala mekanismer. Det krävs olika teorier, eller det som Kellner (1995, s 25) kallar "multiperspectival social theory and media cultural studies".

Forskningen har också med all tydlighet visat att publikerna i mediakulturen intar en rad olika roller; relaterar till, och involveras i, medierna på en rad olika sätt (Hagen 1998). Publikerna är passiva och aktivt skapande, okritiska och kritiska, distanserade och involverade, likgiltiga och engagerade. Det är inte antingen eller utan både och. Det finns också *å ena sidan* tendenser i mediekulturen som bidrar till att skapa en särskild form av inflation som innebär att budskap förlorar värde och mening, att det blir allt svårare att säga något som får djupare mening för dem som lyssnar. Tv-produktionen bidrar till ett flöde av bilder och budskap. Varje person som regelbundet tittar på tv blir vittne till oräkneliga mord och får se massor av människor som lever under svåra förhållanden. Tv-tittare möter också en strid ström av människor som med starka uttryck försöker säga något viktigt. Hur skall man förhålla sig till allt detta? Likgiltighet, att fortsätta titta men ytligt utan att beröras, är ett inte ovanligt förhållningssätt (Ekström 1998b). Men *å andra sidan* vet vi från forskning att medierna har stor betydelse i meningskapande processer. Människor använder medieprodukter i aktivt meningskapande, i utvecklandet av identiteter och sociala positioner. Medierna bidrar till kulturell integration och reproduktion av kollektiva värderingar.

I boken *Borgerlig offentlighet* argumenterar Habermas för att massmedierna tenderar att tilltala publiken i egenskap av passivt konsumerande åskådare istället för en kritiskt resonerande publik. Habermas analys har varit föremål för mycket diskussioner. Själv har han på senare tid till en del korrigerat sina slutsatser och framhållit att det också i masspubliken finns en kritisk potential (Habermas 1984, 1994). Publiken är framhåller Habermas vare sig så homogen eller så okritisk som han tidigare antytt. Detta är naturligtvis riktigt. Massmediernas publikerna kan inte empiriskt beskrivas på ett entydigt sätt.

Jag menar dock att attraktionens kommunikationsform har ett starkt genomslag i dagens mediekultur. Inom denna kommunikationsform får publikerna huvudsakligen rollen som just åskådare och tv-produktion blir att iscensätta mediehändelser som kan locka och fascinera en tillräckligt stor publik. I denna uppsats har jag försökt visa detta genom att framför allt analysera tv-journalistiken. Detta är emeller-

tid bara en av flera kommunikationsformer som strukturerar sociala relationer, roller och kommunikativa strategier i mediekulturen. Den teori jag presenterat fångar vissa (i och för sig ganska starka) tendenser men teorin måste kompletteras med andra teorier som uppmärksammar andra aspekter och tendenser, andra relationer och roller, andra kommunikativa intentioner och strategier.

I en mediekultur där attraktionens kommunikationsform blir en stilbildande grundform för mycket kommunikation aktualiseras en rad moraliska problem. Medieproducenternas och journalistikens relationer till dem/det de gör mediehandlingar av (enskilda människors privatliv, tragiska händelser, olyckor och katastrofer, politiska debatter etc) tenderar att få karaktären av utnyttjande och exploatering (detta delvis oberoende av om de enskilda journalisterna har ett gott uppsåt eller inte). Som publik tenderar vi att få (och inta) rollen som åskådare till begivenheter som vi antingen fascinerats och lockas av att se, eller förhåller oss likgiltigt till. Vi kan reagera mot det vi ser och uppfatta det som felaktigt, omoraliskt, förskräckligt och motbjudande; men i rollen som åskådare ligger det då närmast till hands att antingen titta bort, stänga av, byta kanal; eller att titta vidare, uppröras för en stund, känna obehag och olust, innan tv-producenterna växlar ämne och vi får se på något helt annat. Rollen som åskådare är knappast förknippad med förväntningar på handling i syfte att påverka och förhindra de orättfärdigheter vi bevittnar. En fråga, med viktiga moraliska implikationer, är här: Vad innebär det för våra föreställningar om världen när denna värld (oavsett om det är frågan om idrottshändelser, politiska debatter eller allvarliga olyckor) framträder för oss i form av attraktioner? ■

## Noter

<sup>1</sup> Denna artikel är skriven inom projektet "TV-journalistikens giltighet", finansierat av Humanistisk Samhällsvetenskapliga Forskningsrådet. Jag vill särskilt tacka professor Lennart Weibull och professor Stig Arne Nohrstedt för värdefulla synpunkter på ett tidigare manus, samt Åsa Jernudd som gjorde mig uppmärksam på begreppet "the cinema of attraction" vilket gav inspiration till denna artikel. Jag vill också tacka två granskare för viktiga synpunkter.

<sup>2</sup> För en analys av metaforernas styrka och begränsningar i samband med begreppsbyggnad se Danermark, Ekström, Jacobsen & Karlsson (1997).

<sup>3</sup> Kännetecknande för tabloidjournalistiken är (1) att den, mer än annan journalistik, sätter objektiviteten och sakligheten på undantag och prioriterar starka och för-enklade budskap; (2) att den ofta handlar om mänskliga tragedier (vanligen förknippade med olyckor, våld och sex) samt olika uttryck för moraliskt förfall och hot mot människors vardagsliv (kriminalitet, skandaler etc); (3) att händelser ofta iscensätts utifrån enskilda individers privatliv, deras personliga och subjektiva upplevelser (Knight, 1989). För en diskussion kring populärjournalistik se till exempel Dahlgren & Sparks (1992).

<sup>4</sup> För att undvika missförstånd vill jag betona att dessa aspekter inte med nödvändighet sammanfaller i en konkret kommunikativ händelse. De för attraktionen kännetecknande kommunikativa strategierna behöver t ex inte nödvändigtvis leda till den för attraktionen kännetecknande publika involveringen. Kulturella koder och konventioner bidrar dock till att producent och publik kan uppfatta kommunikativa händelser på ett likartat sätt.

<sup>5</sup> Andra har argumenterat för att t ex nyheter tilltalar publiken på i huvudsak två sätt, intellektuellt/kognitivt och emotionellt/underhållande (se t ex McManus, 1994, s. 116). Återigen menar jag att begreppet underhållning är för vagt och att den tredelning jag argumenterar för är att föredra med avseende på analytisk skärpa och djup.

<sup>6</sup> När jag talar om den roll i vilken publiken tilltalas och involveras så syftar jag dels på hur publiken *bjuds in* och hur den *konstrueras diskursivt i texten*, men framför allt också på hur den *faktiska publiken involverar sig* i den kommunikativa händelsen; vilken roll som intas, vad den faktiska publiken förväntar sig att få ut av kommunikationen och på vilket sätt publiken tillfredsställs i kommunikationen. I konkreta kommunikativa situationer är det inte säkert att dessa sammanfaller. Till exempel kan en grupp av tittare involvera sig huvudsakligen som kunskapssökande medborgare även om publiken i texten/programmet huvudsakligen konstrueras som åskådare, och även om producenterna utnyttjat olika strategier för att involvera tittarna i en attraktion. Det finns dock nära relationer mellan dessa aspekter.

<sup>7</sup> Jag hoppas med denna artikel kunna visa att denna

tredelning är att föredra framför den mer vanliga tredelningen mellan *audience as public or spectators*.

<sup>8</sup> Jag använder här *upplysare* som en samlingsbenämning på flera olika roller, journalistiken som allvetande informatör, undervisare, "editorial guide", "watchdog" etc (Blumer & Gurevitch 1995 s 15).

<sup>9</sup> Inspirationen till att använda begreppet attraktion har jag fått från Gunning (1992) som utvecklat begreppet "the cinema of attractions". Min användning av begreppet har inspirerats av Gunnings texter, men avviker på flera punkter.

<sup>10</sup> För en mycket bra teoretisk precisering av begreppet medieskandal se Lull & Hinerman (1997).

## Referenser

- Altheide, P. & Snow, R. P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine De Gruyter.
- Ang, I. (1991) *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- Berger, A. A. (1996) *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life*. Thousand Oaks: Sage.
- Best, S. & Kellner, D. (1997) *The Postmodern Turn*. London: Guilford.
- Blumer, J. G. & Gurevitch, M. (1995) *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- Bondebjerg, I. (1995) *Public Discourse and Private Fascination. Hybridization in "True Life Story" Genres on Television*. (Paper presented at the 12th Nordic Conference in Mass Communication Research in Helsingör.)
- Carlsson, U. & Bucht, C. (1997) (red) *Mediesverige 1997*. Göteborg: Nordicom.
- Corner, J. (1995) *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- Corner, J. (1996) "Reappraising Reception: Aims, Concepts and Methods", i J. Curran & M. Gurevitch (red) *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Dahlgren, P. (1988) "Berättande och betydelse i TV-nyheter." i, U. Carlsson (red) *Forskning om journalistik*. Göteborg: Nordicom.
- Dahlgren, P. (1992) "Introduction", i P. Dahlgren & C. Sparks (red) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.
- Dahlgren, P. & Sparks, C. (1992) (red) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Danermark, B., Ekström, M., Jacobsen, L. & Karlsson, J. (1997) *Att förklara samhället*. Lund: Studentlitteratur.
- Dayan, D. & Katz, E. (1994) *Media events*. Cambridge: Harvard University Press.
- Debord, G. (1967/1983) *Society of the Spectacle*. Detroit: Black and Red.
- Ekecrantz, J. & Olsson, T. (1994) *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det*



- informerade förnufts historia. Stockholm: Carlssons.
- Ekström, M. (1996) "The Validity of TV Journalism. Theoretical Starting Points for Critical Journalism Research." *The Nordicom Review*, nr 1, 129–152.
- Ekström, M. (1997) *Tv-journalistikens intentioner och publikens reaktioner: En fallstudie av programmet Svart eller vitt*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Ekström, M. (1998a) *Vad är det som står på spel: Om TV-journalistikens giltighetsanspråk och publikens makt*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Ekström, M. (1998b) "När verkligheten inte duger som den är", kommande i *Nordicom*.
- Ekström, M. & Eriksson, G. (1996) *Det iscensatta talet på tv. Aktualitetsprogram i det svenska tv-mediet*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Ekström, M. & Eriksson, G. (1998) *Avslöjande journalistik och underhållande dramatik. En fallstudie av programmet Striptease*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Ekström, M. & Nohrstedt, S. (1996) *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Rabén Prisma.
- Fairclough, N. (1995) *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Garnham, N. (1990/1997) "On the Cultural Industries", i P. Marris & S. Thornham (red) *Media Studies. A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Gunning, T. (1992) "The Cinema of Attractions: Early Film, its Spectator and the Avant-Garde", i T. Elsaesser (red) *Early Cinema: Space – Frame – Narrative*. London: BFI Publishing.
- Habermas, J. (1984) *Borgerlig offentlighet*. Lund: Arkiv.
- Habermas, J. (1994) "Forord til nyudgivelsen af Strukturwandel der Öffentlichkeit", *Mediekultur* 22: 53–64.
- Hagen, I. (1998) *Medias publikum. Frå mottakar til brukar?* Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Harms Larsen, P. (1990) *Faktion som uttryksmiddel*. Köpenhamn: Amanda.
- Jernudd, Å. (1998) *Oscar Olsson's African Films (1921/22): Examples of Touristic Edutainment* (stencil) Högskolan i Örebro.
- Kellner, D. (1990) *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder: Westview.
- Kellner, D. (1995) *Media Culture*. London: Routledge.
- Knight, G. (1989) Reality Effects: Tabloid Television News, *Queen's Quarterly*, 96: 94–108.
- Kozloff, S. (1992) "Narrative Theory and Television", i R. Allen (red) *Channels of Discourse, Reassembled*. London: Routledge.
- Lull, J. & Hinerman, S. (red) *Media Scandals*. Columbia: Columbia University Press.
- McManus, J.H. (1994) *Market-Driven Journalism*. London: Sage.
- McQuail, D. (1991) *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage.
- Phelan, J. & Rabinowitz, P. (1994) (red) *Understanding narrative*. Ohio State University Press.
- Postman, N. (1985) *Amusing Ourselves to Death*. New York: Viking
- Protess, D. L. et al (1991) (red) *The Journalism of Outrage*. New York: Guilford.
- Scanell, P. (1994) "Kommunikativ intentionaltet i radio og fjernsyn." *Mediekultur*, 22: 30–39.
- Skalin, L-Å. (1991) *Karaktär och perspektiv. Att tolka litterära gestalter i det mimetiska språket*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Schudson, M. (1978) *Discovering the News*. New York: Basic.
- Williams, K. (1998) *Get Me a Murder a Day. A History of Mass Communication in Britain*. London: Arnold.

---

## **ABSTRACT**

### **TV-journalism of attraction**

MATS EKSTRÖM

The contemporary media society is characterized by an overabundance of information, messages and images, but a shortage of attention. The competition for the attention of potential audiences, and the problem of audience appeal, has become an increasingly important aspect of journalism and media production. Journalism that does not succeed in this competition is a dead journalism. This article presents a conceptual framework for studies of TV journalism as communication, including different intentions, strategies applied to appeal to viewers, processes of production, bases for audience involvement, roles and relations. I differentiate three modes of communication: information, story-telling and attractions. The article devotes most attention to the concept of attraction as it is the most theoretically innovative of the three. The concept TV journalism of attraction is introduced and elaborated as an important concept in media and journalism studies.

---

# Mediekritik och mediemakt:

Bidrag till en kartering av mediekritikens fält

GÖRAN SVENSSON

För att erövra autonomi måste man bygga ett elfenbenstorn där man själv och ens likar kan döma, kritisera, ja till och med strida, men med sakkunskap.

P BOURDIEU (1998: 87)

För att medierna skall kunna utöva makt över ett universum som det vetenskapliga krävs att de har kollaboratörer inom fältet ifråga. Sociologin gör det möjligt att förstå denna maskopi...man måste försöka förstå vem som kollaborerar – jag använder detta ord med avsikt.

P BOURDIEU (1998: 85)

## Den massiva mediekritiken och mediedemonen

Mediemakt och massmediernas inflytande diskuteras alltmer intensivt inom samhällsvetenskap och i olika offentligheter. Vi kan närmast tala om en explosion i mediekritik under det sena nittioåret.<sup>1</sup> Mediekritiken som diskussionsämne och forskningsämne ser ut att bli en av de stora sociala och kulturella frågeställningar de närmaste åren.

Vad är det då som kritiseras? Den idag förhärskande uppfattningen, i medieforskningen och i den offentliga debatten, har de ekonomiska mekanismerna och marknadsstyrningen som utgångspunkt för sin analys och kritik. Medier och massmedier är i ökande grad utsatta för ett negativt ekonomiskt tryck och en skadlig marknadslogik som styr såväl medieutvecklingen i stort som mediernas dagliga verksamhet.

---

**GÖRAN SVENSSON** är adjunkt vid Institutionen för informationsvetenskap, Medie- och kommunikationsvetenskap vid Uppsala universitet. Han är också kursföreståndare för journalistutbildningen vid institutionen.

De i Sverige mest uppmärksammade bidragen till denna våg av mediekritik tar också fasta på ekonomi och marknadsstyrning. Pierre Bourdieu (1998) har i en tevesänd föreläsning gett sitt bidrag till analysen och kritiken av samtidens television. Enligt Bourdieu är de franska teveredaktionerna och dess journalister fångar i ett kraftfält där ekonomiska överväganden, publik genomslagskraft och snabba karriärer styr. I Sverige har Maria-Pia Boëthius i anslutning till Bourdieu fört fram idéer om medier och journalistik som mer eller mindre helt integrerade i ett internationellt kapital och en samhällsutveckling där ekonomi tränger undan politik. Mediernas internationalisering och framväxten av allt mäktigare globala mediekoncerner har också diskuterats av Herman & McChesney (1997). Sommaren 1998 dominerades den svenska debatten av medieekonomi och mediepolitik. Förslaget om att sälja Svenska Dagbladet till Marieberg och den senare försäljningen till norska Schibstedt gav tillfälle till att diskutera såväl hot som möjligheter i samtidens medielandskap. Med ett uttryck handlade det om avvägningen mellan bokstäver och siffror inom medieföretagen - frågan om hur makten mellan redaktörer och direktörer bör fördelas. Med en vidare tolkning handlade det om möjligheterna att överhuvudtaget styra medieutvecklingen i landet. En mediedebatt av osedvanlig styrka ägde rum i svenska massmedier.<sup>2</sup>

Det är oerhört angeläget med en analys av ekonomiska villkor och drivkrafter inom media och i journalistik. Självklart måste en sådan analys göras och den kan även leda till en vitalare diskussion om medier. Men mediekritiken bör inte stanna vid detta. Ett ekonomiskt, eller ekonomiskt-politiskt, perspektiv på medier och medieutveckling kan inte bli uttömmande. Kritiken mot medierna har ett mycket brett spektrum - i en mening är allt som massmedier står för och gör under debatt. Hur ser kritiken ut om vi rör oss utöver frågan om politik kontra marknad eller redaktörmakt kontra direktörmakt?

En orienteringskarta över mediekritiken skulle kunna ges en mer specifik och en mer generell formulering. Den mer specifika formuleringen av kritiken kan koncentreras till åtta punkter:

- *Skador*: Massmedierna har icke önskvärda konkreta skadeverkningar för enskilda, grupper och organisationer som inte kan uppvägas av andra och gemensamma intressen. Det kan röra sig om kränkande publiceringar av namn, bild och personlig information i samband med t ex olyckor eller brott. Massmediernas arbetssätt är också påträngande och respektlöst.<sup>3</sup>
- *Underordnade grupper och minoriteter*: Grupper eller sociala kategorier skadas genom att osynliggöras eller framställas som avvikande.<sup>4</sup>
- *Demokrati*: Massmedierna, och särskilt nyhetsjournalistiken, har en negativ inverkan på politiken och demokratins sätt att verka. Politiken medialiseras och for-

mas på mediernas villkor.<sup>5</sup>

- *Informationskvalitet*: Massmediernas sätt att beskriva och berätta har allvarliga brister. De präglas av felaktigheter, tendens och fragmentarisering. Medierna erbjuder inte heller tillräckligt med bakgrund och analys och vädjar till känslor framför förnuft.<sup>6</sup>

- *Yrkesroll och yrkesutövarna*: Journalister utgör en central yrkesgrupp genom sin nyckelställning i medierna (Petersson 1996, Bourdieu 1998). De har monopol på produktionsmedlen för offentlig information. Journalister är inte tillräckligt kunniga för en sådan uppgift och de förnekar vidare sin maktställning (Nerman 1996).

- *Politisk tendens*: Medierna och journalistiken är tendentiöst politiserad - antingen för vänstervriden eller för högervriden (Larsson 1998).

- *Marknad och konkurrens*: Massmedier och medieverksamheter bedrivs och utvecklas i alltför hög grad på marknadens villkor (McManus 1994, McChesney 1997). Inom politiken leder detta till trivialisering och populism.<sup>7</sup> Innehåll och produkter som inte kan säljas som en vara kommer inte att skapas. Marknaden utgör därmed ett filter för den mening som kommer att vara tillgänglig i ett samhälle - en ny form av censur (Keane 1991:xi, Lee 1990).

- *Ägar- och maktkoncentration*: En maktansamling till enskilda företag/personer har skett vilket kan utgöra ett hot mot demokratin och dess sätt att fungera.<sup>8</sup>

De första tre punkterna rör mediernas konsekvenser i sin omvärld. De påverkar enskilda, grupper och andra institutioner. De tre punkterna i mitten rör yrkesutövarna och deras verktyg - verktygen för att gestalta och diskutera, samt kårens förmåga att leva upp till de krav som ställs på dem i rollen som makthavare. De senare punkterna rör snarast de villkor som journalistiken arbetar under - medielandskapet och mediemarknadernas krav.

Den generellare formuleringen av kritiken leder en bit längre. Om vi hittills har försökt beskriva en kritik som pekar på fel och brister så möter vi här en kritik som snarare tar avstånd från och vill undvika massmedier:

- *Normlöshet*: Medierna ger spridning åt skadliga värderingar. Medierna utmanar därmed normbildningen i olika sociala grupper genom att förmedla informationer och värderingar till sammanhang där de inte hör hemma. Medierna är också dåliga uppfostrare.<sup>9</sup>

- *Kulturell förflackning*: Medierna är kulturellt destruktiva och upplöser etablerade distinktioner mellan högt och lågt - bildning och smak blir till populärkultur och tevevanor.<sup>10</sup>

- *Social upplösning*: Medierna är socialt destruktiva genom att bryta sönder gemenskaper - politiska och sociala.<sup>11</sup>

- *Förytligande och fördummande*: Medierna utgör ett fundamentalt förvrängande filter för erfarenhet och kunskap. Det är vidare tveksamt om media någonsin kan göra anspråk på att förmedla kunskap utan endast bilder, föreställningar och känslouttryck.<sup>12</sup>
- *Illusionsmakeri*: Medierna har upplöst det vi kallar verklighet och skapat kollektiva illusioner. Vi lever inte längre verkligt utan i en medierad fiktion.<sup>13</sup>

Medierna utgör i denna något karikerade version av kritiken ett alltigenom främmande inslag i våra liv. Deras skadeverkningar spänner över alla tänkbara aspekter av samhällsliv och kultur – normbildning, undervisning, traditionsöverföring, estetisk omdömesförmåga, social gemenskap, vetande och världsbild. De utgör något som egentligen inte borde finnas där överhuvudtaget. Samtidigt är massmedieanvändning en av de allra vanligaste sysslorna i våra liv.<sup>14</sup>

I kontrast till dessa beskrivningar av mediernas problem framträder också en motbild – de önskvärda och problemfria medierna. Utifrån den här gjorda karakteriseringen av kritiken rör det sig om en mångfald av olika medier som med kompetenta och självreflekterande yrkesutövare arbetar utan marknadens förvrängande tryck och vars arbete och publicitet endast har allmänt accepterade skadeverkningar i sin omvärld. De är vidare normativt, kulturellt och socialt konstruktiva krafter. De sprider och befäster önskvärda normer, förvaltar och utvecklar kulturella värden samt bygger social gemenskap. De ger oss slutligen användbara kunskaper om världen och skapar en starkt känsla av realitet i våra liv. Uppfattningarna om de önskvärda medierna är dock inte entydiga eller allmänt förankrade. Vad är goda normer? Vilken kultur är värd att värna? Vilka slags gemenskaper är önskvärda och vilka är inte önskvärda? Det blir närmast en plattityd att värna om ”goda medier” framför ”onda medier”.<sup>15</sup>

Mediekritiken måste förstås mot bakgrund av skilda uppfattningar om hur medierna och medielandskapet ska formas. Det betyder också att synen på medierna och vad som utgör problem kommer att variera. En sådan oenighet om vad som bör vara mediernas mål och vad som givet det utgör problem är snarast grundläggande för en fungerande mediekritik. Vad jag här vill peka på är att mediekritiken ibland tar ytterligare ett steg – den tenderar att polarisera debatten och mystifiera medierna genom att framställa dem som ett allt överskuggande hot, den stora fienden eller den generella syndabocken. Oenighet om vad som är problemen med medierna är högst rimligt, men istället för att resonera om mellanlägen, gråzoner eller mångtydighet blir diskussionen och analysen av medierna starkt polariserad och präglad av dess ytterligheter. Dessa ytterligheter slås också fast med en stark entydighet. Ur denna entydighet och polarisering frammanas slutligen en hotbild med närmast levande drag: mediedemonen.

Det mest påtagliga exemplet på mediedemoniseringen finner vi i populärfiktionen. James Bond bekämpar inte längre enbart knarksmugglare, vapenhandlare eller terrorister utan nu också maktgalna mediemoguler. Här framträder demonen hotfull och skadlig inför våra ögon. Mogulen använder sin makt för att skriva falsk historia som sedan kan säljas för att konverteras till mer makt. Medieägarens makt har blivit ett självändamål och en härskarstrategi. Att filmen lyckas fånga en publik och hålla den i spänning är bevis nog på att det inte rör sig om en orimlig tanke. Mediemogulen som superskurk är precis som de övriga skurkarna en fasansfull fiende för oss alla.<sup>16</sup>

Även i den seriösa mediekritiken kan vi finna drag av sådan demonisering. I den humanistiska och samhällsvetenskapliga forskningens resonemang om medier och mediemakt kan medierna framställas som ett militärindustriellt ”mediakomplex” med en parakonstitutionell status - som laglösa media (Virilio 1995). Medverkan i teve kan betraktas som ”kollaboration” med en ockupationsmakt som visar en slående likhet med andra världskrigets nazistiska kollaboration (Bourdieu 1998:88). Synlighet i medierna kan tolkas som ett förräderi mot den ”rena” vetenskapen och en frestelse för misslyckade forskare och akademiker (Bourdieu 1998:88).

Avsikten med denna artikel är att argumentera för en kritik av medier, journalistik och journalister som undviker ett sådant upprivet tonläge. Under ytterligheter och demonisering finns en mer svårgripbar, komplex och i många fall motsägelsefull företeelse. Vid sidan om enfald existerar mångfald, vid sidan om yta djup, vid sidan om homogenitet komplexitet och vid sidan om maktfullkomlighet maktlöshet. Framförallt rör sig medier och journalistik i utrymmet mellan dessa ytterligheter och dagens situation präglas snarare av paradoxer än av entydiga utvecklingslinjer. I artikeln kommer jag att argumentera för att medierna och mediemakten bör specificeras och kopplas tydligare till konkreta fall och utvecklingar. För att nå dit är också en mer mångfacetterad offentlig diskussion av medierna och deras sätt att verka nödvändig. Denna värderande diskussion om medierna som på flera olika sätt utsätter dem för kritik vill jag tala om som *mediekritik*. Mediekritiken har en väsentlig utgångspunkt i offentlig debatt och forskning om medier. Därutöver engagerar den också yrkesutövare, privata granskare och en offentlig kontrollapparat, samt publiker i en kritisk dialog om massmedier.

### **Amerikanska kommersiella tevenyheter som normbildare**

En grundläggande fråga är givetvis vad vi menar med media. Alltför ofta används denna term på ett abstrakt och generaliserande sätt. Den kritik som riktas mot media tar ofta fasta på ganska specifika slag av massmedier och dess former för pro-

duktion och presentation av budskap och mening.

För det första är dagens mediekritik i alltför hög grad inriktad på televisionen och dess sätt att verka. För det andra tar den i stor utsträckning fasta på nyheter som arbetsprocess och presentationsform. För det tredje är mediekritik i allför hög utsträckning internationell, eller för att bli mer precis influerad av analyser av förhållanden i USA. För det fjärde är den starkt inriktad på medieinnehåll i varuform, en vara som säljs på en marknad av ett företag. Tillspetsat utgör CNN och andra amerikanska tevenyheter ram för den debatt om medier som förs i Sverige, och kanske utanför Sverige.<sup>17</sup> Om vi vill vara seriösa i vår diskussion om "medierna" eller media måste vi gå utöver sådana begränsande ramar.

Mediekritik måste grundas på studier och analys av medielandskapet i hela dess komplexitet. Det finns självklart förklaringar till att television har blivit så uppmärksammas under 90-talet. För det första på grund av att det är det massmedium som genererar störst publik. För det andra på grund av den snabba expansionen av nya kanaler kopplat till tekniska genombrott och politisk omreglering under det senaste decenniet (se Findahl 1997). Att uppmärksamheten riktas mot teve är dock inte självklart. Teve är visserligen det massmedium som fångar störst publik, men radiomediet det som tar mest av svenskarnas tid i anspråk.<sup>18</sup> Radio spelar vidare en helt annan roll i det svenska medielandskapet än i det amerikanska. Nationell public service existerar inte i den form vi känner den i Sverige och som exempel har Ekonyheterna ingen amerikansk motsvarighet.

Kritiken måste också se utöver nyhetsjournalistiken. Journalistik präglas helt visst av ett nyhetstänkande, men nyhetsformen dominerar vare sig journalistiken eller journalistikåren. Aktualitetsprogram, feature och reportage utgör också väsentliga former av dagsjournalistiken. Anmälningar, recensioner och essäer utgör på samma sätt kulturjournalistikens traditionella former för att bevaka och analysera samtiden. I en studie av den samlade svenska nyhetsjournalistiken visade det sig att endast en mindre del av journalistikåren arbetade som reportrar med inrikes nyhetsbevakning.<sup>19</sup>

En allvarligt syftande kritik kan inte heller okritiskt anamma internationella trender eller förhärskande uppfattningar och tillskriva det egna landet dessa. Villkor och mönster specifika för ett socialt och kulturellt sammanhang måste uppmärksammas. Globalisering må vara giltig som ram för att förstå en internationella utveckling, men av detta följer inte att den direkt är tillämpligt för alla media i ett nationellt eller interregionalt medielandskap. James Curran (1998:175) går till attack mot uppfattningen att nationella politiska gemenskaper nu vittrar sönder då public service utmanas av global kommersiell television som fragmenterar landet i en oöverskådlig mängd små grupper. Med Storbritannien som exempel visar han



att den stora publiken inte har slagits i spillror. Publikerna har blivit något mindre, men de är fortfarande stora. Inte heller har BBC och public serviceprogrammen överskuggats, tvärtom behåller de sin dominerande ställning bland tittarna. Slutligen så har lagstiftarna satt kvoter för import av material i de statligt reglerade kommersiella sändningarna. Det som händer i allmänhet händer inte i Storbritannien, summerar Curran (1998:177).

Slutligen så kan inte medier och journalistik enbart betraktas som en vara till försäljning på en marknad. Även om detta är huvudtrenden så befolkas fortfarande medielandskapet av andra slags massmedier och medier. Dessa medier säljs vanligtvis, men avsikten är inte att publicera för profit, utan för något annat slags intresse. I den meningen finns det fortfarande en traditionell offentlighet där ett meningsutbyte och en kritik av makten kommer till stånd. Att använda marknadsmetaforen för att beskriva förekomsten av alla slags medier och massmedier leder fel. Det är ett av skälen till att jag här har använt landskapsmetaforen för att tala om olika slag av medier och massmedier. Journalistik och medieprodukter som vara är visserligen dominerande, men det uttömmar inte de olika intressen eller verksamhetsformer som medieartefakter skapas i. Ett exempel på ett sådant område är fackpressen. Det rör sig här om en ganska heterogen samling av tidskrifter inom specifika ämnesområden - ibland sålda som vara och ibland med subventioner av intresseorganisationer. Fackpressens bidrag till medielandskapet är inte försumbart, vare sig om vi räknar upplaga eller den tid som genomsnittssvensken använder för att ta del av dess material.<sup>20</sup>

## **Kritiken och kritikerna**

### **Mediekritikens nivåer och aspekter**

Pressdebatt och medieforskning är båda väsentliga för en vital mediekritik, men de kan knappast anses ge en heltäckande beskrivning av de sammanhang och de former där media är föremål för en värderande diskussion. Mediekritik bör alltså förstås som något mer omfattande. Det kan snarare ses som en samlande term för det offentliga meningsutbytet - i och utanför medierna - som syftar till att klargöra och värdera mediernas sätt att verka. Med risk för att mediekritikbegreppet mister sina konturer, men med möjligheten att skapa känslighet för den komplexitet som präglar de många offentliga diskussioner om medierna som förs, vill jag förespråka en sådan vidare innebörd av mediekritikbegreppet. Mediekritiken har då inte enbart ett komplext föremål för sin kritik utan också motsvarande komplexitet i sätten att uttrycka och förmedla kritiken.

Den enklaste formen av kritik utgörs av kommentaren till en enskild publicering. Kritikern erbjuder anmälningar och recensioner av enskilda program eller ett viss utbud. Det är en ofta estetiserande kritik som närmast har litteraturkritiken som förebild. Just avseende teveemediet finns här en väl etablerad genre. Många svenska dagstidningar publicerar regelbundet kommentarer till enskilda program. Kritikern har bevakat ett på förhand uppmärksammat program eller zappat sig fram mellan olika program under en avgränsad tid, normalt en dag. Kritiken, som ofta är personligt hållen, lyfter fram vad som var bra eller dåligt i det teveutbud som sänds under en kväll. Utbudet ger också underlag för kommentarer eller reflektioner kring innehåll, form och mediets karaktär.

Mediekritik som tar fasta på utbudet och dess egenskaper kan givetvis täcka flera nivåer. Hasebrink (1997) pekar på sex nivåer: ett specifikt mediums samlade utbud (t ex det svenska teveutbudet), ett företag eller kanals utbud (t ex SVT eller TV4), utbudet i bestämda genrer (t ex aktualitetsprogram eller fiktion), återkommande program (t ex Rapport eller Expedition Robinson), en enskild sändning/publicering eller ett element i en publicering (ett nyhetsinslag eller ett inslag i ett soffprogram). Därutöver kan vi lägga till det samlade utbudet från två eller flera medier som en sjunde nivå. En kritik som riktar in sig på utbudet och som bygger på en traditionell kritikerroll kan svårigen få överblick över det samlade utbudet. Istället måste kritikern närma sig utbudet på ett högst selektivt sätt.

Mediekritiken behöver dock inte begränsas till utbudet. Weßler (1997) pekar också på en kritik som ställer mer vittsyftande frågor och där mediekritiken kan tolkas som en social och kulturell självförståelse. Mediekritiken utgör en dialog och diskurs som växer i omfattning och komplexitet och som innefattar både offentlig debatt och forskning om medier. För denna form av mediekritik är det de stora och avgörande frågorna som står i centrum – vilken roll kan och bör medierna ha i samhället, vem bör ha makten över medierna, vilka bidrag till socialt och kulturellt liv bör medierna lämna? Mediekritik i denna mening kan närmast förstås som en mediepolitik influerad av filosofi eller socialfilosofi. Samtidigt har den en grund i den komplexa och föränderliga realitet som reflektionen bearbetar. Att mediekritiken har en historisk och filosofisk aspekt illustreras effektivt av Dieter Roß (1997) i antologin *Perpektiven den Medienkritik* (Weßler et al 1997).

Forskning influerad av kritisk teori har också lämnat viktiga mediekritiska bidrag (bl. a. Horkheimer, Adorno och Habermas) och även nordisk medieforskning har varit starkt influerad av kritisk teori och framförallt Habermas tidiga arbeten.<sup>21</sup> En bredare tolkning av mediekritik innefattar vidare all forskning som utifrån ett vetenskapligt perspektiv och med vetenskaplig metodologi självständigt analyserar medier och massmedier. Att forskningen utgör en väsentlig del i en mediekritik står

klart. Kritisk forskning om medier eller forskarkritik av medier utgör dock endast en form av mediekritik.

Knut Hickethier (1997) beskriver mediekritiken som en diskurs som växer i komplexitet och självständighet. Med hans systemtermer differentieras mediediskursen i flera nivåer. Diskursen om medierna delas snarare upp i flera avgränsade diskussioner. Det kan handla om sändnings- och detaljkritik eller programkritik, stjärnkult och programledarkult, debatt om produktions- och distributionsvillkor, medieföretag och institutioner eller mediepolitiken. Kopplat till denna räckta av ämnen är också de grundläggande frågorna om medieetik och mediepedagogik. Hickethier menar vidare att en sammanflätning av dessa olika kritiker och kritikformer blir nödvändig. Det blir inte längre möjligt för den traditionella kritikern att skaffa sig överblick över medier och medieutveckling för att skapa en uttömmande analys av ”medierna” (Hickethier 1997:65).

Hur kan då de verksamheter som bidrar till en klagörande och värderande diskussion om media beskrivas? Här kommer dessa att redovisas utifrån de arenor som används för kritiken och de aktörer som gör bruk av dessa arenor. Medierna är föremål för kritiken, men de utgör också ofta arena för kritiken.<sup>22</sup> En rad aktörer och organisationer utanför medierna blir också relevanta i en diskussion om mediekritik och hur den bedrivs. Uppenbarligen så kommer myndigheter, branschorganisationer och andra frivilliga organisationer att vara av betydelse för kritiken av medierna och hur den hanteras. Vilka är då dessa aktörer och de arenor där kritiken ges utrymme, tid och spridning?

### **Interna aktörer och arenor**

Utöver den traditionella tevekritiken har journalistik om medier och medieutveckling under 90-talet getts mer utrymme (Weßler et al 1997). En daglig bevakning av mediefrågor har blivit en självklarhet inom redaktioner som skriver om kultur, politik och ekonomi. Därutöver har också fasta sidor eller specialprogram introducerats. Dagens Nyheter är ett exempel på en morgontidning som har en reporter med inriktning på mediefrågor. Materialet publiceras ibland på en särskild mediasida. På teveområdet har försök att etablera mediegranskande program gjorts, men i inget fall har det blivit till kontinuerligt återkommande program. Mediefrågor är också ett vanligt förekommande inslag i debatt- och magasinprogram.<sup>23</sup>

Nya medier och snabba förändringar i medielandskapet under 80-talet och 90-talet har också gjort det nödvändigt att vidga intresseområdet. Både mediepolitik och medieekonomi har blivit väsentligare. Även den tekniska utvecklingen träder fram som ett betydelsefullt fält som kräver journalistisk rapportering och granskning.

Dessa faktorer blir särskilt relevanta vid behandlingen av IT- och datorområdet. Journalistik som berör detta område har snarast haft en inriktning på kringfaktorer – teknik, ekonomi, politik och juridik - än studier av former och innehåll. Ett skäl till detta är att tjänster med tydliga former och innehåll är under utveckling. Det är missvisande att säga att detta sökande efter presentationsformer inte har uppmärksammats, men poängen här är att rapporteringen inte lyfter ut frågor om form och innehåll ur sitt tekniska, ekonomiska, politiska, juridiska och sociala sammanhang. I vilken utsträckning som denna publicitet om informationsteknik kan kallas för kritik är oklart i brist på undersökningar och analys av saken.

Mediejournalistik som kritik framträder tydligare inom det traditionella massmedieområdet och med fokus på journalistiken. Tidskriften *Makt & Media* är den röst som tydligast har representerat en mediekritik i form av journalistik.<sup>24</sup> Radio-programmet *Vår grundade mening* bygger på reportage men ger också utrymme för kritik och debatt om media. Därutöver har flera andra tidskrifter lämnat uppmärksammade bidrag.<sup>25</sup>

Den offentliga interna kritiken har tre mediala och en organisatorisk arena:

- *Allmänna mediers självreflektion.* Redaktörernas och journalisternas egna kommentar och analyser av det egna mediets sätt att verka; förklaringar, legitimering och försvar av handlande.
- *Specialiserade mediers självreflektion.* Specialpressen inom medieområdet är här den centrala aktören och arenan. En marknadsbaserad fack- eller specialpress inom massmedieområdet saknas idag i Sverige. Undantaget är databranschen som i det närmaste domineras av denna typ av publikationer, med exempel som *Computer Sweden* och *Dagens IT*. Reklambranschens facktidning *Resumé*, ägd av Bonniers, är också en tidskrift som hör hit. Specialiserade medier har samtidigt en svårighet - kopplingen till det aktuella fältet förutsätter ett grundläggande engagemang för en verksamhets intressen. En specialtidning för reklam kan inte vara emot reklam, men den kan vara kritisk på vissa punkter.
- *Intresseorganisationernas perspektiv på medierna.* De tyngsta och mest respekterade svenska medierna om journalistik ägs och ges ut av intresseorganisationer. Arbetsmarknadsparterna driver här de mest framträdande tidskrifterna - *Pressens tidning* och *Journalisten*. Ytterligare ett exempel är föreningen Grävande journalister som ger ut tidskriften *Scoop*. Inom detta område är kopplingen till ett specifikt intresse mycket tydligt.
- *Organisationer med offentlig verksamhet.* Den mest framträdande organisationen inom massmedieområdet är *Publicistklubben*, en sammanslutning för alla yrkesverksamma inom press och publicistik. Gränsen mellan arbetsledare och underordnad samt den mellan etermedia, tidningar och böcker överskrids i *Publicistklubben*.

Genom bland annat debattkvällar och publiceringen av en årsbok bidrar Publicistklubben till den offentliga debatten om massmedier, journalistik och publicistik.

### **Interna aktörer, externa arenor**

Hantering av yttre kritik är ofta något en verksamhet eller bransch själv vill ta hand om. Branscher som utsätts för kritik reagerar också ofta genom att införa någon form av självreglering när den utsätts för ett starkt yttre tryck (Hoffman-Riem 1992). Den svenska självregleringen med dess spelregler utgör ett exempel på en sådan självreglering.<sup>26</sup> Inom pressektorn finns två publika och en privat organisation med särskild uppgift att hantera anmälningar från enskilda. *Pressombudsmannen* och *Pressens opinionsnämnd* tar emot anmälningar från enskilda som anser sig utsatta för ”oförskyllt lidande genom publicitet”. Skillnaden mellan annonser och reklam överinses av *Textreklamkommittén*. Slutligen har *Svenska Journalistförbundet* en intern nämnd som granskar en uppsättning yrkesregler.

- Kring *Pressens opinionsnämnd* finns den största offentligheten. Nämndens beslut, eller opinionsyttranden som det kallas, måste publiceras i den publikation som utsätts för kritik. Nämnden sprider också materialet i en oansenlig skrift, *Ärenden från Pressens opinionsnämnd*.<sup>27</sup> Uppgifterna refereras också regelbundet i fackpressen, dvs *Pressens tidning* och *Journalisten*.
- *Pressens Textreklamkommitté* har tidigare ålagt tidningar att publicera kritik, men ställer inte det kravet längre. I första hand vill kommittén lösa textreklamproblem i samråd med den tidning som granskas. Fackpressen refererar vissa av besluten från kommitténs möten. Det finns alltså klara begränsningar vad gäller den offentliga spridningen av materialet från kommittén.
- *Yrkesetiska nämnden* inom Svenska Journalistförbundet erbjuder mycket liten insyn i verksamheten. Förbundet har ställt sig bakom ett antal principuttalanden som är offentligt tillgängliga, men uppgifter om behandling av enskilda ärenden sprids inte utanför förbundet. Insynen i Yrkesetiska nämndens arbete är alltså mycket begränsad. Via medlemstidningen *Journalisten* kan den intresserade få viss orientering.

### **Externa aktörer, interna arenor**

Externa aktörer som agerar på mediernas arena är i huvudsak tre: debattörer, insändarskribenter och frilansskribenter. Dessa tre vägar in i medierna kontrolleras samtidigt av medierna och de ansvariga utgivarna.<sup>28</sup> Kritikens ramar sätts då i första steget av redaktörer på debatt- och insändarsidor och eventuellt i ett andra steg efter granskning av utgivaren själv. Några av de mest omdebatterade inläggen i den svenska mediedebatten under 1998 har varit publicerade på kultursidor, bland annat Maria-Pia Boëthius (1998) artikelserie i *Dagens Nyheter*.

Inom etermedia förekommer också speciella och storskaliga utfrågningar eller "hearings" med anknytning till medier.<sup>29</sup> Deltagarnas handlingsutrymme kan även i dessa mer omfattande genomlysningar begränsas genom styrning från producent och programledare.<sup>30</sup> Denna styrning är också tydlig i de mer ordinära debattprogrammen med inbjudna gäster.

Försök att etablera mer direkt kontakt mellan redaktioner och läsare har prövats av några få svenska medier. Svenska Dagbladet hade under en period en läsarbudsman och publicerade regelbundet synpunkter från läsarna. Läsarnas möjligheter att komma till tals med medierna är delvis underskattade. Allt fler medier gör telefonnummer och e-mailadresser tillgängliga. Denna synbara tillgänglighet kan visserligen tolkas som en tom gest. Den gör det samtidigt möjligt för läsare, tittare och lyssnare att omedelbart reagera och ta kontakt med en journalist eller redaktör.

### Externa aktörer och arenor

Hur ser då den helt igenom externa kritiken ut? Fyra aktörer och arenor framträder här: politiska beslutsorgan, myndigheter, privata granskningsorgan och medieforskningen.<sup>31</sup>

Den politiska beslutsprocessen avseende mediepolitik och medielagstiftning har de senaste åren varit i det närmaste överhettad. En serie av betydelsefulla frågor har beretts och avgjorts inom en kort tid. Exempel på detta utgör nya ansvarsregler för elektroniska anslagstavlor, införande av marksänd digital television, utvidgning av ett starkt grundlagsskydd till flertalet datormedia, ersättningen av Datalagen med Personuppgiftslagen samt utmönstringen av barnpornografi ur Tryckfrihetsförordningen och Yttrandefrihetsgrundlagen. Därutöver har ett omfattande beredningsarbete inom flera departement med avseende på IT-frågor ägt rum.

Genom utredningsväsende, riksdagsberedning och regeringsberedning har ett mycket omfattande material som rör mediepolitik och medielagstiftning blivit offentligt. Det är tveksamt om någon person i landet har god förtroendenhet med hela detta material. Oavsett detta så är utredningsmaterial och riksdagstryck en omfattande källa för den samtida mediekritiken.

Statliga mediemyndigheter har vidare kommit att få en allt väsentligare roll i medielandskapet. Från att ha varit i det närmaste negligierbara handläggare av formaliteter framträder de nu som maktfaktorer och betydelsefulla beslutfattare inom yttrandefrihetens område. Det gäller för det första *Radio- och TV-verket*, RTVV, och för det andra *Datainspektionen*, DI. Tillståndsprövningen vid RTVV omfattar nu också beredning av nationella tevesändningar i det digitala marknätet. Det är fortfarande regeringen som fattar beslut, men beredningen av ärendena har delegerats till RTVV och en särskild parlamentarisk kommitté. Internetutvecklingen har

gjort Datainspektionen till en myndighet med befogenhet att reglera offentlighetsprincipens tillämpning och andra frågor som sammanhänger med yttrande- och informationsfrihet.

Information om medieutveckling inom etermedieområdet har via Radio- och TV-verket förbättrats. För det första genom ett nyhetsbrev, men framförallt genom dokumentation av statistik samt att registeruppgifter är tillgängliga för sökning via Internet. Detta har inneburit en kraftfull förbättring av genomskinligheten i verkets arbete. Även vid *Granskningsnämnden för radio och TV* har insynen förbättrats genom publiceringen av skriften *Granskat och klart* samt utgivning av ett flertal rapporter finansierade av nämnden.

Sedan 1988 har det av SAF finansierade *Näringslivets Mediainstitut* bedrivit sin verksamhet. Ett 90-tal rapporter samt 30 skrifter i serien *Media Monitor* har getts ut. En viss bokutgivning har också institutet stått bakom. *Media Monitor* gavs ut i samarbete med Svenska Mediainstitutet och massmedieforskaren Håkan Hvitfelt. Ett flertal forskare och assistenter vid Göteborgs universitet medverkade i detta arbete. Verksamheten har bedrivits i nära kontakt med *Center for Media and Public Affairs* i Washington. I en översikt av svensk och amerikansk extern mediegranskning argumenterar Janerik Larsson (1998) för fler intressestyrda externa mediegranskare.

Nya fristående granskningsverksamheter har också etablerats under 1998. I anslutning till journalistutbildningen i Göteborg har *Centrum för granskning av journalistik och medier* bildats. Organisationen säger sig ha tre uppgifter (JMG Granskaren 1998):

- Händelseundersökningar som avser snabba, mindre studier av aktuella frågor av principiellt intresse.
- Studier av långsiktiga förändringar i journalistiken.
- Förmedling av redan befintliga forskningsprojekt.

På gränsen mellan externt granskningsorgan och forskning finns slutligen det nybildade *Institutet för mediastudier*, IMS (Uppsala Nya Tidning 27/10 1998) Enligt planerna ska institutet årligen dela ut 20 miljoner i anslag till medieforskning. Stiftelsen leds av en journalist och ytterligare två journalister finns med i styrelsen. Personer med anknytning till Volvo, SAF, Investor, Industriförbundet, LO, Riksbyggen och Uppsala universitet finns även representerade i styrelsen.

## I utrymmet mellan upplysning och fördumning

Vad har då den akademiska mediekritiken kommit fram till och vilka är de problem som är förknippade med den? Avsikten här är endast att försöka beskriva några av huvuddragen i den akademiska mediekritiken som kan vara av betydelse för att bidra till en vital och kritisk dialog om medier.

En typ av kritik som framförs i många olika skepnader är att medierna tränger sig in i sociala sammanhang där de inte hör hemma. Alltmer av det sociala livet kommer att utspelas i medierna eller med tanke på medierna och deras närvaro. Med Hernes (1978) synsätt så är det inte så mycket de särskilda intresseinrättningarna som är avgörande utan att motsättningen utspelas i medierna och med mediernas verkningssätt. På så sätt kan enskilda frågor eller hela samhället uppfattas som "medievridet". En följd av detta är också att mediernas närvaro skapar möjligheter för aktörer i omvärlden att använda sig av medierna för att uppnå sina egna intressen på ett effektivare sätt. Här sker å ena sidan en anpassning till det arbetssätt och presentationssätt som medierna har - omvärlden anpassar sig dock endast strategiskt för att uppnå egna fördelar. Ett tredje led i detta resonemang är att mediernas sätt att diskutera och lösa problem görs till modell för diskussion och problemlösning i andra sammanhang.

På alla dessa sätt - som aktör, som arena och som modell för problemlösning - påverkar medierna sin omvärld och annars självständiga institutioner och organisationer i den. Inom utbildning, forskning, politik och kulturliv kan vi finna spår av sådana skadliga effekter - en medievridning, medialisering eller en medielogik.<sup>32</sup>

Olof Petersson (1996) använder liknande idéer i sin analys av medier och politik. De senaste decennierna har massmedier och journalister etablerat sig som en trovärdig förmedlande instans mellan väljare och valda. Media och journalister har också fått en osedvanligt stor makt att välja och att tolka politiskt relevant information. I det framväxande samhälle där information och kommunikation har en central roll blir journalisterna mäktiga då de kan styra den samhälleliga mytbildningen, här i betydelsen kollektiva berättelser som talar om vad ett samhälle är och vart det är på väg. Kopplad till denna nya tolkningsmakt är också framväxten av en ideologi som Petersson benämner "journalismen". I journalismens ideologi präglas samhället av en motsättning mellan makthavare och folket. Journalismen tilldelar också journalisterna en nyckelroll för demokratin - som dess heroiska försvarare genom "det stora avslöjandet" på uppdrag av samhällets röstsvaga. Journalismens huvudstrategi för att utöva makt är vidare att ta makten över uttolkningen och att byta språk. Genom att aldrig låta någon komma till tals utan journalistisk förmedling garanteras kontrollen över tolkningen. Inte heller får de medverkande tala till punkt. Journalismens språk utformas vidare för att kunna fånga



maximal uppmärksamhet, i motsats till det mer komplexa politiska språket. Petersson summerar:

Två världar står här mot varandra. Journalismen bygger på tillspetsning av en enda synpunkt, politiken på avvägningar mellan vanskliga dilemman. Journalismen står för förenkling, politiken för komplexitet. Journalismen strävar efter polarisering, politiken efter kompromisser. Journalismens styrka är intensifiering av nuet, politiken till de långsiktiga konsekvenserna. Journalismen handlar om konkretisering, politiken om generella principer. Journalismen tolkar genom personifiering, politiken genom program. Till viss del bygger journalismen på självbedrägeri<sup>33</sup>.... (1996:16)

Medierna och journalistiken har här trängt ut traditionella politiska former och organisationer. Den direkta kontakten mellan väljare och valda har gått förlorad, men enligt Petersson finns en ljusning i sikte. ”Tankens mellanhänder” (1996:17) hotas av ny informationsteknik och nya kommunikationsvägar mellan politiker och väljare. Ett annat hot mot journalisterna och journalismen är att strategiskt handlande informatörer växt sig starka. Ett tredje hot utgör de alltmer kunniga och ifrågasättande medborgarna. Journalismen ser ut att kunna bli en parentes, enligt Petersson.

Syftet med Peterssons kritik tycks vara att skapa nya mönster för den fria åsiktsbildningen. En mångfald av olika aktörer och olika tolkningsperspektiv efterfrågas. Även medierna och journalisterna har en viktig roll att spela där, och därför efterlyser han en aktiv och nyskapande mediekritik – såväl intern som extern (1996:19). Ett kraftigare ifrågasättande av journalister kan enligt Petersson vara det bästa sättet för att få fram de skickliga journalister som samhället behöver.

Både Hernes och Petersson menar att dagens medier och journalistik perverterar politiken. Den innebär helt enkelt att de politiska processerna fungerar på ett otilfredsställande sätt. I båda fallen finns också en bakomliggande modell för hur politiken borde fungera. I citatet ovan blir föreställningen om denna modell extremt tydligt. Politiken antas karakteriseras av avvägningar, komplexitet, kompromisser, långsiktighet, generella principer och program. Jämförelsen mellan modellerna för politik och journalistik haltar. Hernes kriterier (tillspetsning, förenkling, polarisering, intensifiering, konkretisering och personifiering) skulle lika gärna kunna fungera som en modell för politisk debatt i allmänhet.<sup>34</sup> Jämförelsen polariserar också på ett orättvis sätt vad politiker gör och vad journalister gör. Den goda politiken ställs här mot den onda journalistiken. Såväl politik som journalistik är mer motsägelsefulla. Petersson tycks här falla offer för ett ”politismens” självbedrägeri som motsvarar journalismens (se citat ovan).

Motsvarande kritik skulle vi också finna om vi gjorde ett nedslag inom utbildningens eller kulturens sociala fält och institutioner. Joli Jensen (1990) har i en analys av fyra amerikanska mediekritiker funnit ett likartat tänkande.<sup>35</sup> I sin analys

finner hon tre grundläggande förebilder för medierna: konst, information och undervisning. Media lever dock inte enligt mediekritikerna upp till sina förebilders krav och kommer istället att erbjuda urvattnade och sämre estetiska upplevelser samt bristande sanningshalt i sin beskrivning av världen. En av lösningarna på dessa problem är att sätta undervisning och utbildning som modell för medierna. Genom bildning och förfining ska mediekonsumenterna förädlas för att kunna bruka estetiskt omdöme och förnuftiga resonemang. Enligt Jensen uppstår problemen i samband med gränsöverskridanden – när medierna går utöver sina ramar och försöker att skapa konst eller kunskap. I samma ögonblick förvanskas och nedsmutsas kulturen/konsten och kunskapen.

Mediekritikerna bär vidare med sig en uppsättning antaganden om publiken och medborgarna, menar Jensen.

Den naturligt ”goda” (förnuftiga och smakfulla), men mediedeformerade människan, ställs här emot den naturligt ”onda” (emotionella och grova/råa), men mediefrälsbara människan (Jensen 1990:165). Kritiker och kritik är samtidigt präglad av grundläggande samhällsuppfattningar och samhällsliga myter. En sådan betydelsefull mytologi hänger samman med moderniseringen. Även moderniseringen kan ges en dubbel och polariserad tolkning – som en frigörelse och en väg mot det bättre eller som ett förödande brott med tradition och en upplösning av det som hållit ihop samhället. Medierna blir också en aspekt i denna modernisering och i diskussionen av modernisering. Vad Jensen försöker visa är att amerikansk mediekritik är intimt förknippad med uppfattningar om modernisering och att mediers brister och misslyckanden inte sällan görs till syndabock för mer djupgående sociala, politiska och kulturella problem. Kritiken av medierna utgör ibland en omplacerad (displaced) samhällskritik och modernitetskritik.

I den optimistiska versionen utgör medier, och framförallt nya medier, den befriande och närmast frälsande faktorn. I den pessimistiska versionen utgör nya medier ännu ett steg emot den upplösning av tradition och normer som hotar resterna av en bestående ordning. För optimisterna väntar dock en besvikelse. De nya teknikerna och de nya tjänsterna skapade inte den samhällsliga utopi som var i sikte (Jensen 1990:191). I Roß (1997) historiska översikt av tysk klassisk mediekritik finner vi samma iakttagelse. En dualism mellan det optimistiska och pessimistiska sättet att uppfatta medierna följer med från 1700-tal till 1900-tal: tvisten om medierna som upplysande eller fördummande (1997:33). Roß menar vidare att den tyska optimistiska kritiken varit politiskt motiverad, progressiv och utopisk medan den pessimistiska kritiken varit kulturellt motiverad, konservativ och nostalgisk (1997:33).

En delvis annorlunda kritik företräds av de kritiker som vi inledde artikeln med -

kritiken mot marknadsstyrningen och mediernas kommersialisering. Om vi tidigare har mött kritiker som ser medierna som skadliga för sin omvärld, eller som en sekundär version av något som görs på ett fullödigare sätt i omvärlden, så är det här omvärlden som är skadlig för medierna. Andra sociala fält och dess krafter styr medierna på ett negativt sätt. För Bourdieu rör det sig om att marknaden som första instans utövar ett strukturellt tvång över televisionen och journalistiken. Inom journalistikens fält skapas vidare ett likartat, homologt, strukturellt tvång gentemot de fält som är beroende av mediernas uppmärksamhet – till exempel det juridiska, det litterära, det konstnärliga och det vetenskapliga fältet. Marknadslogikens herravälde utövas här med journalistikens fält som mellanhand. På motsvarande sätt beskriver McChesney (1997) hur marknadskrafter och privat företagsamhet utgör norm för tänkande och beslutfattande om medier i USA. Frågan om kontroll över medierna finns inte ens på den politiska dagordningen, enligt McChesney, som pläderar för en omfattande public servicesektor i det amerikanska medielandskapet.

En grundläggande motsägelse i kritiken ovan är att medierna samtidigt är maktfulla – autonoma och oreglerade aktörer – och maktlösa – offer för yttre styrning. Som vi ovan beskrivit blir det allt vanligare att studera medier ur två perspektiv – som aktör och arena.<sup>36</sup> Å ena sidan massmedierna i allmänhet eller enskilda medie-företag som handlande organisationer i ett socialt landskap. Å andra sidan det handlingsfält som mediernas närvaro i det sociala landskapet möjliggör. Denna uppdelning kan alltså kopplas till två slags mediekritiker. I det förra fallet handlar det om att mediernas handlingsfält, makt och inflytande blivit alltför stor. Medierna breder ut sig, tränger sig emellan och påverkar på ett negativt sätt sin omvärld. Medierna som aktörer har blivit en av de avgörande makterna i det sociala landskapet. I det andra fallet handlar det om att medierna är beroende av yttre krafter som tränger in på mediernas arena och omformar den efter egna intressen. Offentligheten och massmedierna omformas efter önskemål som egentligen inte hör hemma där – yttre ekonomiska, politiska, sociala och kulturella maktintressen. I det förra fallet är problemet med medierna att de har för mycket makt och självständighet. I det senare fallet är problemet det motsatta – de är för osjälvständiga och har för lite makt. I båda fallen rör det sig om gränser som överskrids eller gränser som blivit otydliga. Jensens (1990) iakttagelse om det oönskade gränsöverskridandet tycks vara en betydelsefull iakttagelse.

Vilken av teorierna och kritiken stämmer då? Kan medierna samtidigt bli både mer beroende och mer självständiga? Mycket talar för att det är rimligt att se på medierna i termer av en paradoxal heteronomisering och autonomisering – på en och samma gång mer beroende och mer oberoende. Frågan är istället på vilket sätt och i vilka avseenden.<sup>37</sup> Detta är en av de viktiga frågor som mediekritiken – ge-

nom forskning, offentlig mediedebatt, professionell diskussion och vardagssamtal om media kan komma att lämna synpunkter på.

### **Maktkamper och demonens död**

Hur ska vi då förstå mediekritikens ytterligheter – demoniseringen av medierna? Ett sätt har redan antytts - det har att göra med vår dualistiska uppfattning av samhälle, människa och medier. Det har vidare att göra med sammanblandningar och överlappningar av uppfattningar om samhällsoptimism/pessimism, filantropisk eller misantropisk människosyn och uppfattningen om medierna som upplysande eller fördunklande.

Dieter Roß drar ur den tyska mediekritikens historia ytterligare en slutsats: mediekritiken har tenderat att överskatta verkningarna och makten hos medierna och mystifierat den (1997:38). Tysk mediekritik har präglats av en polarisering och en retorisk stil som inte väjer för drastiska formuleringar. En konsekvens av detta är att mediernas makt och verkning tenderar att överskattas. Den närmast blinda tilltron till mediernas effekter – positiva eller negativa – leder vidare till en mystifiering av medierna. I kritiken görs inte alltid skillnad mellan orsak och verkan – när mediernas aktivitet är orsak till eller följd av samhällliga processer. Diskussionen om medierna som aktör och arena ställer också denna slags fråga om den komplexa dynamiken mellan mediernas verkan i omvärlden och omvärldens verkan i medierna.

Kritikens polarisering och mystifiering, eller demonisering med min term, skulle också kunna förstås som uttryck för flera överlagrade maktkamper. Det rör sig då inte enbart om en kamp mellan ekonomiska och politiska eliter och om marknad eller politik som styrmekanism för medierna. Vi kan också tolka delar av debatten som ett uttryck för maktkamp mellan andra sociala fält och dess företrädare. En fråga gäller vem som skall definiera vad som är sant – vetenskap eller media? En andra fråga rör vem som skall forma de gemensamma besluten i den politiska gemenskapen – politiker, tjänstemän, väljare eller media? Uttryckt med en medial spetsformulering: mediekritikens polarisering handlar också om kampen mellan redaktörer, politiker och akademiker/forskare. Därutöver pågår också ibland en kamp mot marknadens företrädare och marknadens mekanismer för att styra forskning och politiskt beslutsfattande.

En del av angreppen på media bör tolkas som reaktioner på den utmaning som mediernas växande handlingsutrymme och definitionsmakt utsätter politik och vetenskap för. Vad som är sant har tidigare varit något reserverat för vetenskap och forskare. Vad som bör göras i ett samhälle, och det kollektiva beslutsfattandet, har varit en fråga för politiker. Idag tycks inte längre forskare och politiker stå en-

samma bakom rätten att formulera den sanna utsagan eller den politiska handlingens väg. Medierna och journalisterna har, som bekant, trängt sig emellan. Den demoniserande debatten och kritiken mot ”medierna” kan då tolkas som ett försök att tränga tillbaka medierna och att etablera politik och vetenskap/akademi som former och arenor för att definiera vad som är verkligt och vad som bör göras i och med denna verklighet. Abstrakt uttryckt: det rör sig om en institutionell kamp mellan olika kunskapsformer och dess företrädare för att utöva makt i sociala system. Men kunskaper eller handlingsmodeller från vetenskapen, filosofin, politiken eller konsten fungerar inte som en kalkulerbar modell för medierna – mer specifika modeller krävs. Vi måste fråga oss vad medier och journalistik *kan* göra och vad den kan *göra bra*. Där finns mediernas, journalistikens och nyhetsjournalistikens sociala och kommunikativa nisch.

Den tilltagande styrkan i mediekritiken hänger slutligen samman med de omvandlingar som samhället och massmedierna genomgår – ekonomiska, politiska och tekniska. Diskussionen hittills kan dock ha underskattat betydelsen av sociala och kulturella aspekter. Det handlar inte bara om internationaliserad ekonomi, liberaliserande politiker och ny informationsteknik.

Vad kan då komma att hända som en reaktion på problemen med medierna? Det är möjligt att såväl publik, källor, politiskt system och myndigheter samt medier reagerar och agerar. Några tänkbara utvecklingar kan skisseras.

Individ- och publikbaserade förändringar innebär att mediernas förtrollning släpper och att människor istället för medieanvändning går tillbaka till ”verkliga” sociala kontakter och handlingar – umgänge med vänner och bekanta, engagemang i organisationer och sociala rörelser eller låter sig uppslukas av sitt arbete. Än mer radikalt kan det uttryckas som att vända medierna ryggen och istället utveckla egna och lokala gemenskaper.<sup>38</sup>

En andra förändring gäller organisationer och institutioner. Skilda sociala fält och verksamheter skulle kunna agera aktivt för att undvika eller kringgå mediernas förmedlande instans. Flera möjligheter erbjuds här. Organisationer kan själva bli medieproducenter och finna direkta kanaler till sina medlemmar eller kunder. Om institutionerna själva har kommunikationskanaler till den intresserade omvärlden så minskar incitamenten att byta information mot medial uppmärksamhet.

En tredje förändring rör externa institutioner och nya försök att reglera mediernas handlingsfrihet – rättsligt och genom ytterligare självreglering. Såväl självreglering och lagstiftning kan i framtiden komma att få en internationell karaktär. Krav på olika former av reglering av medier och journalistik har under det sena 90-talet fått en förnyad relevans. Den avreglering som präglade inledningen av 90-talet har inte samma politiska eller folkliga stöd idag.

En fjärde tänkbar förändring är att medielandskapet genom sina nya möjligheter och sin komplexitet ger utrymme för alternativa röster och kanaler. Nya medierade gemenskaper som baseras på delade intressen kan komma att växa fram utanför de mainstreammedia som präglas av kommersialisering och globalisering. Ett exempel på att en sådan utveckling redan är på väg finns inom tidskriftssektorn. Tidskrifter som *Moderna Tider*, *Ordets Makt*, *Arena* och *bang* håller på att etablera en slags "remainstreammedia" – medier som är väsentliga för en initierad, nyfiken och självständig samhällelig diskussion.

En femte förändring kan bestå i en vitaliserad och förnyad mediekritik. En kritik som överskrider gränser mellan forskning, yrkesdiskussioner och offentlig medie-debatt. Här har medieforskningen en viktig uppgift - att på allvar fundera över hur en sådan kritik kan komma till stånd och formas.

En viktig fråga för mediekritiken är också vilken roll som kritikern kan och bör ha. Ska kritikern vara samarbetsman, vakthund eller antropolog (Hickethier (1997:62))<sup>39</sup> En kritiker som identifierar sig med producenternas intressen och som tar till uppgift att förbättra produkterna talar Hickethier om som "kollaboratör" eller samarbetsman. För Bourdieu handlade kollaborationen samtidigt om en befläckande aktivitet. En sådan hållning står dock i kontrast till kritiker som snarare tar publikens intressen eller allmänintressen som utgångspunkt för sin kritik och därmed fungerar som en vakthund. Om en sådan kritik på ett tydligt sätt kopplas till ett ekonomiskt, politiskt eller socialt intresse och dess organisationer har vi dock att göra med en särintressets vakthund (Larsson 1998). I den tyska tevekritiken har Hickethier också funnit en distansierande kritikerroll. Här rör det sig om kritiker vilka närmar sig mediet på ett sätt som liknar antropologens kontakt med främmande kulturer. Medierna utforskas som en främmande värld där samhällsliv och kulturliv speglas och skapas. Frågan om kritikerrollen är på intet sätt uttömd genom dessa anmärkningar. Rollkartan visar dock hur väsentligt det är att ta upp frågan eftersom intressen och lojaliteter görs tydliga och därmed kritikerns perspektiv och ställning. Det är inte bara intressant att studera och kritisera vilka intressen som står bakom och gynnas av mediernas verksamhet. Det blir också väsentligt att ställa sig frågan om vad som är drivkraften bakom mediekritiken. I vems intresse bedrivs mediekritiken och vad syftar den till?

Syftet med denna artikel har varit att introducera och ge precisare innehåll till mediekritikbegreppet. Det har skett genom att föra ett resonemang om begreppet, genom en översikt av kritikens aspekter, former och aktörer samt genom att kommentera och försöka förstå några av kritikens mest extrema uttryck. Kritiken mot medierna kommer knappast att avta de närmaste åren. Det kan då vara nyttigt med en karta över den terräng som vi orienterar i. ■

## Noter

<sup>1</sup> Exempel inom samhällsvetenskap är Bourdieu (1998), Petersson (1996), Virilio (1995). Kritiska svenska debattböcker är Boëthius (1996) och Nerman (1997). Under 1998 har också en centrumbildning för granskning av journalistik och medier skapats vid Göteborgs universitet och flera nummer av tidskriften JMG Granskaren har getts ut. Ett annat initiativ är bildandet av Institutet för mediastudier, IMS, som finansieras av svenskt näringsliv, intresseorganisationer och svenska kyrkan.

<sup>2</sup> Den första veckan i juli diskuterades Bonniers eventuella köp av SvD. En vecka senare köptes SvD av Schibsted och några dagar därefter avgick Arne Ruth som kulturchef och chefredaktör för Dagens Nyheter. Under perioden 3/7 till 16/7 var publiciteten särskilt omfattande. Ytterligare några debattartiklar publicerades i DN under slutet av juli och i början av augusti.

<sup>3</sup> Estoniaolyckan 1995 och brandkatastrofen i Göteborg 1998 är uppmärksammade händelser under senare år.

<sup>4</sup> De mest omdebatterade exemplen rör lönearbetare/ arbetarklass, kvinnor, invandrare, etniska grupper, icke-kristna trosbekännare och homosexuella.

<sup>5</sup> Kent Asp (1997) använder begreppet politikens medialisering som "ett sammanfattande begrepp för denna anpassningsprocess som äger rum i samhället till det tankemönster och den arbetslogik som medierna tillämpar".

<sup>6</sup> En alltför långt driven förenklning och dramatisering försvårar t ex ett fungerande och självständigt resonemang om politiska frågor (Hernes 1978, Petersson 1996).

<sup>7</sup> Medierna är mer intresserade av att skildra politikens maktspel än de frågor och problem som politiken måste hantera (Fallows 1996, Hvitfelt 1996).

<sup>8</sup> Detta är en av Boëthius (1996) huvudpunkter. McChesney (1997) ser också denna fråga som central. I Sverige har Rådet för mångfald inom massmedierna studerat mediekoncentrationen (SOU 1997:92).

<sup>9</sup> Ett exempel som mycket tydligt formulerar en sådan uppfattning är Ekeberg (1991). Hennes kritik kan också höras på Internet [www.rolool.com/sweden/ann/](http://www.rolool.com/sweden/ann/). Mer nyanserade diskussioner förs dock om t ex medievåld och dess effekter på barn. För en översikt av forskning inom detta område se Carlsson & von Feilitzen (1998). Rönnberg (1997, 1998) har vidare intagit en självständig position i dessa debatter om medieeffekter och moral.

<sup>10</sup> Den under hösten 1998 aktuella diskussionen om "trams" - teveunderhållning i form av såpa och tävlingar - pekar på denna uppfattning. Teveunderhållning, som Expedition Robinson, vinner stort genomsnittsläge både hos publik och i media och hotar därmed att tränga undan annat medieinnehåll. Nästan en tredjedel av Sveriges befolkning följde finalen i tävlingen och kvällspresen

publicerade mycket material om programmet 5-7 december 1998. Se även Göransson (1998) för en intervju med programledaren - reportern som blivit underhållningsföretagare.

<sup>11</sup> Putnam (1996) anklagar teve för att lösa upp sociala nätverk och minska det medborgerliga engagemanget. Televisionen har medfört en privatisering av fritiden som går ut över andra aktiviteter och engagemang i gemensamma frågor. Williams (1974) lyfte också fram etermediernas privatisering av vardagen. Medieanvändning blir i tilltagande grad något som var och en sysslar med för sig.

<sup>12</sup> Grunden för denna kritik av massmediernas kunskapsinnehåll lades av Walter Lippman (1922) i en diskussion om opinionsbildning och demokrati. Utifrån tesen att all verklighetsuppfattning är förmedlad via våra föreställningar/bilder drog han slutsatsen att samtidens nyhetsmedier (tidningar och tidskrifter) endast kunde förmedla bristfälliga bilder (pictures in our heads). Lippman satte istället sin tro till experter och vetenskap för att formulera tillförlitliga föreställningar. Samma argument och lösning finner vi i Sven Öhmans (1993) kritik av populärvetenskapen. En kunskapsteoretisk utgångspunkt för sin tevekritik har också Postman (1985:24) då han hävdar att teve mediet fungerar dåligt som forum för offentliga samtal om kultur och politik. Postmans kritik är dock ingen allmän mediekritik utan inriktad just på teve mediet och problem med den kunskapsform mediet odlar fram. Den erbjuder bilder och känslor som passar väl för underhållning men dåligt för resonemang och analys.

<sup>13</sup> Baudrillard (1986: 330) formulerar det på följande sätt: "Situationen tillåter oss inte längre att isolera verkligheten eller den mänskliga naturen som en grundläggande variabel. Resultatet är därför inte alls någon tilläggsinformation eller någon belysning av verkligheten, utan tvärtom, eftersom vi aldrig i framtiden kommer att kunna skilja verkligheten från dess statistiska, simulerade projektion i medier, ett tillstånd av tveksamhet och av definitiv ovisshet om verkligheten."

<sup>14</sup> I genomsnitt ägnar svenskar ungefär sex timmar om dagen åt medieanvändning, Mediebarometer 1997 (1998).

<sup>15</sup> Inom journalistikområdet fördes under 80-talet diskussion i dessa termer. Forskare som Furhoff (1986) och Thurén (1988) bidrog också till debatten om yrkesroll och den goda journalistiken. Dagens diskussion tycks mer fokuserad på att ställa diagnos än att erbjuda lösningar inför framtiden. *Innan journalistiken dör* (Kronmarker & Nurmi 1997) och *Ingen längtar efter mera media* (Johansson & Rabe 1998) är två exempel på böcker där journalister kommenterar dagens mediasituation och implicit för fram idéer om önskvärda medier och god journalistik.

<sup>16</sup> Skurken i filmen *Tomorrow Never Dies* från 1997 kallas Elliot Carver och leder den världsomspännande mediekoncernen Carver Media Group. För att ge skjuts åt sin nya 24-timmars nyhetskanal försöker han iscensätta ett krig mellan Kina och Storbritannien.

<sup>17</sup> Ett exempel utgör *Hvitfelt* (1996) som betraktar amerikanska media som föregångare och mönsterbildande

<sup>18</sup> En genomsnittlig dag 1997 tittade 84 procent av den svenska befolkningen (9–79 år) på teve och 82 procent lyssnade på radio. Vi lyssnade på radio i två timmar och tolv minuter och tittade på teve en timme och trettiofyra minuter (*Mediebarometer 1997*).

<sup>19</sup> Iakttagelsen är en egen bearbetning av två källor. En undersökning av journalistkåren från 1989 och en undersökning av svenska nyhetsjournalister en dag i februari 1992 (se Weibull 1991 och Ekström & Nohrstedt 1996). Den senare är också ett exempel på hur journalistik analyseras utifrån nyhetsjournalistikens villkor. I delstudien *En nyhetsdag* (Nohrstedt 1994) utslöts bland annat sport-, familje- nöjes-, kultur- och featurejournalistik från undersökningen. Ekström har i senare arbeten undersökt andra former av journalistik, bland annat i studier av programmen *Svart* eller *Vitt* och *Striptease* (1996, 1997, 1998).

<sup>20</sup> Enligt *Mediebarometern 1997* läste omkring 20 procent en facktidsskrift eller organisations- medlemstidskrift under en genomsnittlig vecka. För de i yrkesverksam ålder låg siffran omkring 30 procent.

<sup>21</sup> Habermas (1962).

<sup>22</sup> Den helt företagsinterna diskussionen och kritiken lärnar vi utanför beskrivningen, eftersom den inte är offentlig. Det är en intern angelägenhet som inte når en vidare publik och som därmed inte direkt bidrar till en offentlig dialog om medierna. Att en sådan diskussion förs är dock viktigt för en fungerande offentlig dialog och en förutsättning för att kritik skall leda till förändringar på medier och redaktioner.

<sup>23</sup> För en analys av ett debattprogram om medier, *Aschbergs Diskutabelt*, se Ekström & Nohrstedt (1996).

<sup>24</sup> *Makt & Media*, som började utkomma 1993, är det främsta exemplet på en svensk specialtidsskrift om medier med diskussion och analys som centralt inlägg. Utgivningen av tidskriften har dock upphört och det är oklart om den kommer att återupptas.

<sup>25</sup> *Ord & Bild* har under 90-talet innehållit flera mediekritiska bidrag. Under 1998 har också tidskrifterna *ETC* och *bang* gjort uppmärksammade specialnummer om media. *ETC* för huvudsakligen vidare den svenska debatten (Boëthius och Nerman) medan *bang* för fram en feministisk kritik av medierna och "mainstreammedia". Även här medverkar Boëthius.

<sup>26</sup> Publicitetsregler, Yrkesregler och Regler mot textreklam utgör de tre viktigaste delarna av Spelregler för press radio TV (1997). Bakom reglerna står Svenska Journalistförbundet, Svenska Tidningsutgivareföreningen, Publicistklubben, public servicebolagen (SR, SVT och UR) och Radioutgivarna. Reglerna är i första hand relevanta för tryckta media men tillämpas i den mån det är möjligt också på etermedier. För etermedier finns en mer utförlig rättslig reglering som övervakas av Granskningsnämnden för radio och TV samt Radio- och TV-verket.

<sup>27</sup> Utges med ungefär sex utgåvor per år och kan prenumereras via Tidningsutgivarna.

<sup>28</sup> Enligt svensk rätt är det också utgivaren som är rättsligt ansvarig för de yttranden som en debattör eller insändarskribent publicerar i en tidning. Samma sak gäller normalt i ett radio- eller teveprogram. Undantag kan här göras för ett speciellt program samt gäller generellt då det rör sig om en direktsändning från ett evenemang som ej anordnas av det sändande företaget.

<sup>29</sup> Under hösten 1998 hade SVT en sådan hearing om digital television.

<sup>30</sup> Det sker dels under förberedelserna för programmet - genom urval av deltagare, research om deras uppfattningar och sammankoppling med andra deltagare - och under programmet genom programledarens fördelning av ordet samt följdfrågor. I många stycken påminner detta om en teaterproduktion - utifrån en idé om ett problem skrivs ett manus, nyckelroller identifieras och besätts. Det hela framförs sedan på en scen under aktiv regissering.

<sup>31</sup> Svensk medieforskning behandlas något i nästa avsnitt, men inte med den utförlighet som skulle krävas.

<sup>32</sup> Asp (1986, 1997) har empiriskt sökt kartlägga detta avseende opinionsbildningen och politikens område.

<sup>33</sup> Forsättningen av texten syftar visserligen på att medierna inte speglar verkligheten utan är med om att skapa den. Den retoriska effekten framgår dock tydligare genom denna återgivning.

<sup>34</sup> Det är värt att notera att Hernes kriterier inte är sprungna ur empirisk forskning. De är istället resultat av en insiktsfull reflektion över medierna i det informationsrika moderna samhället. Ytterligare en reflektion om dem är att de rätt tillämpade pekar mot just den goda journalistiken - förmågan att på ett klagörande sätt lyfta fram en huvudmotsättning och gestalta den på ett konkret och begripligt sätt som väcker intresse hos en läsare.

<sup>35</sup> I Jensens studie granskas fyra mediekritiker: Dwight McDonald, Daniel Boorstin, Stuart Ewen och Neil Postman.

<sup>36</sup> Se Petersson & Carlberg (1990) och Althedie & Snow (1991).



<sup>37</sup> Asp (1986, 1997) resonerar också på detta sätt i sin analys av mediernas makt. Han gör dock en skillnad mellan makten över publiken och makten över innehållet. Med det förra menas politiskt relevanta medieeffekter på publiken och med det senare makt över det politiska medieutbudet. Asp drar slutsatsen att medierna har effekter på mottagarna, men att de inte alltid själva styr över utbudet. Den strategiskt viktiga frågan blir därmed makten över innehållet. Ett studium av detta kräver studier av organisation och praktik i medieföretag och på redaktioner, vilket också skett i den senare studien (1997).

<sup>38</sup> En sådan lösning har bland annat förts fram av Baudrillard (1986).

<sup>39</sup> Hickethier talar om etnografen, men i Sverige skulle det då rimligtvis handla om antropologen eller etnologen.

## Referenser

Altheide, D.L. & Snow R.P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.

Asp, K. (1986) *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.

Asp, K. (1990) "Medialisering, mediologi, mediekra-  
ti", i *NORDICOM-Information* (4):7–11.

Asp, K., Johansson, B. & Larsson L. (1997) *Nära nyheter. Studier om kommunjournalistik*. CEFOS rapport 9, Göteborg: CEFOS.

Boëthius, M-P. (1998) Artiklar i *Dagens Nyheter* 22/3, 24/3 och 26/3.

Boëthius, M-P. (1996) *Någon som inte älskar oss håller på att förändra vårt land*. Stockholm: Norstedts.

*Bang* (1998) Nr 3.

Baudrillard, J (1986) "Massorna: Det socialas implor-  
sion i medierna", 327–342 i Löfgren M. & Molander, A. (red) *Postmoderna tider*. Stockholm: Norstedts.

Bourdieu, P. (1998) *Om televisionen*. Symposium, Stockholm/Stehag.

Carlsson, U. & von Feilitzen, C. (1998) (ed.) *Children and Media Violence*. Göteborg: Nordicom/ UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen

Curran, J (1998) "Crisis of public communication: a reappraisal", s 175–202 i Liebes, T. & Curran, J. (red) *Media, Ritual and Identity*. London, New York: Routledge.

Ekeberg, A. (1991), *För Sverige – på tiden! en exposé över ungdomskulturen*. Bromma: Ny Solidaritet.

Ekström, M (1997) *Tv-journalistikens intentioner och publikens reaktioner. En fallstudie av programmet Svart eller vitt*. Studier i kommunikation och medier 7, Örebro: Högskolan i Örebro.

Ekström, M. & Eriksson, G. (1998) *Avslöjande journalistik och underhållande dramatik. En fallstudie av programmet Striptease*. Studier i kommunikation och me-

dier 10, Örebro: Högskolan i Örebro.

Ekström, M. & Eriksson, G. (1996) *Det iscensatta talet på TV. Aktualitetsprogram i det svenska TV-mediet*. Studier i kommunikation och medier 4, Örebro: Högskolan i Örebro.

Ekström, M & Nohrstedt, S.A. (1996) *Journalistikens etiska villkor*. Stockholm: Rabén Prisma/Svenska journalistförbundet.

*ETC* (1998) Nr 1–2.

Fallows, J. (1996) *Breaking The News. How the Media Undermine American Democracy*. New York: Pantheon Book.

Findahl, O. (1997) "Television", i *Mediesverige 1997. Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom-Sverige.

Furhoff, L. (1986) *Makten över journalistiken*. Stockholm: Natur och Kultur.

Habermans, J. (1962) *Borgerlig offentlighet*. Lund: Arkiv förlag. [1984].

Göransson, M (1998) "Trams är ett hedervärt uppdrag", i *Dagens Nyheter* 5/12.

Hasebrink, Uwe (1997) "Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermeintlichen Mißverhältnis zwischen "Qualität" und "Quote", s 201-215 i Weßler, H., Matzen, C, Jarren, O. & Hasebrink, H (Hrsg.) *Perspektiven der Medienkritik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Herman, E. S. & McChesney, R. W. (1997) *The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London, Wahington: Cassell.

Hernes, G (1978) "Det mediavridde samfund", s 181–195 i Hernes, G. (red) *Forhandlingsøkonomi og blandningsadministrasjon*. Oslo: Universitetsforlaget.

Hickethier, K (1997) "Medienkritik – öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung", s 59–67 i Weßler, H., Matzen, C, Jarren, O. & Hasebrink, H (Hrsg.) *Perspektiven der Medienkritik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Hoffman-Riem, W. (1992) "Trends in the Development of Broadcasting Law in Western Europé", *European Journal of Communication* 7 (2):147–171.

Hvitfelt, H. (1996) "Skurkar, kapplöpningar och sensationer. Om marknadsstyrd journalistik och politisk populism", s 103–199 i Ulla Carlsson (red) *Medierna i samhället. Igår idag imorgon*. Göteborg: NORDICOM-Sverige

Jensen, J (1990) *Redeeming Modernity. Contradictions in Media Criticism*. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE.

*JMG Granskaren* (1998) 1 (1–2).

Johansson, E. & Rabe, A. (1998) "Ingen längtar efter mer media". Stockholm: Kulturdepartementet.

Keane, J. (1991) *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press.

Kronmarker, M & Nurmi, K (1997) (red) *Innan journalistiken dör*. Kalmar: Fojo.

Larsson, J (1998) *Mediekritik och medieanalys. En jämförelse mellan Sverige och USA*. Stockholm: Bertil Ohlin Institutet.

Lee, S. (1990) *The Cost of Free Speech*. London: Faber and Faber

Lippman, W. (1922) *Public Opinion*. New York: Macmillan.

- McChesney, R. W. (1997) *Corporate Media and the Threat to Democracy*. New York: Seven Stories Press.
- McManus, J. H. (1994) *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware*. London, New Dehli: SAGE Publications.
- Mediebarometer 1997* (1998) Medienotiser Nr 1 1998. Göteborg: Nordicom.
- Nerman, B. (1996) "Mellan demokrati och marknad", i Ekström, M. & Nohrstedt S. A. *Journalistikens etiska problem*, Stockholm: Rabén Prisma/SJF
- Nerman, B. (1997) *Den offentliga lögnen*. Stockholm: Atlas.
- Nohrstedt, S.-A. (1994) (red) *En nyhetsdag*. Journalistikens normer. Rapport 1, Högskolan i Örebro.
- Petersson, O. (1996) *Politikens möjligheter. Har folkstyrelsen någon framtid?*. Stockholm: SNS förlag.
- Petersson, O. & Carlberg I. (1990) *Makten över tanken*. Stockholm: Carlssons bokförlag.
- Postman, N. (1985) *Underhållning till döds*. Stockholm: Prisma.
- Putnam, R. (1996) "Och den skyldige är: Televisionen", i *Moderna Tider* 7 (67):22–30.
- Roß, D (1997) "Traditionen und Tendenzen der Medienkritik", 29-45 i Weßler, H., Matzen, C, Jarren, O. & Hasebrink, H (Hrsg.) *Perspektiven der Medienkritik*. Oplden: Westdeutscher Verlag.
- Rönnberg, M. (1998) *Moralbilder: om medieetik, våld och debattorr*. Uppsala: Filmförlaget.
- Rönnberg, M. (1997) *TV är bra för barn*. Stockholm: Ekerlid.
- SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige – ägande och strukturförändringar i press, radio och TV* (1997) Delbetänkande av Rådet för mångfald inom massmedierna, Stockholm: Kulturdepartementet.
- Spelregler för press radio TV* (1997) Stockholm: PresSENS samarbetsnämnd.
- Thurén, T. (1988) *Ljusets riddare & djävulens advokater. En bok om den journalistiska yrkesrollen*. Stockholm: Tiden.
- Uppsala Nya Tidning (27/10:1998) "Medierna ska granskas".
- Weßler, H., Matzen, C, Jarren, O. & Hasebrink, H (Hrsg.) *Perspektiven der Medienkritik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Williams, R. (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.
- Virilio, P (1995) *The Art of the Motor*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Öhman, S. (1993) *Svindlande perspektiv. En kritik av populärvetenskapen*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

## ABSTRACT

### Media power and media criticism: Towards a mapping of the field of media criticism

GÖRAN SVENSSON

In the late 90s critical debate and research on the media have gained wide attention. Media criticism and critique is becoming a central political, social and scientific issue. In the article the concept of media criticism is discussed. Media criticism is interpreted as public discourse assessing the media and media impact. Beyond a dialogue on media policy and media practice, criticism offers highly polarized and partly mystifying accounts of the media and its social and cultural impact. The heated debate on media is interpreted as part of a social struggle between different social institutions (markets, politics, science and media) and as different models for action and knowledge. New forms and arenas for media criticism are also suggested and discussed.

# Bourdieus moraliska panik

AV KONSTANTIN ECONOMOU OCH PER-ANDERS FORSTORP

Den franske kultursociologen Pierre Bourdieu är en av de samhällsforskare som under senare år blivit mest läst.<sup>1</sup> Han har väckt mycket berättigad uppmärksamhet för sina studier av intellektuella, pedagogiska professioner och deras makt, utveckling och spridning av smaken i samhället; om utbildning och kulturell reproduktion av samhällets eliter. I medveten kontrast till den kritiska teorins syn på den folkliga kulturen har Bourdieu presenterat ett alternativ.

The other notable contribution to revisionist thinking has been *to reject the elitist pessimism about mass culture* that was a significant strand within the radical tradition, represented by the Frankfurt school. A key formative influence in this shift was Pierre Bourdieu. He showed that there was a close correspondence in France between socio-economic position and patterns of taste in art and music. Cultural and aesthetic judgements, he concluded, had no absolute, universal validity but were merely ways of defining, fixing and legitimating social differences (Curran 1996, s 270 vår emfas).

James Curran lyfter här fram den viktiga roll som han anser att Bourdieu spelat för att motverka den elitistiska pessimismen mot masskulturen genom en kultursociologisk analys av kulturella och estetiska värderingar där dessa kan förstås som uttryck för sociala skillnader. Begrepp och analyser som hör hemma inom Bourdieu-traditionen är flitigt använda över ett brett fält av samhällsvetenskap och humaniora. Hans teori om praktiken, *Outline of a Theory of Practice* (1977) och *The Logic of Practice* (1992), används ofta för att motivera det empiriska studiet av

---

**KONSTANTIN ECONOMOU** är filosofie doktor i kommunikation (Linköping 1994), forskar och undervisar vid utbildningsprogrammet Kultur, samhälle, mediegestaltning, ITUF, Campus Norrköping/Linköpings Universitet, samt är under läsåret 1998/99 Visiting research associate vid department of Communication and Culture, Indiana University, USA. Hans forskning är inriktad på mediernas, politikens och vardagslivets praktik och diskurs.

**PER-ANDERS FORSTORP** är filosofie doktor i kommunikation (Linköping 1992), forskar och undervisar vid utbildningsprogrammet för Samhälls- och kulturanalys, ITUF, Campus Norrköping samt vid Tema Kommunikation, Linköpings universitet. Forskningen är inriktad mot moralisk och politisk diskurs och sker huvudsakligen inom ramen för projektet "Samtal i samhället. På vems villkor?", där Forstorp särskilt analyserar diskursen kring ansvar, risk och säkerhet i relation till transporttekniska system.

olika samhälleliga och offentliga verksamheter. Med hjälp av bl a Bourdieu och av forskare inom "science studies-traditionen" har den postmodernistiska och reflexiva vetenskapskritiken fått visst stöd för de självkritiska analyserna av makt och vetande i olika institutionella praktiker i det samtida samhället. De sistnämndas analys vore inte lika effektiv utan det arbete som Bourdieu har bidragit med. I början av 90-talet genomförde Bourdieu och medarbetare återigen ett sociologiskt storverk, *La Misère du Monde* (1993), denna gång om den nya fattigdomen bland immigranter i Paris och Chicagos förstäder, där han/de tagit ställning för de språklösa och förtryckta. I de här nämnda arbetena kan Bourdieu, trots sin tendens till social determinism, uppfattas vara en radikal forskare som är beredd att analysera de intellektuellas villkor, deras makt och privilegier inklusive sina egna. Under benämningen reflexiv sociologi har han även teoretiserat kring en självkritisk hållning inom metodologin (Bourdieu 1990; Bourdieu & Wacquant 1992).<sup>2</sup>

Wilken typ av radikalitet kan han sägas representera när han nu ger sig in på analys av TV och medier i *Om televisionen* ([1996] 1998)? I boken som består av ett par föreläsningar ursprungligen givna i TV, samt ett par inledande förord och några fler avslutande efterord, driver Bourdieu tesen att televisionen "är ett hot mot alla former av kulturproduktion: konst, litteratur, vetenskap, filosofi och rättsväsen. Ja, tvärt emot vad som tänks och sägs, även av ansvarskännande och ärligt menande journalister, tror jag att den är en fara även för det politiska livet och demokratin" (a.a. s 19). Hur stämmer denna fas i hans arbete ihop med de tidigare studierna? Hur vidareför Bourdieu analysen av hierarkierna och makten, och förståelsen för masskulturen, när han ger sig in på att analysera medierna?

Nittitalets TV, däremot, försöker nå en så stor publik som möjligt genom att utnyttja och fjäska för publikens smak och erbjuda grova produkter som talk shows, scener ur verkliga livet, avslöjande exponeringar av upplevelser och erfarenheter, ofta extrema och ägnade att tillfredsställa så väl ett slags voyeurism som exhibitionism (ett exempel är de spel- och lekprogram som alla vill vara med i, om så bara som åskådare, för att bli sedda ett ögonblick eller två) (a.a. s 70).

Om vi tidigare har uppfattat Bourdieu som populärkulturens försvarare, som med James Currans ord avfärdar "the elitist pessimism about mass culture" möter vi här i citatet om nittitalets TV ett delvis annorlunda synsätt på relationen mellan elit- och masskultur. Även det omdöme som Dick Hebdige kunde ge i sin analys av Bourdieus syn på makten i slutet av 80-talet ekar en aning främmande:

Popular taste is predicated on a knowledge that is both plundered and despised by its 'betters' and that the difficulty of avant-garde art and legitimate taste (despite the protestations of their adherents that they long to 'educate' and 'elevate' the public and to 'popularize, the classics) derives, on the contrary, *precisely from the will to keep the masses out* (Hebdige 1996 s 78).

I motsats till sina övriga och förtjänstfulla analyser av de intellektuellas villkor (t ex Bourdieu 1988; Bourdieu *et al* 1996) tolkar Bourdieu inte televisionen som ett intressant kulturellt fenomen värdigt för kultursociologisk analys med bourdieu-traditionens rika arsenal av instrument och begrepp, utan slår istället till alla bromsar och varningssignaler i en massiv kritik mot TVs påstådda vulgariserande effekt. Men samtidigt kan denna polemiska kritik av det journalistiska fältet (jfr. nedan), förstådd som ett hot mot autonomi hos andra fält, bli läst främst som ett bevarande av vetenskapsmännens autonomi och deras exklusiva rätt att söka och förvalta kunskap. I några av de texter som följer på de polemiska TV-föreläsningarna (se efterorden i *Om televisionen*) märks ett annat tonläge, mer analytiskt och mindre indignerat. Gemensamt för bokens olika delar är dock en analys som är ganska tendentiös och som i sin iver att argumentera ger en förenklad bild av de villkor under vilka medierna produceras av ägare, journalister och konsumenter. Detta kan paradoxalt nog fungera så att en mer nyanserad, djupgående och insiktsfull mediekritik inte förs fram. Det är denna Bourdieus homogeniserade bild av fältets aktörer (Marlière 1998) och reducerande bild av förhållanden mellan produktion och reception som vi här vill diskutera. Vi vill samtidigt antyda alternativa perspektiv för analyser av masskommunikationens konstitutiva relationer och allianser.

Med utgångspunkt från *Om televisionen* skall vi fortlöpande diskutera och bemöta Bourdieus analys av medierna och journalistiken. Vi kommer att fästa uppmärksamhet vid hans beskrivning av journalistiken som ett fält, den logik som styr dess framträdande, dess förhållande till andra fält, synen på kunskap i de olika fälten, konkurrensen mellan olika verklighetsbeskrivningar, samt Bourdieus egen retoriska position. Vi kan på flera punkter instämma med Bourdieus slutsatser, men vi är kritiska till den form av mediekritik som han bedriver. En kritik av denna mediekritik kan uppfattas som ett försvar för den journalistik och tv-produktion som Bourdieu kritiserar (jfr. debatten mellan Curran 1990, 1996 och Morley 1992, 1996). Det är dock inte på detta sätt vår analys skall uppfattas. Vår analytiska hållning till medierna innebär inte en positiv försoning utan en utgångspunkt för analyser där aktörerna i medierna, dvs även publiken, ges ett större erkännande, och där den kunskapsproduktion som sker med hjälp av medierna respekteras. Genom att diskutera Bourdieus egen retoriska position vill vi också försöka visa att hans mediekritik kan betraktas som ett försvar för akademikers autonomi, ett idealiserat försvar för kunskapens renhet, både vad avser innehåll och värden. Låter han inte som en konservativ, elitistisk och indignerad gammaldags professor vid Collège de France när han t ex i ett av ovanstående citat talar om nittitalets television, dess publik, producenter och aktiviteter? Vi undrar var hans engagemang för den folkliga smaken tog vägen. Kan man se detta som uttryck för en moralisk panik gällande

kulturen och de intellektuellas roll?<sup>3</sup> Är det inte så att han i första hand vill bevara de intellektuellas autonomi, dvs. att, med hans egna ord, bevara deras makt och privilegier och därmed rätten att dominera över andra? Från detta perspektiv framstår de kritiska anspråken hos Bourdieu som partiska för en särskild profession, prioriterande en viss form av kunskapsbildning, dess epistemologi och etik. Mediekritiken riskerar att bli pretentiös, förenklad och kulturkonservativ just för att den ser ut att bygga på en sådan auktoritativ position.

### **Journalistikens fält**

Det förhållande att medier i allmänhet och medierna just i vår tid (TV i synnerhet) avser att vara en spegel av verkligheten är givetvis en illusion. Denna insikt kan man dela med flertalet medie- och kommunikationsforskare idag. Som en följd av detta kommer iakttagelsen att TV spelar en nyckelroll i det politiska livet knappast som någon vetenskaplig nyhet:

Steg för steg blir televisionen, som utger sig för att vara ett instrument för återgivning av verkligheten, ett instrument som istället skapar den. Vi närmar oss alltmer en värld där det samhällseliga beteendet inte blott beskrivs utan föreskrivs av TV. Dess värdering blir utslagsgivande för vår tillgång till en social och politisk existens (Bourdieu 1998, s 36).

Aktörer i medierna och de som bevakar mediernas juridiska och moraliska handlande hävdar visserligen, med viss rätt, att det är många journalisters ambition att sträva efter att spegla en verklighet så långt detta är möjligt. Det faktum att aktörer i medierna skapar en verklighet innebär inte att allt de gör därmed är grundlösa påhitt. Inte heller det faktum att mediekonsumenterna är i besittning av de avgörande kriterierna för hur de uppfattar denna verklighet, som speglad eller konstruerad, tar ifrån producenterna deras professionsspecifika ambition att arbeta för högre mål som opartiskhet, neutralitet och objektivitet. Men denna ambition kan också vara ett anspråk som legitimerar och skyddar journalisterna mot kritik. Att detta skydd är något som journalisterna gärna upprätthåller ser inte Bourdieu.

En annan sak man kan hålla med om är att det finns skäl att analysera de professioner och praktiker som bygger upp medierna och bidrar till att ge dem deras ställning i den samtida kulturen. Det finns även skäl att vara kritisk mot journalister i deras arbete som ofta resulterar i ensidiga och tendentiösa urval av fakta och attityder, deras medvetna eller omedvetna censur och administration av makt och moral. Det finns också skäl att analysera det förhållande att medieproducenterna inte gärna vill bli analyserade och kritiserade för vad de gör, samt att de gett sig själva legitimitet att stänga ute dem som är kritiska från den offentliga debattens arenor.

Detta utestängande kan motiveras med hänvisning till platsbrist och inaktualitet, motiv som kan vara en täckmantel för någonting annat eller snarare en uppmaning att anpassa sig lite bättre.

Den analys Bourdieu gör av det professionella fältet inom journalistiken är en analogi till den analys han tidigare med stor framgång har gjort av andra fält där intellektuella verkar; skolledare, politiker, advokater, professorer, etc. Det finns en poäng att se journalisterna som del av en större helhet, ett fält där det finns en skådeplats, andra aktörer, maktförhållanden, allianser och kontroverser mellan olika aktörer och betydelsefulla agenter.

... ett fält är ett strukturerat socialt rum, ett kraftfält – inom vilket det finns dominerande och dominerade och ständiga permanenta relationer av inbördes ojämlikhet - som också är en skådeplats för strider syftande till att förändra kraftfältet eller bevara det i oförändrat skick (a.a. s 61; jfr. särskilt uppsatsen "Journalistikens herravälde" som ingår i *Om televisionen*, s 97-112).

Journalisterna – eller riktigare: det journalistiska fältet - får sin sociala betydelse av att de har ett faktiskt monopol på redskapen för produktion och spridning av information och via dessa bestämmer över vanliga medborgares, men också andra kulturproducenters – forskares, konstnärers, författares - tillgång till vad som ibland kallas "offentligheten", dvs. möjligheten att nå en stor publik (a.a. s 67-8).

Det hör till Bourdieus strategi med maktanalysen att placera aktörerna i ett sådant fält för att visa på de mekanismer som gör att de måste agera på särskilda sätt. Om detta agerande är förkastligt, vilket är fallet i samband med televisionen, enligt Bourdieu, så kan man låta bli att ställa dessa människor till svars för det som ju egentligen inte är deras fel. Det finns någon i bakgrunden som rycker i trådarna och får dem att agera. Till priset av att framstå som ofrivilliga marionetter och instrument befrias dessa aktörer från ansvar och autonomi. Bourdieu tycker sig, i viss likhet med Marx, se en annan verklighet bakom den som dominerar ideologi- och kulturproduktion och denna verklighet styrs av produktionskrafter i den mest ekonomiska och tekniska meningen. Till skillnad från Marx menar dock Bourdieu att det materiella bestäms av det symboliska. Bakgrunden består av en fond av kapitalistiska agenter, ägarna till medieindustrin. Det är mot systemets intrikata och sammanvävda otydlighet, styrd av den kommersiella konkurrenslogiken i vilket dessa osynliga aktörer är en del, som Bourdieu i huvudsak riktar sin kritik. Här missas emellertid en poäng som skulle kunna utveckla analysen och mediekritiken; att medierna i varje instans (en intervju, en artikel) är reproducerande praktiker som vidareför och förnyar sina egna verktyg (frågetekniker, dramaturgi, retorisk gestaltning), sina relationer (kollegialitet t ex med politiker och direktörer) och olika mer eller mindre etablerade tolkningsmönster. På detta vis kan man studera varje mediehändelse och också förlägga ett ansvar på varje medieproducent, något

som tyvärr undgår Bourdieu. Dessutom saknas hos Bourdieu den förväntade empiriska grunden för resonemangen. Någon närmare kommunikativ och diskursiv analys av relationerna som kan uppstå i mediemöten presenteras inte. Hans kritik bottnar istället i en idealisering av kunskapsproduktionens villkor i samhället och en förenklad syn på hur kunskapsbildning styrs av såväl interna som externa faktorer. Den närmar sig också en rädsla för folket enligt den gamla idén att publiken är dum, något som har statsvetenskapliga anor som sträcker sig tillbaka till den "fear of the demos" som Platon gav uttryck för.

Man kan dock hålla med om en av Bourdieus slutsatser, nämligen att det finns en poäng i att använda kritiken på ett sådant sätt att forskare och journalister tillsammans med andra kritiska kulturarbetare kan försöka övervinna en hotande instrumentalisering; och att det finns ett gemensamt uppdrag för den samtida kulturproduktionen, nämligen att erbjuda emancipation åt alla dem som vill att frigöra sig från det förtryck som råder från publiceringsvillkorens tyranni. Det finns skäl att vara kritisk mot de kommersiella intressen som genom medierna skapar strukturella begränsningar även på andra fält, t ex det politiska och akademiska (Marlière 1998). Men detta gäller inte enbart produktionen inom de nya medierna utan det gäller produktionen av kultur i vid mening, något som vi lär oss av vår läsning av en av Bourdieus mest kända artiklar "The market of symbolic goods" (1985). Han inbjuder alltså alla som har ett "kvasimonopol på spridningsinstrumenten" till ett rop på gemensam emancipation från de mekanismer på marknaden som reglerar "journalisternas herravälde". Men när han utifrån detta drar en slutsats om vilket gemensamt mål denna mobilisering skall syfta till så tar han åter till brösttoner om den "konsekrerade" kunskapens högsta tillstånd: "Blott ett sådant samarbete skulle göra det möjligt att på ett effektivt sätt arbeta med att sprida *forskningens mest universella resultat*, samt även att i viss mån medverka till att göra villkoren för tillträde till det universella allmänt åtkomliga" (Bourdieu 1998, s 112, vår emfas). Att kämpa för att göra dessa villkor åtkomliga är givetvis vällovligt, men kanske är det lite förvånande att Bourdieu har en så positivistisk och objektivistisk syn på forskning och kunskap, särskilt med tanke på att han gjort sig till talesman för en reflexiv kunskaps teori (Bourdieu 1990; Bourdieu & Wacquant 1992). Här kunde Bourdieu istället ha utvecklat analysen till att omfatta representantskapet som en medial, politisk och vetenskaplig praktik – som ständigt är ett anspråk på att inneha en viss position. Aktörer i de tre fälten media, politik och vetenskap är skickliga på att dölja sina anspråk genom att hänvisa till "faktualiserande" retoriska strategier (Potter 1997).

Fältbegreppet i Bourdieus användning är övertygande för att förstå maktrelationer inom en professionell och offentlig kultur och den inre logiken som gör



fältet till ett delvis autonomt område. Men det finns ett kritiskt, indignerat och moraliserande tonfall i Bourdieus analys av televisionen och medierna som ett fält. Han tar upp en diskussion över villkoren för tillgång till offentligheten och makten över medel för de offentliga uttrycken. Denna makt tillkommer journalisterna som från sin position i det journalistiska fältet har makten att konsekvrera, dvs. upphöja någon till status som ”kändis” eller ”något/någon att räkna med” (jfr. översättarens kommentar, Bourdieu 1998, s 17), men även att konsekvrera till förmån för sig själva. Televisionen styrs av *audimat*-logiken som smakdomare i stället för bedömningar motiverade av den interna kritiska logiken. Audimat som är en tillsats till TV-mottagaren för att pejla tittar- och lyssnarfrekvensen för olika program fungerar som en ögonblicklig domare där man omedelbart kan utläsa någonting om programmets popularitet. Produkten kan ”konstrueras för att stämma överens med mottagarens uppfattningskategorier” (a.a. s 66). Hela fältet styrs av ekonomi, efterfrågan och marknadens krav. I televisionens värld som påverkar allt fler har journalisterna ett herravälde. Bourdieus analys framstår som alltför enkel genom att han missar att iaktta poängen om ett mer komplicerat samspel mellan olika aktörer som tillsammans upprätthåller detta som ett fält. Marlière (1998) kritiserar liksom Bourdieu för att homogenisera gruppen av journalister genom att presentera dem som en aktörsgrupp konstituerad genom en uppsättning ”unified beliefs”. Vad som här istället öppnas som viktigt forskningsområde är studiet av hur journalister och andra medieaktörer i sina praktiker och texter skapar och lyckas upprätthålla detta herravälde.

### **Konkurrens mellan verklighetsbeskrivningar**

Medierna är, enligt Bourdieu, en mötesplats för narcissistisk självbespeglning som styrs av processer som kommersiell konkurrenslogik, popularisering och en hotande nivellering av kunskap och värden, även de som produceras inom etablerade genrer för kunskapsproduktion, som t ex vetenskap. Därmed betraktar han televisionen som ett hot mot alla former av kulturproduktion. Han är kritisk mot de ”fast thinkers” som alltför enkelt låter sig övertalas att medverka i, eller självmant erbjuder sig att bidra till, denna kunskapsfientliga kulturproduktion. Bourdieu menar uttryckligen att ett kriterium på ”riktiga intellektuella” är att man avstår från att uttala sig under de villkor som televisionen ställer till förfogande. Man kan tala om detta ställningstagande som ett uttryck för en *negativ deliberation*, dvs ett systematiskt motstånd mot att medverka i de distribuerade former för kommunikation som erbjuds i det offentliga livet. Därigenom missar han också möjligheten att genom deltagande bidra till intern förändring av mediernas praktiker.

Betingelser för medverkan i televisionen innebär ofrånkomligen olika former för censur, öppen (ekonomisk) eller osynlig (ideologisk). Parterna riskerar att förlora självbestämmandet när ämnena, liksom villkoren för deltagande överhuvudtaget, är på förhand preciserade in i detalj. Informationsklyftorna växer.

Jag vill alltid plocka isär en serie mekanismer som gör det symboliska våld som utövas genom televisionen till ett av de allra lömskaste. Symboliskt våld är ett våld som utövas i tyst samförstånd med dem som utsätts för det och ofta också med dem som utövar det, såtillvida att båda parter ofta är omedvetna om att de utövar eller är utsatta för det (Bourdieu 1998, s 30).

Bourdieu uppfattar att televisionen är ett ”symboliskt våld” som på ett lömskt sätt indoktrinerar och påverkar oskyddade människor vilka därmed förlorar sin immunitet mot en opinionsbildning styrd av heteronoma eller utifrån kommande värden. Publikerna är ”med hull och hår...”

... utelämnade åt televisionen som sin enda informationskälla. Televisionen har ett faktiskt monopol på att utforma världsbilden för en stor del av befolkningen. Och genom att lägga tonvikten på trivialiteter, genom att fylla dyrbar sändningstid med strunt, tränger den undan de relevanta upplysningar medborgarna behöver för att kunna utöva sina demokratiska rättigheter (a a, 1998, s 31).

Denna heteronoma process får utgöra det negativa och främmande alternativet till det som han med kraft, men ändå vagt och oklart formulerat påstår vara det riktiga och ”rena”. I kontrast till de heteronoma värdena, kommer de rena värdena ”inifrån”. Det är inte riktigt klart vad han menar med detta, annat än att det utgör en invit att respektera kunskapen i dess traditionella mening och med de former för reproduktion av kunskap som samhället historiskt sett erbjuder.<sup>4</sup>

Bourdieu menar att journalisterna medverkar till att dölja det viktiga genom att visa det triviala. I Bourdieus analys framstår journalisterna som en homogen kategori av medieproducenter vilka inte uppfyller sin egentliga uppgift; att producera information snarare än underhållning. Att beskriva innehållet i medierna som ”strunt” är emellertid att ge en alltför förenklad bild av det föränderliga och heterogena medieutbudet. Medievärlden består (har alltid bestått) av mycket mer än journalistik. Deltagarrollerna är mer öppna och mångfacetterade än vad Bourdieu antyder. Format där vardagliga händelser och känslor utgör innehållet är också en offentlig arena (vare sig man gillar det eller inte) och kräver en analys på sina villkor.

Medieproduktionen homogeniseras, enligt Bourdieu, av journalisterna som är de enda som läser flera medier parallellt för att kunna göra jämförelser (”intern censur”) och avstämningar av nyhetsvärderingar och uppslag: ”Denna skytteltrafik mellan speglar som återspeglar varandra ger ett intryck av oerhörd instängdhet och mental avskärmning” (Bourdieu 1998, s 39). Denna interna censur bygger på rund-

gång inom professionen och förstärks ytterligare av att det finns en "reservarmé" av arbetslösa inom media, som möjliggör en långt driven politisk konformism. Med utgångspunkt från ett fördjupat studium av mediepraktiker kunde man ställa sig frågan hur detta går till och hur det förhåller sig till andra maktprofessioners praktiker. Poängen blir alltså att kunna kritisera journalistiken och dess myt om att vara en utanförstående tredje (fjärde) statsmakt just genom att behandla den som profession och praktik som tagit på sig rollen av att fungera som en självlegitimerande samhällsmakt.

Ett av de intressantaste fenomenen att studera är hur den journalistiska positionen upprätthålls och ständigt lyckas förmedla sig som objektiv. Insikten om att detta är ett kommunikativt och retoriskt arbete som ingår i varje journalistisk text är central för förståelse av mediernas funktioner. Journalistik handlar inte bara om att skriva om något fenomen (t ex skildra en verklighet) utan alltid också om att upprätthålla och visa upp den journalistiska positionen som legitim, dvs som opartisk och opåverkad. Och i journalistiska praktiker tas alltid hänsyn till journalisternas egna angelägenheter (MacMillan & Edwards 1998; under utg.). Denna vändning innebär ett utvecklat studium av hur medieaktörer positionerar sig i texter, hur texterna lika mycket handlar om journalistiken själv som om något yttre objekt. Att sedan journalistiska texter använder ett diskursivt format som positionerar journalisten som utanförstående, opartisk och objektiv bör snarare vara en huvudpunkt för en analys. Med vilka textuella och visuella medel upprätthålls bilden av journalisten som transparent och "innehållet" som fakta (Economou 1997; Potter 1997)? Detta föranleder en analys som inte tar mediepraktikerna för givna men som heller inte alltför ytligt och konspiratoriskt ser dessa som uttryck för ensidig maktutövning.

I stället för att fördjupa analysen av journalistikens och mediernas roller, och upprätthållande av dessa roller genom praktiker, uppehåller sig Bourdieu i *Om televisionen* istället gärna vid att beskriva de personer som bistår journalisterna. Dessa "fast thinkers", "panelists" och ständiga debattörer har valts ut för medverkan för att de troligen har en viss förmåga att tala kortfattat om vad som helst, de "går hem i TV", "gör det enkelt" och "håll[er] det kort" (a.a. s 102). De ägnar sig åt "den demagogiska förenklingspolitiken" och Bourdieu kallar dem vid mängder av invektiv. Dessa heteronoma agenter eller *tuttologi* (sing. *tuttologo*; någon som kan tala om vad som helst när som helst) levereras till medierna med en uppsättning obligatoriska kommentarer bland annat för att popularisera politiken och göra ett tråkigt ämne roligare. Bourdieu beskriver dessa som misslyckade intellektuella, dock undgår han att analysera de överlappningseffekter som baseras i den särskilda kompetens som tillkommer dessa personer, nämligen att de kan exploatera tillhörigheten

till två professionella fält och att de därmed kanske medverkar till att bryta ner eller ifrågasätta det kunskapsmonopol som möjliggörs av den autonomi som försvaras i det akademiska fältet (Marlière 1998, s 228–29).

### **Bourdieu's retoriska position**

Vem är det då som talar i Bourdieus text och på vilket sätt? Föreläsningarna sker inför TV-publik och Bourdieu vill bemöda sig ”att uttrycka mig på ett sätt som skulle kunna förstås av alla” (Bourdieu 1998, s 20). Att på detta vis använda sig av den allmänna publiken, ”folket” markerar dels att det som komma skall är något mycket viktigt - något som berör alla och som nu alla ska få chansen att ta del av. Här antyds också att detta är en ambition som inte längre delas av medierna och Bourdieu anmäler vidare vad hans analys och den stil han använder ska uppfattas som:

Kontrasten mot den vanliga televisionen som analysen riktades mot var avsiktligt vald för att hävda den analytiska och kritiska diskursens autonomi, om så i den till synes tunga och pedantiska, didaktiska och dogmatiska formen av en så kallad katederföreläsning (...). En sådan typ av resonerande framställning (...) förblir dessutom det säkraste sättet att motverka manipulation och att hävda rätten att tänka fritt (a.a. s 21).

Genom att på detta sätt tala utifrån det fria tänkandets försvar och genom att så att säga förekomma en fundersam läsare som undrar över formatet görs här det som först erkänns vara pedantiskt, didaktiskt och dogmatiskt om till något nödvändigt. Det är detta format som kan bli mer sant än televisionens olika typer av falska tilltal. Att själv välja en form och hävda att den är bäst lämpad för vad man vill säga är en självklar del i all publik kommunikation. Här använder Bourdieu detta till att från början rama in det ämne han kommer att tala om och positionerar sig som den fria tankens försvarare vars format för tal är det där tanken kan försvaras. Vad denna konstruktion retoriskt åstadkommer är att från första början, redan innan det har uttalats, visa att televisionen varken tillåter fria tankar eller fria former. Huvudpoängen är alltså gjord redan i inramningen till texten och Bourdieu fortsätter att markera hur omöjligt det hade varit att tala i televisionen på televisionens villkor:

Tack var den audiovisuella sektorn vid Collège de France kan jag just nu tala under betingelser som är fullkomligt exceptionella: för det första är jag inte ålagd någon tidsbegränsning; för det andra har jag inte blivit förelagd det ämne jag skall tala om, utan valt det själv och med möjlighet att byta; och för det tredje finns här inte, som i vanliga TV-program, någon som kan återkalla mig till ordningen med hänvisningar till tekniken, till en publik som ”inte kan hänga med” eller i moralens eller anständig-

hetens namn. Det är en fullkomligt unik situation, såtillvida att jag, för att använda ett inte längre gångbart uttryck, har en kontroll över produktionsmedlen som inte hör till det normala (a.a. s 25).

Den unika position som Bourdieu här tar definieras som ett slags underifrån-position i unik frihet från det som i ”vanliga TV-program” är begränsningar för den fria tanken; samtidigt som detta också är ett TV-program, men producerat inom Collège de France, Bourdieus hemmaplan. Händelsen blir på något sätt unik och positionen likaså. Bourdieu understryker hur lite kontroll man har i TV: kontrollen över produktionsmedlen hör inte till det normala. Bourdieu markerar att det som följer det vill säga hans egen föreläsning är exceptionellt. Händelsen ramas därigenom in som ett slags överlegitimt tillfälle, en unik chans för folket att få höra sanningen. Att ha en så självklar position inom Collège de France, och i relation till den TV kanal som gav honom utrymme att producera och sända sitt föredrag, tyder inte precis på en underordnad eller utsatt position.

Men Bourdieu vill inte framstå som en elitist:

Man skulle kunna invända att det jag säger är elitistiskt, att jag försöker försvara vetenskapens och högkulturens hårt ansatta borg eller till och med att jag skulle förvägra folket tillträde till vetenskap och kultur (genom att från televisionen förvisa dem som ibland kallar sig för folkets talesmän och som med sin typiska stil och sina fantastiska livshistorier menar sig ha folkets öra och därför skulle vara *audimats* gunstlingar). Men jag försvarar faktiskt de nödvändiga villkoren för produktion och spridning av mänsklighetens främsta skapelser (a.a. s 91).

De mänsklighetens främsta skapelser som här åsyftas är den goda vetenskapen och dess värden och det som framstår som viktigt att bevara är de intellektuellas autonomi som är förutsättningen för vetenskapliga framsteg (se t ex a.a. s 85-87).

Bourdieu vill inte se sin kritik som uttryck för en reaktionär längtan tillbaka, men det är lätt att uppfatta honom precis så. Vad betyder det t ex att han lägger in följande ”disclaimer”?

Men jag hör inte till dem som längtar tillbaka till svunna tiders pedagogiska och paternalistiska television. Jag anser att den i lika hög grad som spontan populism och demagogisk anpassning till den folkliga smaken motsatte sig ett verkligt demokratiskt bruk av de storskaliga spridningsorganen (a.a. s 70).

Det som kanske kunde erbjuda en slags mellanväg i analys och förhållningsätt till medierna antyds när Bourdieu i *Om televisionen* talar om att gå en mellanväg i analysen mellan det programmatiska hävdandet av det ständigt nya och en slags historisk determinism som ser all utveckling som varianter på det gamla. Men den mediekritik hans text här blir språkrör för handlar om rätten till autonomi, den rena kunskapens pedagogiska format, och tilltron till resonerande framställningar - ett slags försvar för en utanförstående intellektuell roll som kanske inte så många

kan ikläda sig och som kan te sig tämligen anspråksfull och inte alls opolitisk och utanför.

### Slutord

Men kanske det stora värdet av *Om televisionen* ändå är just det slags utifrånblick som Bourdieu så fervent försvarar. Den representerar en vilja till sammandragning av många av de element och faktorer i studiet av medierna som annars kan förbli disparata eller som tillhör och "ägs" av olika forskartraditioner. Dock saknas några viktiga element – t ex ett tittarperspektiv som kan differentiera mycket av det som annars bara blir antaganden om vad människor gör och säger och vars slutpunkt åter bara blir idén om den passiva, lurade masspubliken. Ännu en brist är att synen på hur relationer i medierna utvecklas, i samtal, i texter, i förberedelser, reaktioner mm är alltför statisk. Bourdieu analyserar inte denna intrikata kommunikativa praktik och process. Han hamnar istället i en svartvitt debatt med låsta och föregivna positioner. Ett mer diskursivt dynamiskt perspektiv om hur kommunikationen mellan aktörer i medierna fungerar hade kunnat ställa frågor om hur det går till, hur det skapas, det som Bourdieu är så säker på finns där (för utveckling av dessa perspektiv se Fairclough 1995, s 176-205; Economou 1997; Forstorp & Linell 1998; Wibeck, Forstorp & Economou 1998; MacMillan & Edwards 1998; under utg.; Scollon 1998). Bourdieus exempel, eller "empiri", tenderar att bli pamflettartade och utgå från personliga frustrationer snarare än att vara vederhäftiga.

Kanske bygger den uppmärksamhet Bourdieus bok fått just på hans egna självklara positionering i det samhällsvetenskapliga fältet, som nu utvidgas till ett samhällskommenterande fält i och med hans offentliga mediala framträdande, bl a i samband med publiceringen av *Om televisionen*. Risken kan då bli att uppfattningen av Bourdieus text höjer upp hans mer intuitiva observationer till befästa och valida sociologiska analyser. Bokens uppmärksamhet bygger inte så mycket på den eventuella riktigheten eller allmängiltigheten i Bourdieus analys utan på att hans tidigare arbeten (plats i fältet) kan ge det han säger här lika stor tyngd och förklaringsvärde som tidigare arbeten. Bourdieu rekontextualiserar och transponerar sin position till att omfatta det nu aktuella ämnet och kan ge det all sin förutvarande tyngd. Problemet kan tyckas vara att det är just detta han anklagar medierna för att göra; att reproducera vad alla säger för att inte missa tåget och scoopet, detta utan att själv ha studerat frågan närmare. Den analytiska position han intar har något av desperation över sig, en desperation som också handlar om sociologins kris. Kan det ses som ett desperat försök att återetablera en viss epistemologi

(påverkad av en viss form av objektivistiskt kunskapsideal) för att markera gränser mot kunskap som inte är legitim? Kanske är det egentligen så att Bourdieus dilemma gäller samhällsvetenskaperna och kanske särskilt sociologernas anspråk på att vara de enda legitima observatörerna av samhället.

Att vara mediekritisk idag är oerhört viktigt och vi tror att en akademisk och samhällselig mediekritik kommer att fortsätta att utvecklas och antagligen ta förnyad fart i den närmaste framtiden (att Bourdieus text blir översatt och kommenterad är naturligtvis i sig ett tecken på detta). Vad som då blir viktigt är att inse att mediernas förhållande till politik och demokrati inte är ett så enkelt ämne att studera och kanske framför allt att det är ett ämne som är så dubbelt offentligt där forskare har samma makt inbyggd i sina praktiker som journalisterna; makten att formulera och benämna.

Med denna analys har vi i huvudsak försökt att peka på en del problem med Bourdieus bidrag till förståelsen av televisionen. Vi vill ge förslag till en annan bild av medierna i vår tid, ett alternativ till den syn som Bourdieu presenterar, och som kan bilda underlag för kommande studier. Vårt perspektiv på medierna tar hänsyn till sådana fenomen som *deltagande*, *representantskap*, *tilltal* och *närhet* och förutsätter en mer kommunikativ och diskursiv analys. Till stor del tycker vi att detta är sådana för analysen och förståelsen av medierna nödvändiga inslag som väsentligen saknas i Bourdieus analys och därmed bidrar till att göra denna onödigt förenklad. Syftet borde kanske istället vara att försöka förstå dagens mediesituation som invävd och relationell snarare än enhetlig och positionerad. Just att den kan framstå som konfliktuell och i Bourdieus händer bli så enhetligt negativt beskriven borde snarare få oss att mer misstänksamt undersöka relationerna mellan olika aktörer som alla gör anspråk på att bestämma tolkningsramarna i det offentliga samtalet. Bourdieus text är t ex själv insatt i den mediala debattens form och i en konkret fransk debatt. Marlière beskriver förutsättningarna för den debatt som ledde till skrivandet av *Om televisionen*.

Indeed, prior to the book's publication, the French sociologist had been invited to appear on the weekly programme *Arrêt sur image* on 23 January 1996. The show was devoted to television coverage of the lengthy strikes which had paralysed most public services throughout France in December 1995. The programme was supposed to reflect on and assess the way television had presented the strikes to the public. The programme title, 'Can Television Speak about Social Movements', seemed to indicate that the institution would engage in self-introspection and be open to external criticism. Following the show a bitter polemic raged in the pages of *Le Monde diplomatique*. Bourdieu began by publishing a long article which revealed that he had been deceived by the programme editor (a journalist with *Le Monde* and a media pundit). Most of the conditions the sociologist had set before agreeing to participate in the show (such as time allocated to speak, choice of other guests invited, of news extracts

to be commented by him) had been blatantly ignored by the programme editor during the broadcast. In the article, an embittered Bourdieu concluded that this was proof that it was impossible to make a coherent and critical appraisal of television on television. The second part of the article outlined the main points of *Sur la télévision* (Bourdieu, 1996). In the following article, the journalist exercised his right to reply with a biting irony. He adopted a Bourdieusian stance in order to objectify Bourdieu and pointed out that the sociologist's attempt to impose conditions of a 'safe broadcast' for himself was an abuse of his superior cultural capital and prestige which enabled him to do and say whatever he wanted without criticism or interruption from the journalists. The journalist concluded that Bourdieu had confused the broadcast with one of his lectures at the Collège de France (...). *Sur la télévision* appeared in French bookshops a few months later in the context of this row (Marilère 1998, s 231).

Med de ord Bourdieu använder för att beskriva de heteronoma agenterna kan man kanske säga att han själv gör anspråk på att vara en *tuttologo*, men genom sitt misslyckande att överlappa de akademiska och journalistiska fälten, två parallella arenor för produktion av verklighetsbilder, framstår han som en bitter, förbispurongen professor som hämnas på sin "egen" arena (tillgången till systemet för publicering av böcker, rätten att självklart bli publicerad, tillgången till den audiovisuella sektorn vid Collège de France). I misslyckandet och i publiceringen av *Om televisionen* uppvisas också de egna maktanspråken.

Vad är då huvudproblemet med Bourdieus analys? Vi menar att vissa inslag i hans resonemang och vissa slutsatser är riktiga, särskilt med utgångspunkt från en förståelse för den franska kulturens olika kunskapsregimer, men den analys som genomförs i *Om televisionen* är till stor del elitistisk, raljant, missvisande och långt ifrån den gentemot Frankfurtskolan kritiska position som James Curran i citatet inledningsvis tillskrev Bourdieu. Till viss del kan denna raljanta del av Bourdieus analys förklaras av att han för sina TV-framträdanden använde ett polemiskt format och de som drabbades var makthavarna bakom medierna, journalister och producer, medverkande experter, forskare och intellektuella men också den stora publik som låter sig utsättas för detta. Men paradoxalt nog kan analysen av televisionen låta som ett pamflettartat debattinlägg av en indignerad och skvallersjuk intellektuell som vill måla upp bilden av att han själv och förvaltarna av den rätta ("rena") kunskapen krisartat håller på att marginaliseras från sina positioner i Frankrikes kulturella, politiska och moraliska liv.■



## Noter

<sup>1</sup> Vi vill gärna tacka Gunilla Petersson, Ingemar Grandin och Mats Ekström för kritiska kommentarer under olika skeden av textproduktionen.

<sup>2</sup> Margaretha Järvinen (1998) analyserar tre betydelsefulla av Bourdieus reflexiva sociologi. Den första handlar om en förståelse för hur den praktiska kunskapen omvandlas till teoretisk kunskap ("objektivering av objektiveringen"), den andra om det kritiska förhållningssättet till forskarens egen förståelse (objektkonstruktionen), samt för det tredje ett relationellt perspektiv. "En reflexiv sociologi kräver att forskaren, med hjälp av sina teoretiska och metodologiska kunskaper, avtäckar det omedvetna i forskningsprocessen, i objektkonstruktionen, i aktörernas positioneringar på det fält som studeras" (a.a. s 18).

<sup>3</sup> I denna artikel använder vi begreppet "moralisk panik" i en allmän mening, för att syfta på Bourdieus roll som moralisk entreprenör i den fas av signifikationspiralen som produceras av samspelet mellan medier, den allmänna opinionen, intressegrupper och auktoriteter, där melodramatiska överdrifter och sensationer spelar en särskilt viktig roll (jfr. Thompson 1998).

<sup>4</sup> I förordet till den svenska upplagan introducerar Sven-Eric Liedman några teman som han menar sig ha gemensamt med Bourdieu. För det första en i grunden negativ och misstänksam syn på medierna ("program som söker en menlös normalitet") och på mediekonsumenterna ("det rastlösa zappandet"). Medierna framställs som giriga exploatörer av människors vardagsliv. I analysen finns en rädsla att dessa processer inte bara skall leda till exploateringen av människor utan även att denna strävan skall upphöja människors värderingar till allmän norm så att medierna kommer att "styras av publikens tycke och smak". Sättet att handskas med samtidens politiska och kulturella frågor bestäms av villkoren för dessa populariseringsprocesser där inkvisitoriska programledare utövar sin makt: "Det är dessa ständigt avbrytande programledare, ofta ganska okunniga eller rentav djupt obildade som försvarar en vettig kunskapspridning i massmedierna. Därmed blir också opinionsbildningen lidande" (Liedman 1998, s 12). En andra kritisk synpunkt som Liedman delar med Bourdieu är i förlängningen av föregående synpunkt en kritik av hur kunskapsbildningen genom populariseringsprocesser släpper kontrollen över värderingsbildning och kunskapsyn hos publiken och i samhället i stort. Han ser hotet från den heteronoma maktens ideologi och hur denna börjar ta sitt grepp om människor på bekostnad av andra former för bildning men även ett grepp om kunskapsproduktionen inom vetenskap och politik: "... den heteronomi eller utifrånstyrning (...) börjar prägla värdesystem och bedömningar även inom en rad fackområden". Tidsbristen i medierna medger inte fylliga analyser utan möjliggör endast kortare klippta sekvenser där representanter för det kritiskt reflekterande förnuftet, enligt Liedman, inte längre kan fungera utan bidrar istället till en banalisering av vetenskap och politik.

## Referenser

- Bourdieu, P. (1977) *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1985) "The market of symbolic goods", *Poetics* 14:13-44.
- Bourdieu, P. (1988) *Homo Academicus*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1990) *In Other Words: Essays Toward a Reflexive Sociology*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1992) *The Logic of Practice*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1993) *La Misère du Monde*. Paris: Editions du Seuil.
- Bourdieu, P. (1998 [1996]) *Om televisionen*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Bourdieu, P. & L.J.D. Wacquant (1992) *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bourdieu, P., J.-C. Passeron & M. de Saint Martin (1996) *Academic Discourse: Linguistic Misunderstanding and Professional Power*. Stanford: Stanford University Press.
- Curran, J. (1996 [1990]) "The new revisionism in mass communications: A reappraisal", *European Journal of Communication* 5:130-164.
- Curran, J. (1996) "Media dialogue: A reply", i Curran, J., D. Morley & V. Walkerdine (red) *Cultural Studies and Communications*. London: Edward Arnold.
- Curran, J., D. Morley & V. Walkerdine (red) (1996) *Cultural Studies and Communications*. London: Edward Arnold.
- Economou, K. (1997) "Representing politics – politicising journalism. Exploring communicative dilemmas in the collegial relationships between Swedish journalists and politicians", *Javnost The Public* nr. 2, s 91-103.
- Fairclough, N. (1995) *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Forstorp, P.-A. & P. Linell, (red) (1998) *Samtal pågår. Dialogiska perspektiv på svenska mediedebatter*. Stockholm: Carlssons.
- Hebdige, D. (1996 [1987]) "The impossible object: Towards a sociology of the sublime", i Curran, J., D. Morley & V. Walkerdine (red) *Cultural Studies and Communications*. London: Edward Arnold.
- Järvinen, M. (1998) "Om Bourdieus reflexiva sociologi", *Sociologisk Forskning*, 35(2)5-19.
- Liedman, S-E. (1998) Förord till Bourdieu, P. *Om televisionen*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- MacMillan, K. & D. Edwards (1998) "'Designer families'. A discourse study of fact and accountability", *Journal of Sociolinguistics* 2/3:323-345.
- MacMillan, K. & D. Edwards (1998) "Who killed the Princess? Description and blame in the British press". Under utgivning i *Discourse Studies*.
- Marière, P. (1998) "The rules of the journalistic field. Pierre Bourdieu's contribution to the sociology of the media", *European Journal of Communication* 13(2): 219-234.
- Morley, D. (1992) "Populism, revisionism and the "new" audience research", *Poetics*, 21 (4):329-344.

Morley, D. (1996) "Media dialogue: Reading the reading of the readings...", i Curran, J., Morley, D. (1996) & V. Walkerdine (red) *Cultural Studies and Communications*. London: Edward Arnold.

Potter, J. (1997) *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London: Sage.

Scollon, R. (1998) *Mediated Discourse As Social*

*Interaction: A Study of News Discourse*. London: Longman.

Thompson, K. (1998) *Moral Panics*. London: Routledge.

Wibeck, V., P.A. Forstorp & K. Economou (1998) *En god affär i Motala. Journalisternas avslöjanden och läsarnas etik*. SOU 1998:63. Stockholm: Fritzes.

## RECENSION

### **Dalquist, Ulf (1998): Större våld än nöden kräver. Medievåldsdebatten i Sverige 1980-1995. Umeå: Borea.**

Man får en bok i hende. Det er som å få nøkkel til et ukjent hus. Man kjener ikke forfatteren, kjenner ikke huset, og har foreløpig bare nøkkelen å holde seg til. Men den er vakker. Pene farger. Et litt utydelig forsidebilde. Ikke før langt ut i boken forstod jeg det var en motorsag jeg så. Boken har også et usedvanlig fint tekstopsett. Maria Svallfors på Boréa Bokförlag fortjener de god-ord hun får helt i innledningen. Samme sted, i forordet, begynner man å få glimt av forfatteren. Jeg synes å skimte en sint ung mann som ikke lenger er fullt så sint. Da han begynte på arbeidet var han

....øvertygad om att svensk filmcensur uteslutande var följden av lika delar kulturelitism, okunskap och småborgerlighet, och det skulle världen tamejfan få veta i min doktorsavhandling. ... Då tyckte jag att de blodigaste skräckfilmerna var subversiva angrepp på hyckleri, den borgerliga kulturen och det kapitalistiska samhället. "Våldsfilmerna" var radikala konstverk där gränserna för yttrandefriheten testades samtidigt som traditionella smakhierarkier sattes ur spel. Förkastade man dessa fantastiska filmer berodde det bara på trångsynthet. Det tycker jag inte längre. Även om det finns rejält blodiga skräckfilmer som jag fortfarande tycker är lysande, har jag kommit fram till att det mesta faktiskt är skräp.

Dette er jo en interessant konklusjon. Men her, i forordet, er faktisk det eneste sted denne konklusjon ytres. Jeg vil komme tilbake til dette. Men først om boken. Den er i fire hoveddeler. I den første, "Bakgrund" føres vi gjennom tre korte kapitler inn i temaets forhistorie, og hvordan forfatteren har grepet saken an. Fra Platon, via stadsfiskalen i Kalmar som ubønnehørlig forbød alle filmer der "porslinskrossing forekom" - slikt foregikk alt for meget i virkeligheten og burde ikke ytterligere oppmuntres via film - og fram til lederskribenter i Dagens Nyheter, har man hele veien bekymret seg for hvilke budskap som formidles. Og man har, som i Kalmar, grepet inn, eller i det minste agitert for inngrep. Grunnen, en grunn jeg synes forfatteren senere forsømmer, angis allerede på s. 16:

Med stor sannolikhet förhöll det sig på samma sätt då som det gör idag; att censur-ingreppen kan betraktas som en spegel av en allmänt omfattad samhällsmoral.

Fordømmelsen av slike som Robert Mapplethorpe, Salman Rushdie og mange, mange andre motiveres først og fremst i hva som angis å være verkenes umoralske karakter, ikke i deres potensielle skadelighet. Vi må derfor, mener forfatteren, skille

verkets moralske status fra dets potensielle skadelighet. Og selv vil han holde seg til skadeligheten:

I denna studie fokuserer jeg i hovedsak på utsagorna om filmen som direkt skadlig och lämnar argumenten om filmernas förargelsesväckande karaktär därhän. I den mån verkens anstötthet diskuteras, sker detta uteslutande i samband med påståenden om direkta skadeverkningar. Följaktligen behandlas inte fördömanden som uteslutande grundas i påståenden om filmernas amoraliska, obscena eller hädiska (avsaknad av) kvaliteter (s. 17).

Og hva er det da han isteden selv vil gjøre? Det sier han på s. 19. For det første vil han foreta en kritisk gjennomgåelse av hva medieeffektsforskningen har produsert av kunnskap om voldsskapende virkninger av voldsskildringer på film og video. Dernest vil han foreta en analyse for å vise hvorledes dagspressen skaper et helt annet bilde av mediavolden og dennes påståtte virkninger.

Begge deler gjennomføres med stor grundighet. Voldsvirkningene av å se voldsfilm gjennomgås i Del 2 – Om Medieeffekter. Hovedkonklusjonen er at det ikke finnes noen tilfredsstillende studie som dokumenterer skadevirkninger. I hans ord:

Det kan knappast ha undgått läsaren att jag förhåller mig mycket tveksam till om det går att empiriskt belägga att fiktivt våld föder reellt våld. Naturligtvis går det inte att utesluta att hypotesen att medievåld föder reellt (våld) är riktig och att vi en dag kommer att kunna empiriskt belägga detta. Idag kan man dock knappast påstå att detta är gjort.

Men i media hersker det ikke stor tvil om de voldsskapende virkninger, noe som dokumenteres i Del 3 om medievoldsdebatten. Materialet hans her er 1029 avisartikler fra perioden 1980-1995. Forfatteren inndeler materialet i fem hovedkategorier; overordnede grunner til engasjement mot fenomenet, beskrivelsen af fenomenet, utsagn om hvorledes fenomenet påvirker, utsagn om hvilke konsekvenser det får, og så til slutt botemidler. Det gis en god og grundig beskrivelse av den offentlige forskningskrets. I et eget kapittel gis dessuten en fremragende oversikt over de retoriske teknikker som anvendes i omtalen av medievolden.

Så langt, så godt. Og det er godt. Godt og grundig. Etter lesingen har man fått god oversikt over både metoder og hovedresultater om voldens virkninger. Selv føler jeg meg overbevist om at det ikke finnes avgjørende bevis for voldsfilmens voldsskapende virkninger. Like klart synes det å være at avisene systematisk formidler et budskap om at voldsfilmene er voldsskapende. Til sammen gjør dette boken vel verdt å lese, og vel verdt den doktorgrad den bragte forfatteren.

Men når nå dette er grundig fastslått, har jeg lyst til å gå et skritt videre og stille et spørsmål til hele den tradisjon av studier, den sjanger, som denne boken tilhører: Voldsfilm virker ikke voldsskapende sier noen. Andre kommer til motsatt resultat. Så er da voldsfilmene henholdsvis frikjent eller dømt.

Men jeg kjenner en uro ved begge konklusjoner. Det er en uro ved at diskusjonen om voldsfilmene gjøres til en diskusjon om vold. Det er som om samfunnsforskerens bidrag til mediadebatten ikke kan være annet enn en påvisning av at folk oppfører seg stygt, eventuelt ikke oppfører seg stygt, etter å ha sett eller hørt slike budskap. Og så kommer andre faggrupper inn og sier noe om filmenes kunstneriske kvaliteter, eventuelt mangel på slike. Men med denne tosidige dominans av virkningsstudier og kunstkritikk er det som om vi mister noe av hovedsaken. Det blir ikke plass til andre former for vurdering av disse filmene. Kanskje jeg kunne si det sterkere: Med samfunnsforskerens og kunstkritikerens dominans, er det oppstått en slags språkløshet. Skal vi i vår tid si at noe er bra eller ikke bra, må vi si det i form av utsagn om skadevirkninger eller i dimensjoner om kunstneriske kvaliteter. Og skal vi kartlegge hva folk sier om slike filmer, forsterker vi denne tendens ved nettopp å gi slike virkningsutsagn dominans.

Jeg føler meg overbevist om at Dalquist har rett i at det ikke er påvist økt voldelighet som som følge av å ha sett slike filmer. Men er det noen viktig påvisning? Dalquist ser ut til å mene det. Han avslutter sin bok med dette budskap:

Jag tror att vårt samhälle skulle bli bättre att leva i om vi inte förkastade delar av den kultur andra människor konsumerar. Jag tror att vårt samhälle skulle bli bättre att leva i om vi inte talade om för våra barn att de blir dumma i huvudet av saker de tycker är roliga. Jag tror att vårt samhälle skulle bli bättre att leva i om vi försökte förstå denna kultur i stället för att fördöma den. Framför allt tror jag att vårt samhälle skulle bli bättre att leva i om vi i stället för att bekämpa filmer som vi antar är skadliga lade ner all denna energi på att komma tillrätta med faktiska, odisputabla sociala problem. Men jag kan naturligtvis också ha fel.

Det tror jeg han har. Han tar feil fordi påstandene om voldsvirkninger ofte er forsøk på å si noe helt annet.

Mange vil, som jeg, finne det krenkende å se bilder av mennesker som parteres. Det hjelper ikke at det er på film, og kanskje bare triks. Med kropper skal man ikke gjøre slikt og heller ikke vise bilder av det. Men det er ikke i pakt med tiden å si dette, bare i pakt med noen grunnleggende verdier. Vi blir opprørt over så se på at kropper blir partert, og så begrunner vi opprørtheten med at det sikkert er skadelig for andre å se slike filmer. Vi snakker om virkninger, men forsøker å si at dypt forankrede verdier er krenket. Men om jeg har rett, om det mangler et språk, blir det jo ekstra viktig å lese inn i utsagnene det informantene fratatt sine ord forsøker å si. Det er ikke at filmene er voldsskapende eller kunstnerisk dårligere, det er at de viser noe de ikke burde vise.

Samfunnsforskerens utfordring i denne situasjon må vel være å forstå sine informanternes forståelse. Vi kan ikke ta folk på ordet, vi må lytte oss fram til den underliggende mening. Et ord kan i en sammenheng være en kjærlighetserklæring, i

en annen dypt degraderende. Fremmede stammers uttrykksformer ville vi neppe oversette bokstavelig, vi ville forstå at bildene de brukte måtte uttrykkes i form av våre bilder, for å få mening for oss. Slik også med utsagnene om medievold. Ulf Dalquists konkluderer i sin bok i et sluttord (s.235) hvor han uttrykker håpet om å kunne "lugna de ängsliga; våld i rörliga bilder är kanske inte så fasansfullt när allt kommer omkring." Men han legger til at forestillingene om at medievold utvilsomt er veldig skadelig er meget vanskelige å rugge på. Selvfølgelig er de det. Selvfølgelig er de vanskelige å rugge på hvis det er slik at utsagnenes hovedbudskap er noe helt annet, at det slett ikke er voldens voldsskapende virkninger saken gjelder, men at slike filmer krenker det ukrenkelige og derfor ikke burde finnes.

Engang hadde galehusene et system med inngangsbillett. Man betalte, og så kunne man vandre rundt og forlystes over synet av de gale. Mer velkjent er hvordan den offentlige henrettelse var folket til stor fornøyelse. Man tok med barn, svigermor og nistekurv, og sørget for å være tidlige ute for å få gode syn og lytterforhold i det nakne knakk. I en periode har vi med skam tenkt på at oldeforeldrene gjorde dette. Men så snur det igjen. Nylig er det kommet forslag om å sende henrettelsene i Texas over fjernsyn. Domstolene har hittil sagt nei. Jeg har ingen tro på at det forargelige ligger fast. Men det er der, i kjernen for det sosiale liv. Det må ha den selvfølgelige plass i den sosiologiske analyse, såvel som det har det i våre personlige liv. Sosiologene må selvfølgelig være med i moraldebatten. Men i tillegg skal vi analysere denne debatten. Til det trenger vi kategorier egnet til å fange opp moraldebatten, også når debatten ikles fremmedartede språklige former. Kanskje vi har hatt for liten kontakt med teologene. Vi må bidra til formulering og analyse av de moralske kategorier som er i bruk, se hva de er, hva de er forbundet med, hvem som bruker dem, og også analysere hvordan dette skifter fra epoke til epoke. Vi må lytte, og også huske at vi selv er med å skape det språk som for øyeblikket ansees å være det mest gyldige i samfunnsdebatten.

NILS CHRISTIE

Fakultetsopponent

Institutt for kriminologi

Oslo universitet

## RECENSION

### **Hillevi Ganetz (1997): Hennes röster: Rocktexter av Turid Lundqvist, Eva Dahlgren och Kajsa Grytt. Stockholm: Symposion.**

Som för så många andra människor spelar musiken, och inte minst rockmusiken, en viktig roll i mitt liv och är något som jag svårligen skulle klara mig utan. Musik kan liksom tv-tittande vara en aktivitet som bara ägnas förströdd uppmärksamhet medan man är sysselsatt med andra saker; samtidigt, och i kontrast till detta, kan en låt som tidigare uppfattats som schablonfylld och allmänt intetsägande utan förvarning fyllas med de djupaste innebörder när kärlekslivet trasslat till sig. Plötsligt kan utslitna klyschor och rim på hjärta och smärta jämföras med den bästa av Shakespearesonetter. I det dagliga lyssnandet är det dock sällan som man verkligen reflekterar över rocktexten som text med andra rötter än till det egna känslotillståndet eller möjligtvis till den enskilde textförfattaren. Men *Hennes röster* (1997) är en avhandling där författaren Hillevi Ganetz tillåter sig att fokusera på texten som ingående i ett större sammanhang utan att enbart se den som kopplad till upphovspersonen och/eller dennes liv. De röster som fokuseras utgörs inte främst av konkreta ljud utan består av de röster som konstrueras i texterna. Samtidigt sätts texten i analysen också i samband med dess rent musikaliska uttryck, något som måste ses som ett relativt oprövat grepp i dessa sammanhang.

Ganetz som har sina akademiska rötter i litteraturvetenskapen men som nu är verksam inom det tvärvetenskapliga ämnet medie- och kommunikationsvetenskap, bl a med inriktning mot ungdomsforskning, har i sin avhandling vävt samman dessa vetenskaps- och kunskapsområden i analyser av tre svenska kvinnliga rockartisters texter; Turid Lundqvists, Eva Dahlgrens och Kajsa Grytts. Turid Lundqvist var främst aktiv på 70-talet och hade sina rötter i singer-songwritertraditionen medan Kajsa Grytts artistkarriär startade i samband med punkens genomslag i början på 80-talet. Eva Dahlgren, vars material kraftigt dominerar i urvalet, spåras i sin tur till schlager. Kvinnorna som på detta sätt representerar tre olika vägar in i rockmusiken är bl a valda för att de är eller har varit framträdande kvinnliga gestalter inom sin genre, men också för att de erhållit ett slags allmänt erkännande för sina starka och personliga texter. Tonvikten ligger inte på dessa kvinnor som personer, utan det är i stället en närläsning av deras rocktexter som populärkulturella fenomen i ett visst samhälle, i en viss kultur (och subkultur) som står i centrum.

Boken är uppdelad i fem större avsnitt. Det första avsnittet berör metod och teori. Korta presentationer görs av de för avhandlingen teoretiska pelarna cultural studies, modernitetsteori, psykoanalys och feministisk teori. Författarens roll som uttolkare av texter diskuteras, liksom rocktexten som begrepp och populärkulturellt fenomen. Läsaren får också en genomgång av såväl nationell som internationell forskning om rocktexter. I det andra avsnittet lyfts texternas kontext fram med tyngdpunkt på kvinnors roll och skapande inom rocken. De tre följande kapitlen behandlar i tur och ordning respektive textförfattare. De olika musiktraditioner från vilka kvinnorna är sprungna presenteras, och en slags övergripande bild av texternas innehåll ges när olika teman lyfts fram. Dessa teman näranalyseras sedan vilket visas med hjälp av ett antal textexempel där kopplingar görs till relevanta teorier. Det sista kapitlet sammanfattar resultaten där Ganetz bl a konstaterar att kvinnors rocktextförfattande inte kan reduceras till att handla om en kvinnlig röst. Snarare synliggör analyserna en mängd olika röster som existerar på olika plan och som varierar beroende på textförfattare, musiktradition etc.

Ett syfte med analyserna är enligt författaren själv att "studera tematik och motiv i rocktexter skrivna av kvinnor". Förutom det mer empiribundna syftet är ett annat av arbetets intentioner att förklara och förstå texterna i relation till teorier där bl a modernitet, kultur, kön och genus problematiseras. Gantez föredrar dock att inte lägga tonvikten vid texterna som individuella skapelser och presenterar därför mycket sparsam information om artisterna själva. För analysens vidkommande, vilken koncentreras till rocktexterna som populärkulturella uttryck, är detta naturligtvis en relevant och välargumenterad avgränsning. Dessutom kan denna begränsning ses som en slags reaktion mot många inom litteratur- och konstvetenskapen som önskar att främst härleda tolkningar av texter och andra konstverk till deras upphovsman/kvinna. Inte desto mindre kan jag skamligt nog inte låta bli att i tankarna sätta framför allt vissa av Eva Dahlgrens texter i relation till hennes på senare år mycket omskrivna liv. Är det i alla lägen lämpligt att skära av författaren från texten på detta sätt? På ett plan kan jag sakna en dimension som i högre grad belyser människan bakom texten ur ett annat perspektiv än det rent musikaliska. Samtidigt skulle detta just i denna studie troligtvis kräva intervjuer med författarna själva för att resonemanget inte skulle reduceras till ett banalt och sensationslystet skvallrande, en dimension som Ganetz med sin avgränsning respektfullt undviker. Huruvida denna partiella uteslutning av författaren inverkar negativt just här, med tanke på syftet, är således tveksamt.

Ganetz avhandling fyller utan tvivel ett tomrum då området rocktexter ur ett vetenskapligt perspektiv, som också påpekas i boken, varit förbluffande skvalt utforskat både nationellt och internationellt. Det är inte bara så, som författaren hävdar,



att de analyserade rocktexterna i sig kan ses som överbryggande traditionella gränsdragningar mellan fin- och populärkultur, utan också att Ganetz själv i sina näranalyser visar på att gränsen mellan 'finare' diktning och den kanske allmänt undervärderade rocktextgenren sannerligen ibland är svår att urskilja. Detta görs inte minst tydligt i jämförelsen mellan Edith Södergrans diktning och flera av Eva Dahlgrens texter. Likaså fyller avhandlingen, ur en feministisk synvinkel, ett viktigt syfte i att lyfta fram just rocktexter skrivna av kvinnor, kvinnor som rent allmänt sett inte har samma självklara tillträde till den manligt dominerade rockscenen, och inte heller kan anses uppfylla bilden av en traditionell rockhjärte som nästan per definition är en man. Avhandlingen som ur en synvinkel kan anses skildra den Andres kamp för en rättmätig plats i en manligt dominerad värld, genom texter, fungerar också som ett välargumenterat exempel på de feministiska teoriernas legitimitet. Bokens 'feministiska projekt' blir därmed dubbelt.

Avhandlingen är ett bra exempel på en kulturteoretisk analys i praktiken, en ansats som inte alltid ses så tydliggjord som i nämnda avhandling. Ganetz hanterar såväl sin teori som empiri på ett samtidigt drivet och finstämt sätt och ger läsaren tid och möjlighet för egen reflektion över texternas innebörder. För övrigt är arbetet, som ingående i en vetenskaplig diskurs, på många sätt föredömligt upplagt och strukturerat. Ganetz har en känsla för både del och helhet och lämnar inget begrepp till slumpen utan ingående förklaringar. Det enda problemet jag kan se med den stundtals ganska komplicerade teoriansknytningen och begreppsapparaten är att den kan skrämja bort personer som inte ingår i gruppen redan frälsta. Om detta är resultatet så vore det synd eftersom Hennes röster förtjänar all uppmärksamhet den kan få även utanför den strikt vetenskapliga kretsen, och även utanför den grupp som kanske inte redan till fullo sympatiserar med den teoretiska ansatsen.

I och med detta arbete blir det tydligt hur ett textmaterial kan tolkas i relation till tiden, samhället och kulturen och på så sätt öppna spännande infallsvinklar för studier av andra texter rent generellt, inte bara studier av de Andra. Den på många sätt mycket fruktbara fusionen mellan humanistiskt och samhällsvetenskapligt orienterade teorier blir tydlig när rocktexterna tolkas i relation till teorier om senmoderniteten. Att läsa och tolka rocktexter är också ett sätt att läsa och tolka den tid vi lever i menar Ganetz. I avhandlingen återfinns t ex Ziehes, Giddens och Becks teorier om det enskilda subjektets roll och möjligheter i det senmoderna samhället, vilka sedan används som utgångspunkt för diskussioner kring bl a reflexivitets- och identitetstemana i de studerade rocktexterna. Med denna kombination i åtanke måste avhandlingen ses som ett mycket fräscht tillskott till den svenska forskningen inom såväl medie- och kommunikationsvetenskap som till kultur- och samhällsvetenskapen i stort.

Det inspirerande innehållet i *Hennes* röster inbjuder till tankar av allehanda slag. En av dessa funderingar rör bokens blåtonade framsida där 24 identiska, men sida vid sida spegelvända, gapande kvinnomunnar öppnar sig mot betraktaren. Munnens läppar (eftersom det rör sig om en och samma mun) är målade mörka och glansiga och några vita tänder syns kontrastera mot det annars svarta gapet. Vad är nu symboliken i detta? Förvisso handlar boken om kvinnliga röster och det enklaste är därför att tolka den vidöppna munnen som ett uttryck för att någon sjunger ut något. Munnen skulle alltså kunna representera kvinnornas kraftfulla sång och/eller 'röst', och de mångdubblade munnarna skulle kunna associera såväl till rösternas tvetydighet som till deras mångdimensionella karaktär. Det svarta gapet kanske skulle kunna stå för det outgrundliga eller det djupa som rösterna (här i symbolisk mening) kan innehålla. Jag kan dock inte låta bli att associera till en 'traditionell' läsning av en öppen målad mun där man som betraktare skulle kunna göra vissa sexuella kopplingar, även om munnen i de fallen kanske inte direkt brukar avbildas vidöppna. Alternativt skulle den öppna munnen kunna associeras till ett skrik (av rädsla?) och då leda tankarna till kvinnan som offer för någon eller någonting. Måhända är tolkningarna i detta sammanhang rätt långsökta, men att de överhuvudtaget är möjliga förvånar kanske när boken i fråga just har en sådan stark feministisk teorianknytning. Eller är tvetydigheten, om än här lite framtvingsad, högst medveten?

Hennes röster väcker slutligen också rent allmänna men personliga funderingar kring rockmusiken som uttrycks- och identifikationsmedel. Hur skulle dessa tre kvinnliga 'röster' upplevas om de ställdes mot sina manliga dito? Vilka teman och motiv skulle man hitta där vid en lika ingående analys? Plötsligt fylls jag av en nagande oro. Det slår mig att alla mina favoriter inom genren är män. Män som sjunger vackert och melankoliskt som Tom Waits, svart och suggestivt som Nick Cave, uppstudsigt och humoristiskt som Billy Bragg. Betyder detta att jag gått på någon stor patriarkal nit? Är jag offer för ett systematiskt manligt förtryck så fort jag slår på min lilla bärbara freestyle? Jag beslutar mig för att skjuta dessa tankar åt sidan. Ibland måste känslan och upplevelsen få styra över intellektet. Det säger åtminstone min röst.

ÅSA KROON

Medie- och kommunikationsvetenskap, Örebro universitet

Tema K, Linköpings universitet

## RECENSION

**Margareta Nilsson-Lindström (1998): Tradition och överskridande. En studie av flickors perspektiv på utbildning. Lund Dissertations in Sociology 21, Sociologiska institutionen, Lunds universitet.**

### Inledning

Boken är en avhandling i utbildningssociologi som behandlar frågor om segregation, skolmiljöer, lärarroller, elevers valfrihet och förväntningar. Den baseras på en kvalitativ intervjustudie av femton flickors berättelser om sin syn på utbildning och vad som bidragit till deras väg genom högstadiet, gymnasieskolan och till vidare utbildning eller arbete. Det är emellertid inte karriären som sådan utan snarare synen på val och väljande som står i centrum; eller som det formuleras med bokens första mening, "Överskridaren, vem är hon och vad kan hon lära oss om traditioners styrka i flickors utbildnings- och yrkesval?" (s 9)

Problemet handlar om det klassiska temat social segregation i utbildningssociologin, men framförallt handlar det om könssegregation. Den betoningen fick studien därför att författaren anser att utbildningssociologin varit starkt enkönad. Till problemet hör också de mycket små effekter som alla stora ansträngningar haft när det gäller att förändra vad som ansetts vara könstraditionella val av utbildningslinjer.

De femton flickorna drogs slumpvis bland de elever med höga betyg som hade valt olika linjer till gymnasieskolan och som befann sig på tre strategiskt valda skolor utifrån deras upptagningsområden enligt lokal områdesstatistik, vilket gav en lågstatusskola, en medelstatusskola och en högstatusskola. Avsikten var att på det sättet få med flickor från olika hemmiljöer, skolmiljöer och linjer. Men urvalet gällde alltså flickor med så höga betyg att de skulle kunna välja vilka linjer som helst på gymnasieskolan, eftersom det var valet och valfriheten som stod i centrum. Uppläggningsen var vidare att ha en longitudinell panelstudie som skulle medge aktuella berättelser och därmed undvika minnesfel och samtidigt erbjuda möjligheter att jämföra förändringar vid olika tidpunkter. Intervjuerna gjordes i fem omgångar från 1987 till 1992, vilket får anses vara en beundransvärt långsiktig forskarplanering. De var svagt strukturerade enligt en guide för varje tillfälle. Syftet var att få flickorna att berätta, och författaren försökte vara mera lyssnande samtalspartner än utfrågare och inta ett subjekt-subjektförhållande.

Statistiskt material som översikter och jämförelser presenteras bra i kompletterande fotnoter. Hur intervjuerna genomfördes får man veta mycket om. Hantverket

bakom bearbetning, kodning och tolkning får man däremot veta mycket lite om. Flickornas sociala bakgrund ges mera i förbigående här och var i texten för att de inte skulle vara så lätta att identifiera. Men det gör det samtidigt svårt för läsaren att lägga pussel och att tolka. Citat ur intervjuerna förekommer flitigt som bra illustrationer. Ibland är de dock tagna ur sitt sammanhang, så att de blir svåra att förstå för oss läsare.

### Fyra förgrundsgestalter

I kapitel fyra presenteras fyra sk förgrundsgestalter, som man därigenom får lära känna mest ingående. Övriga elva flickor presenteras antingen i texten mera i förbigående eller i längre noter nere på den sida där de introduceras. Liksom i många andra kvalitativa studier är dessa långa och nödvändiga presentationer ett problem att utforma och placera på lämpligaste sätt för läsaren.

Förgrundsgestalterna representerar fyra olika sätt att förhålla sig till utbildning, och de visar samtidigt de stora olikheter som förekommer i studien. Dessa resuméer är redigeringar av de skriftliga intervjutexterna som utgör författarens sätt att tolka och förstå berättelserna. Resuméerna visades och diskuterades vid nästa intervjutillfälle. Berättelserna tolkas både utifrån intervjutexterna och de bandade intervjuerna. Tolkningen sker genom att skapa helheter snarare än att kategorisera repliker eller svar. Författaren söker sätta berättarjaget i centrum, både som meningsbyggnadssubjekt och som den egna biografins subjekt, där detta subjekt också ibland är objekt för egna reflektioner. Subjekten attribueras med adjektiv som hämtas från flickornas egna ord och tolkningar som har att göra med flickornas sätt att agera, resonera och reflektera (s 74). Bearbetningen resulterar i följande kategorier.

Subjekt	Förhållningsätt, utbildning som	Utbildningsperspektiv
den förväntansfulla	mål	självförverkligande
den utmanande	medel	självdisciplinerande
den ambivalenta	någon annans projekt	självförnekande
den kritiska	tidsfördriv	självhävdande

Subjekten definieras så som de uppfattar utbildning som objekt för sitt handlande, vilket har att göra med deras sätt att värdera och identifiera sig med utbildningens innehåll och utformning. Centrala teman i dessa förhållningsätt är att se utbildning som: mål, medel, någon annans projekt, eller som tidsfördriv. De är i sin tur uttryck för vissa grundläggande förväntningar och förhoppningar som antas utgöra perspektiv på utbildning, vilka formar flickornas val och vägar genom utbildningssystemet. Dessa olika betydelser av utbildning utvecklas under rubrikerna:

självförverkligande, självdisciplinerande, självförnekande och självhävdande. De två förstnämnda hör ihop med att se utbildningen positivt som mål eller medel. De två senare hör däremot ihop med att se utbildningen negativt som någon annans projekt eller som ett tidsfördriv. Den egna självbilden kan också vara positiv eller negativ. Men vad som definierar det är inte lika klart. Sedan får vi ett exempel på vardera subjekttyp, förhållningssätt och utbildningsperspektiv: Den självförverkligande Johanna, den självdisciplinerande Ymran, den självförnekande Anna och den självhävdande Marie.

### Valfrihetens variationer

Kapitel sex kontrasterar istället dessa mera entydiga subjekt mot två andra som visar hur föränderliga utbildningsperspektiven också är på grund av konfrontation med andra aktörer och på grund av flickornas anpassning till eller reaktioner på andra förhållningssätt som t. ex. skolans instrumentella förhållningssätt vilket flickorna utvecklar olika strategier emot. Det här kapitlet visar också mycket tydligt hur illa en del flickor passar in i skolan när den är traditionellt organiserad som katederundervisning.

Självförverkligandet visar sig senare knappast vara ett individuellt projekt utan nära knutet till familjen som förebilder eller motbilder eller till kamraters uppfattningar. Självdisciplineringen tolkas bland annat som investering för framtiden och som anticipatorisk socialisation. Självförnekandet tolkas med hjälp av teorier om identifikation. Självhävdandets oppositionella förhållningssätt till skolans värld, anser författaren hör ihop med betoning av den egna personen och en strävan till oberoende. Flickornas motstånd mot planering handlar om att vara öppen för olika möjligheter och att ta tiden som den kommer. Elevrollen uppfattas ofta som infantilerande.

För den förväntansfulla Johanna och den utmanande Ymran utgör valfriheten möjligheter, medan det för den ambivalenta Anna och den kritiska Marie utgör ett tvång. Valen medför eget ansvar som dock inte alla är beredda att ta på sig och i en del fall överlåter på andra i sin omgivning. Valen begränsas också av relationerna till lärarna, vilka av flickorna uppfattas sätta gränser genom att återskapa deras bakgrunder som till exempel att flickor inte förväntas vara lika intresserade av teknik som pojkar, eller att invandrarelever förutsätts ha sämre kunskaper (s 144).

Först i sista kapitlet kommer definitionen av tradition som "att elevernas utbildningsval under lång tid följt bestämda socioekonomiska och könsbundna mönster" (s 145) och överskridande som dess negation eller ett sätt att handla som utmanar dessa mönster.

Tre flickor är socioekonomiska överskridare (eller klassresenärer), och tre andra

är överskridare vad gäller könsmonster. Men sådant strukturellt överskridande, närmast förknippat med självdisciplinering, är skilt från individuellt överskridande, som är förknippat med självförverkligande och som inte behöver leda till strukturellt överskridande.

Överskridande tolkas sedan på några olika sätt: utvecklingspsykologiskt; som en tidsanda att satsa på sig själv; som ett senmodernt fenomen med mera friställda människor, där självförverkligande och självhävdande är framträdande komponenter i flera av flickornas utbildningsperspektiv. Så starkt individualiserad förfaller dock inte denna reflexivitet vara eftersom flickorna ofta hänvisar till och tycks identifiera sig med kollektiva vi. Flickornas berättelser om samspel med andra aktörer visar starka processer som återskapar traditionella mönster. Samtidigt visar de hur sådana mönster ifrågasätts och ibland överskrids, och då med stark kritik av skolan som institution med en traditionell förmedlingspedagogik.

### **Slutsatser**

Panelstudiens fördelar är att man återkommer till samma personer och därigenom upprättar förtroende. En annan fördel är att man kan kontrollera uppgifter och presentera tolkningar och få dem bekräftade och därigenom ge studien en validitetskontroll. Detta utnyttjar författaren väl. Den vanliga frågan i ungdomsforskningen om värderingars stabilitet och förändring kunde däremot ha diskuterats och besvarats avsevärt tydligare här. Kvalitativa studiers fördel är att individer kan fås att framträda genom att utnyttja det biografiska materialet. Detta är mycket bra gjort med stor kreativitet och med teoretiska begrepp som resultat. Däri ligger avhandlingens styrka. Begreppen blir dock inte så starkt teoretiskt kopplade på slutet med den tendens till eklekticism som finns där, vilket utgör avhandlingens svaghet. Önskvärt hade varit att överskridandet i sig hade behandlats mycket mera med hjälp av andra studier och teorier, t. ex. med sådana begrepp som reflexivitet eller habitus som nu bara är antydda. Avhandlingen hade då blivit litet mera förklarande i sin ansats och inte enbart stannat på en – visserligen välgrundad – ny förståelse av flickors mycket olika sätt att förhålla sig till utbildningsväljandet. De detaljerade berättelserna är väl sociologiskt anknutna genom att flickornas berättade och rättfärdigade handlingar är så starkt relaterade till andra aktörer och tolkningar av deras yttranden och handlingar. Detta visar överskridandets komplexitet som också är avhandlingens viktigaste resultat.

LENNART G SVENSSON  
Fakultetsopponent  
Sociologiska institutionen  
Göteborgs universitet

## RECENSION

**Jan-Inge Jönhill (1997): Samhället som system och dess ekologiska omvärld. En studie i Niklas Luhmanns sociologiska systemteori. Lund: Lund dissertations in Sociology 17.**

Bland svenska samhällsvetenskapliga avhandlingar finner man ett antal studier av sociologiska tänkare. Vi har till exempel avhandlingar om Bourdieu (Donald Broady), Habermas (Mikael Carlheden), Marx (Per Månson) och Weber (Thomas Coniavitis, Sven Eliasson, Kerstin Lindskoug). Till denna rad ansluter sig nu Jan-Inge Jönhill med en drygt 500-sidig avhandling om Niklas Luhmanns systemteori.

Valet av Luhmann låter sig relativt enkelt rättfärdigas. Få, om ens någon, nutida samhällsvetare har en lika omfattande produktion. Jönhill anger att Luhmann har författat 63 böcker och 411 uppsatser. Lägg därtill att Luhmann (utbildad jurist) först arbetade inom statsförvaltningen och senare som regeringsråd innan han påbörjade sin akademiska karriär (han var 37 år när han disputerade).

Luhmanns omfattande och breda produktion står dock i stark kontrast till den svaga reception han erhållit i Sverige. På svenska finns endast en handfull artiklar och bokkapitel publicerade om Luhmanns systemteori och ingen av Luhmanns böcker finns i svensk översättning. Ur detta perspektiv är Jönhills avhandling ett mycket välkommet bidrag, och förhoppningsvis kan denna introduktion till Luhmanns tänkande leda till att han får en tydligare plats bland den rad av nutida sociologer man möter i såväl grundutbildning som forskarutbildning.

Jönhill anger två huvudsyften med sin avhandling (s 17). Det ena syftet är ge en exposé över Luhmanns sociologiska systemteori, vilket han gör i de tre första kapitlen. Det andra är att genomföra en systemteoretisk analys av dagens miljöproblematik, vilket görs i det fjärde och avslutande kapitlet. En tes Jönhill driver i sin avhandling är att Luhmanns systemteori är väl lämpad – operativt användbar – för empirisk sociologi, och ur det perspektivet faller det sig naturligt att illustrera denna användbarhet genom en systemteoretisk analys av ett specifikt problemkomplex. Att valet blir just miljöproblematiken är inte enbart baserat på Jönhills eget intresse för detta område. Luhmann har i sitt författarskap visat ett allt starkare intresse för just denna problematik.

I det första kapitlet – *Från operation till autopoietiskt system* – diskuteras den allmänna teorin om autopoietiska (självreferentiella) system. I detta kapitlet beskrivs några av Luhmanns centrala begrepp, till exempel operation, kommunikation, dis-

tinktion, form och observatör. Här tydliggörs begreppsparet system-omvärld samt vad observerande system av andra ordningen innebär. Därefter görs en beskrivning av systemteorins utveckling. Jönhill anger här att det åtminstone går att skilja mellan tre olika paradig i systemteorins utveckling. Det första kännetecknas av den klassiska utgångspunkten i differensen mellan helheten och delarna. Mot slutet av 1950-talet kom detta paradigm att ersättas av ett där differensen mellan system och omvärld var det centrala. Det tredje paradigmet utvecklats kring 1970 i och med övergången till teorin om autopoietiska system, det vill säga system som permanent producerar och reproducerar såväl sin egen struktur som sina egna element. Dessa system är – när de väl har utvecklats – därmed inte i behov av andra system. Samtidigt är de inte isolerade från sin omgivning. De är, för att nyttja Luhmanns terminologi, operativt slutna men samtidigt kognitivt öppna.

I det andra kapitlet – *Sociala system och deras omvärld* – presenteras hur Luhmann generellt beskriver sociala system. Här presenteras begreppen handling, kommunikation och mening. Luhmann ger dessa centrala sociologiska begrepp nya innebörder. Handlandet är för Luhmann en komponent i ett socialt system och inte knutet till något subjekt. Kommunikation handlar om den grundläggande operationen i ett socialt system. Mening är det som konstituerar sociala (och psykiska) system. Därefter beskrivs de tre former som sociala system kan differentieras i – interaktioner, organisationer och samhälle. Slutligen diskuteras hur relationen mellan människa och samhälle begreppsliggörs i den allmänna teorin om sociala system.

I det tredje kapitlet – *Samhället som system* – presenteras Luhmanns systemteoretiska teori om samhället. Här problematiseras traditionell samhällsteori utifrån Luhmanns systemteori (där hans alternativ är att se det moderna samhället som ett globalt kommunikativt system utan centrum). Luhmanns samhällsteori omfattar fyra delar: en generell teori om kommunikationsmedier, en generell teori om samhälls evolution på systemteoretisk grundval, en teori om systemdifferentiering samt slutligen en teori om samhällets självbeskrivningar (där Luhmann betonar att den sociologiska beskrivningen av samhället ska vara autologiskt, det vill säga tillämpa sin samhällsbeskrivning på sig själv).

Genom dessa tre kapitel ges en grundlig beskrivning av Luhmanns systemteori. I inledningen av sin studie betonar Jönhill att systemteorins förtjänster endast kan avgöras i dess användbarhet för empirisk sociologisk forskning. I det fjärde och avslutande kapitlet – *Miljöproblemen som omvärldsproblem* – söker han visa att Luhmanns systemteori äger en hög grad av användbarhet för empirisk sociologi. I kapitlet presenteras en systemteoretisk beskrivning av dagens miljöproblematik. Utgångspunkten är här differensen mellan system och omvärld. Eftersom sociala system är kommunikationssystem kan samhället endast förhålla sig till och reagera på



miljöproblem via kommunikation. Samhället kan dock inte kommunicera med sin ekologiska omvärld utan endast om den. Samtidigt är det moderna samhället funktionellt differentierat vilket innebär att ett specifikt miljöproblem endast kan hanteras inom varje enskilt funktionssystem (politik, ekonomi, vetenskap, rätt m.fl.). Det innebär att det inte finns någon central instans från vilken man kan överblicka samhället i sin helhet och än mindre styra det.

Frågan hur samhället reagerar på miljöproblem blir för systemteorin en fråga om hur de olika funktionssystemen kan uppmärksamma och reagera på ekologiska problem. Dagens miljöproblematik framstår för systemteorin som främst ett kommunikationsproblem. Genom att relatera miljöproblematiken till samhällets differentiering söker systemteorin visa varför samhället hittills inte särskilt väl lyckats hantera den ekologiska frågan. Luhmann söker inte utveckla någon strategi för hur samhället ska kunna lösa miljöproblemen utan är främst intresserad av att visa varför samhället misslyckats med denna uppgift.

Jönhill utgör en av de främsta svenska kännarna av Luhmann. I början av 1990-talet studerade han tre terminer vid Bielefeld och deltog där i Luhmanns föreläsningar och seminarier. Han har tidigare presenterat aspekter av Luhmanns systemteori i såväl *Sociologisk Forskning* som *Sociologi i dag*. I denna avhandling visar han en mycket stor förtrogenhet med Luhmanns författarskap. I sin avhandling har han inte tagit som sin uppgift att kritiskt relatera Luhmann till andra alternativa teorier eller att kritiskt söka finna inkonsistenser i Luhmanns författarskap. Istället är hans syfte att ge en sammanhängande och omfattande beskrivning av Luhmanns sociologiska systemteori, där eventuella oklarheter i någon av Luhmanns skrifter hanteras genom att han söker efter svar i andra skrifter som Luhmann författat. Svaren på eventuella oklarheter som framkommer i läsningen av Luhmann finner han således hos författaren själv. Jönhill anger själv att denna arbetsmetod visat sig mycket lämplig eftersom det alltid funnits texter av Luhmann att tillgå där oklarheterna eller problemen vidare diskuteras. Mot denna metod kan riktas kritik men som metod för att presentera Luhmanns teori är den givetvis försvarbar.

Samtidigt väcker detta en del frågor, inte minst eftersom det här handlar om en avhandling. Jönhills egen – i och för sig imponerande – insats blir till stor del begränsad till att presentera och förtydliga Luhmanns teori. Denna uppgift är krävande, samtidigt som det innebär att avhandlingen till största delen får karaktär av beskrivning.

Genom denna avhandling vill Jönhill visa på Luhmanns systemteoris användbarhet för empirisk sociologi. Han ser den som en möjlig väg ”för ett teoretiskt uppsving för sociologin efter en rad andra stora ansatsers misslyckande” (s.25). I vad mån man som sociolog delar Jönhills positiva bedömning av Luhmanns systemteori

är givetvis en öppen fråga. Luhmanns ifrågasättande av handlingssociologin, och hans ifrågasättande eller nytolkning av en rad centrala sociologiska begrepp, kommer dock säkerligen att vara föremål för diskussioner även i Sverige. Jönhills avhandling är ett viktigt bidrag till denna diskussion.

ROLF LIDSKOG  
Institutionen för samhällsvetenskap  
Örebro universitet

## RECENSION

**Nijole V. Benokraitis (red) (1997): *Subtle Sexism. Current Practice and Prospects for Change*. Thousand Oaks: SAGE.**

Likt Saturnus ringar ter sig den subtila könsdiskrimineringen i samhället. På nära håll består den endast av en mängd damm- och ispartiklar men sedd som helhet utgör den en ogenomtränglig mur ... vilken skyddar de medelålders, vita männen från konkurrens eller påverkan från t ex kvinnor. Liknelsen med Saturnus ringar är Mary Rowes och den återges i Beth Bonniwell Hasletts och Susan Lipmans kapitel om "mikro-ojämlikhet" i den nyutkomna amerikanska antologin *Subtle Sexism. Current Practice and Prospects of Change* redigerad av sociologen Nijole V. Benokraitis.

Denna bok är en genomlysning av de vardagliga skeendena – i hemmen, på arbetsplatser och i samhället i övrigt – vilka reproducerar könens värdemässiga olikhet. Författarna försöker utifrån olika samhällsvetenskapliga discipliner att problematisera könsdiskrimineringen i samhället och särskilt lyfta fram de subtila socialpsykologiska och kulturella processer vari kvinnlighet nedvärderas och manlighet uppvärderas. Även frågor kring hur etnicitet differentierar tas upp men den centrala problemställningen är: Hur går det till när manligt och kvinnligt värderas så olika?

*Subtle sexism* är indelad i fyra delar vilka var och en består av fyra kapitel. Del ett handlar om hur subtil könsdiskriminering kan ta sig uttryck i mellanmänskliga relationer. Individens situation samt budskapet "fortsätt tala, fortsätt forska" står här i centrum. Första kapitlet är skrivet av bokens redaktör och består av en begreppsanalys med illustrationer från framförallt e-mailkorrespondens men också från andra undersökningar. Utifrån boken *Modern sexism* från 1995 som Benokraitis skrev tillsammans med Joe R. Feagin redogör hon för de analytiska begreppen "blatant sexism", "subtle sexism" och "closed sexism". Skillnaden mellan dessa former av mer eller mindre öppen könsdiskriminering består i att endast den subtila formen kan vara antingen avsiktlig eller oavsiktlig medan den öppna och den dolda är avsiktliga per definition. Flera av de andra bidragen i boken refererar till dessa begrepp varför kapitlet ger en viss grund att stå på inför läsningen av resten av boken.

I kapitel två visar kommunikationsvetarna Beth Bonniwell Haslett och Susan Lip-

man hur vanlig subtil och dold könsdiskriminering är inom juristyrket. De visar också hur komplex denna form av könsdiskriminering är och att varje person som utsätts här för också utsätts för en paradox. Det är nästan omöjligt att hela tiden besvara eller bemöta varje litet uttalande, skämt eller åtbörd med könsdiskriminerande innebörd men om man inte svarar ger man samtidigt sitt tysta godkännande. Denna paradox är särskilt stark för de kvinnliga juristerna i egenskap av att vara "lagens företrädare" menar författarna. Nästa kapitel utgörs av en traditionell intervjustudie utförd bland lärare och forskare på ett statligt universitet. Studien skulle kunna utgöra modell för den årliga genomgången av jämställdhetsplanen på vilket svenskt universitet eller högskola som helst. Man har dels fokuserat organisatoriska aspekter som t ex koncentrationen av kvinnor lägst ner i hierarkin, anställningsvillkor, lönefrågor osv men också frågor som t ex känslor av tillhörighet, upplevt kollegialt stöd och upplevelser av konflikten arbete/familjeliv. Det fjärde kapitlet vill jag särskilt lyfta fram. Samhällsvetaren Ann Marshall beskriver där hur hon via e-mail har fått fram ett antal skämthistorier om Hillary Rodham Clinton vilka hon analyserar och för sedan en intressant diskussion om hur samhälleliga värderingar av män och kvinnor skapas och vidmakthålls.

Bokens andra del fokuserar organisationerna där individerna verkar. Inledningsvis beskriver ekonomen Regina F. Bento en studie om hur latinamerikaner bemötts i ett antal tjänsteställningsärenden på ett universitet. Hon gör en mycket intressant tillämpning av Robert K. Mertons referensgruppsteori och skapar med denna en analysmodell för varför människor i nämnder och kommittéer, vilka inte anser sig ha fördomar, ändå diskriminerar latinamerikaner i allmänhet och latinamerikanska kvinnor i synnerhet i olika ärenden. I kapitel sex redovisar sociologen Lisa M. Freihill en studie om kvinnliga ingenjörer. Hon har använt såväl intervju och enkät som observation för att samla in material och hon har kommit fram till att framförallt den subtila könsdiskrimineringen är mycket spridd. Hon lyfter fram två åtgärder: var och en måste lära sig att inte först och främst se kvinnor som symboler för "det kvinnliga" och det måste finnas fler ombud vilka för kvinnliga ingenjörers talan.

En annan sociolog, Susan B. Murray, tar i nästa kapitel upp en studie hon gjort om manliga anställda på ett par olika förskolor. Hon menar att dessa män utsätts för både dold och öppen könsdiskriminering i form av misstänksamhet från föräldrar och personal, omotiverat hög status och begränsning av arbetsuppgifterna. Diskrimineringen hade både positiva och negativa konsekvenser för enskilda män, men inte i något fall hade de lägre lön. Kapitlet avslutas med en intressant analys av männens könsidentiteter och hur dessa i hög grad sexualiseras vid ett sådant gränsöverskridande som manliga anställda inom barnomsorgen är exempel på. I

kapitel åtta redovisar sociologerna Richard J. Harris och Juanita M. Firestone sin studie om könsdiskriminering inom den amerikanska militären. Fokus ligger på sexuella trakasserier på arbetsplatsen. Författarna använder sig av två former av sådana trakasserier: dels en individuell form vilken innebär att olika anställnings- och karriärmöjligheter direkt villkoras med en sexuell relation av något slag och dels en miljömässig form där ett ovälkommet sexuellt beteende eller kommentarer skapar en pinsam, förolämpande eller obehaglig arbetsmiljö. Man kommer fram till att den förstnämnda formen knappast förekommer i miljöer där den senare inte finns varför de bör ses som två sidor av samma mynt.

Del tre av boken har temat social kontroll. Inledningsvis diskuterar sociologerna Yanick St. Jean och Joe R. Feagin en så kallad subtil könsmässig etnisk diskriminering bland svarta medelklass-kvinnor i USA. Texten är mycket beskrivande och består av refererande och tolkande av intervjuer med kvinnor som har upplevt sådan diskriminering men analysen lyser med sin frånvaro liksom den teoretiska förankringen. I kapitel tio analyserar däremot familjeterapeuterna Carolyn I. Wright och Linda Stone Fish vad feministiska perspektiv kan ha och har haft för konsekvenser för praktiserande familjeterapi. De lyfter t ex fram betydelsen av att sätta familjens alla individer i fokus och inte enbart familjen som (bestående) helhet, samt kritiserar utgångspunkten att förhandlingar sker på lika villkor i en parrelation. De menar också att sexuella problem måste kontextualiseras i förhållande till relationen som helhet och inte betraktas som enbart ett drifts-, lust- eller orgasmproblem.

I kapitel elva gör juristen Lynn Hecht Schafran en analys av kvinnors och mäns trovärdighet i samhället och illustrerar med en rad exempel från domstolar. Hon skiljer på kollektiv, kontextuell och konsekvensiell trovärdighet och argumenterar starkt för att kvinnor generellt sätt har svårare att bli betraktade som trovärdiga. Del tre avslutas med ett kapitel av kriminologen Richard C. Monk där han tar upp situationen för kvinnliga fångvaktare i sex fångelser på östkusten och ett i sydstaterna. Liksom tidigare studier i ämnet konkluderar han att alla kvinnliga fångvaktare någon gång råkat ut för sexuella trakasserier i någon form. Han tar upp öppna, dolda och subtila trakasserier i verbal form inklusive skämt, att utestänga kvinnliga fångvaktare från information och resurser samt att sprida att de har dåligt rykte. Ökad medvetenhet om kvinnors specifika sätt att hantera konflikter samt daglig träning i att "föra sig" för både manliga och kvinnliga anställda är två aspekter som Monk menar kan leda till en positiv förändring för de kvinnliga fångvaktarna.

Bokens fjärde och avslutande del har fått temat förändring. Om de flesta av de tidigare kapitlen präglats av det något deprimerande budskapet att könsdiskrimineringen finns kvar, även om den uttrycker sig på ett mer subtilt och dolt sätt, så ka-

raktäriseras de fyra sista kapitlen av att vilja lyfta fram positiva erfarenheter. Inledningsvis beskriver sociologen och kvinnoforskaren Melissa Kessler Gilbert hur hon arbetat med små lärandegrupper och rollspel för att öka sina studenters förståelse för vad könsdiskriminering är. Genom ett medvetet användande av gruppdynamik, väl valda texter och gruppaktiviteter utanför universitetet vågade studenterna inta en aktiv roll som skapare och förmedlare av kunskap. Och genom att förändra undervisningssalarnas interiörer och studenternas redovisningsformer skapades en bättre miljö för den känsliga dialog som ämnet ändå innebär. Detta kapitel rekommenderar jag till alla som arbetar med någon form av undervisning. I nästa kapitel visar psykologerna Mary E. Kite och Deborah Ware Balogh hur verksamheten i en Arbetsgrupp för kvinnors status på en fakultet vid ett amerikanskt universitet lyckats förändra arbetsklimatet. De positiva erfarenheterna består framförallt i förändrade inställningar hos administratörer, dekan och prefekterna vid de olika institutionerna.

Kvinnoforskaren Janice L. Ristock tar i kapitel femton upp den känsliga frågan om övergrepp och förtryck i lesbiska relationer. Hon menar att forskningen på detta område såväl empiriskt som teoretiskt har kört in i en återvändsgränd. Det finns mycket motstånd inom lesbiska kretsar mot att lyfta fram dessa problem i en offentlig debatt eftersom man redan bemöts med mycket misstränksamhet och fördomsfullhet. Existerande teorier om våld i hemmen baseras vidare på erfarenheter från heterosexuella relationer med manliga förövare. Dock berättar hon också om ett framgångsrikt projekt i en kanadensisk stad där sex lesbiska kvinnor arbetar för att minska homofobin och skapa stöd för lesbiska par där misshandel förekommit. I bokens avslutande kapitel tar sociologerna Carolyn J. Aman och Paula England upp arbetsvärderingens möjligheter att skapa lika lön för likvärdigt arbete. Den mest subtila formen av lönediskriminering menar författarna är den där den typiske yrkesutövarens kön påverkar hur mycket arbetsgivaren är beredd att betala för det utförda arbetet. De menar att lagstiftad arbetsvärdering, genomförd i praktiken, skulle kunna leda till minskad fattigdom bland kvinnor och barn samt skapa mer jämbördiga relationer och äktenskap. De avslutar kapitlet med att diskutera tanken att staten bör ingripa i lönesättningen på arbetsmarknaden.

*Subtle sexism* är en intressant bok som tar upp viktiga och aktuella problem i vår samtid. Det är också tydligt att den är skriven i en amerikansk tradition. Författarna tar inte ut svängarna särskilt mycket utan de flesta håller sig till ett par begrepp utifrån vilka de tolkar ett begränsat empiriskt material. Den teoretiska förankringen är ofta relativt ytlig och i resonemangen kring möjliga lösningar utgår de flesta från att de primära aktörerna är individer – inte organisationer eller stat. Många av bidragen är skrivna som skolexempel med tydliga och bra redovisningar

av datainsamlingsmetoder och undersökningarnas uppläggningar.

Boken vänder sig till grundstudenter på universitetet och – trots det ovan sagda – har många av kapitlen en självklar användning även i undervisningen på svenska universitet. Den ger inte någon sammanhållen bild av forskningsfältet könsdiskriminering men fungerar bra som en exempelsamling över möjliga infallsvinklar och ansatser, detta likt ett välfyllt smörgåsbord. Framförallt fyller boken ett stort existerande tomrum genom att föra analysen av könsdiskriminering i samtiden ett halvt steg vidare. Jag saknar dock kopplingarna mellan å ena sidan de socialpsykologiska processer som leder till nedvärdering av kvinnlighet och uppvärdering av manlighet och å andra sidan reproduktionen av de ekonomiska och politiska strukturerna. Men där kan ju vår egen undervisning gripa in.

MARIE RISBECK  
Sociologiska institutionen  
Göteborgs universitet

## RECENSION

### **E. Zerubavel (1997): *Social Mindscapes: An Invitation to Cognitive Sociology*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.**

Socialpsykologi framställs i en del introduktionslitteratur som något av en sammansmältning av psykologi och sociologi. I själva verket är det nog mer rättvisande att tala om två av varandra relativt oberoende "socialpsykologier", en psykologisk och en sociologisk. Frånvaron av dialog och integration inom socialpsykologin är särskilt iögonfallande inom social kognitionsforskning. Mycket av den socialkognitiva forskningen utgör i praktiken ett slags appendix till kognitiv psykologi; det är från detta inflytelserika informationsbehandlingsparadigm grundläggande teoretiska utgångspunkter, begrepp och metoder hämtas. Beroendet av kognitiv psykologi har haft som följd att det *sociala* i den starkt experimentellt betonade sociala kognitionsforskningen ofta reducerats till de sociala objekt (aktörer, händelser, roller) som utgör stimuli för kognitiva processer, medan betydelsen av de kognitiva processernas interaktionssammanhang tonats ned, eller, annorlunda uttryckt: vad socialpsykologer studerar i laboratoriet är, åtminstone som regel, isolerade individers uppfattningar av objekt, inte interagerande individers socialt baserade konstruktioner av dessa objekt. Som helhet betraktad har sålunda kognitiv teoribildning relativt ensidigt kommit att handla om de kognitiva förmågor människor antas ha gemensamma, men i mycket liten utsträckning uppmärksammat hur kognitiva aktiviteter påverkas av människors sociala tillhörigheter och hur sådana mentala processer därmed kan variera mellan olika kulturer, sociala grupper och historiska perioder.

Frånvaron av en social dimension i socialkognitiva studier har ofta påpekats av sociologer och sociologiskt orienterade socialpsykologer. Men behovet av en sociologisk-kognitiv inriktning som studerar de kognitiva processernas sociala förankring och förmedling har dessutom, och det är egentligen mer intressant, också understrukits av kognitionspsykologer (bl a av en av den modernare psykologiska kognitionsforskningens pionjärer, Herbert Simon 1992). När Eviatar Zerubavel med boken *Social Mindscapes* inleder arbetet på en modern komparativ *kognitiv sociologi* tar han sig med andra ord an en länge försummad och efterfrågad uppgift.

I sin skiss över en kognitiv sociologi utgår Zerubavel primärt från den psykologiska kognitionsforskningens centrala problemområden. Hur, frågar han följaktligen, inverkar samhället på vårt sätt att uppfatta, uppmärksamma, klassificera och



minnas? Låt oss här inskränka oss till att kortfattat se hur *ett* av dessa kognitionsområden behandlas – kategoriseringen av omvärldsinformation – för att därefter diskutera något av möjligheterna och begränsningarna i Zerubavels försök att komplettera etablerad kognitiv vetenskap med en kognitivt inriktad sociologi.

Kategorisering är ett genomgående inslag i alla kognitiva processer, det vill säga såväl för vårt sätt att inhämta information som att bearbeta och använda den. Det blir därmed rimligt att förmoda att området kommer att inta samma framskjutna plats i kognitiv sociologi som det redan gör i kognitiv psykologi. Men medan kognitiva psykologer koncentrerar sig på universella kategoriseringsmodeller – till exempel hur begreppshierarkier utbildas eller hur begrepp formas runt prototyper – blir det den kognitiva sociologins uppgift att studera kategoriseringens sociala grundvalar och det inslag av social inlärning som denna kognitiva förmåga, i likhet med andra, förutsätter.

Kognitiv inlärning är, menar Zerubavel, i hög grad kontextuell. Som sociala var-elser ingår vi i sociala sammanhang som samtidigt utgör kognitiva gemenskaper (*thought communities*). I dessa sociala gemenskaper på olika förstoringsnivåer (generationer, yrken, familjer etc) lär vi oss inte bara hur vi skall handla och tycka, utan också hur vi skall tänka. Förmedlingen av klassifikationsnormer är en del av denna kognitiva socialisering och de kulturella variationerna mellan sådana normer visar hur det sociala kompletterar det naturliga; om människan har en inneboende tendens att skilja ätbart från oätbart kan man gärna inte se det som något naturligt att samma råa fisk framstår som en delikatess för svenskar och japaner men som otjänlig för amerikaner.

De ”gränstvister” som förekommer i ett samhälle (om var gränser skall dras mellan till exempel legalt och illegalt, liv och död, god och dålig smak, gammal och ung) understryker ytterligare klassificeringens sociala grundvalar. Sådana konflikter är i praktiken ofta tvister mellan sociala grupperingar och gällar, söker Zerubavel visa, inte bara kategoriseringsprinciper; de tillhör samtliga kognitionsprocessers sociala sammanhang. Kognitiva konflikter kan så till exempel också handla om mental fokusering, dvs. om vad som är värt att uppmärksamma och lägga märke till (är cigarettökning ett negligerbart bakgrundsförhållande eller ett förgrundsförhållande?) liksom om vad som bör ingå i vårt minne (vad bör vi minnas den 30 november? Karl den XII eller nazismens offer?).

Olika sociala sammanhang ger inte bara upphov till olika sätt att klassificera samma sociala verklighet, eller, för den delen, skillnader mellan vad som överhuvud taget blir föremål för klassificering; de kan också befordra skilda, mera underliggande *indelningsstilar*. Antropologiska data, menar Zerubavel, pekar på en betydande spännvidd mellan kulturer i detta avseende. Vissa kulturer, som till exempel

den ortodoxt judiska, är starkt upptagna med gränsproblematiken, av att dela upp och hålla i sär företeelser med hjälp av en långt driven antingen/eller-logik. I andra kulturer, som till exempel en del nordamerikanska indiankulturer, är definitioner däremot mera flytande; ett både/och ersätter där ett antingen/eller. Men indelningsgrunder varierar också över tid och mellan olika sociala domäner i ett och samma samhälle. När den moderna arkitekturen med visuella medel söker integrera "inne" och "ute" är det ett uttryck för att en växande diffusitet på en del områden ersatt en tidigare, mer kategorisk indelningsstil, dock utan att undantränga denna. I det moderna samhället samlever diskreta indelningar (t ex i byråkratins åtskillnad mellan sak och person, maktutövning och makt, tjänst och privatliv etc) med kontinuerliga indelningar.

Åtskilliga sociologer och sociologiskt inriktade socialpsykologer har kritiserat kognitionsforskningen för frånvaron av ett socialt perspektiv. Zerubavels gör något utöver detta. Genom att ta fasta på några av kognitionsforskningens centrala frågor illustrerar han inte bara behovet av att föra in den sociala nivån; han söker också konkretisera sociologins självständiga bidrag till området. I *sak* är emellertid Zerubavels arbete inte särskilt originellt. För en sociologisk läsekrets är idénnehållet – om än inte organiseringen och användningen av det – välbekant. Zerubavel följer ganska nära en etablerad sociologisk tanketradition, från Durkheim, över Schutz och Mannheim, till Berger och Luckmann, Bourdieu och DiMaggio. I detta integrationsförsök saknas, och det är bokens kanske väsentligaste brist, teorier som på olika sätt skulle kunna kvalificera den ganska schematiska och överförenklade diskussion Zerubavel för om de kognitiva gemenskapernas betydelse.

Zerubavel distanserar sig visserligen från den oproblematiserade, "översocialiserade" bild av människa och kultur som förmedlades av amerikanska 1950-tals-sociologer, men frågan är vilka konsekvenser detta egentligen får för analysen. Människan, understryker han, är inte kognitivt "klonad" av en enhetlig kultur. I det mobila och specialiserade moderna samhället befinner hon sig i stället i skärningspunkter mellan flera olika subkulturella kognitionsgemenskaper. När hon träder in och ut ur dessa olika sociala sammanhang förmår hon också växla perspektiv; hon byter mentala linser efter situationen. Människan hos Zerubavel är alltså inte kulturellt, men väl *subkulturellt* "klonad", och i såväl det "översocialiserade" perspektivet som i Zerubavels subkulturella perspektiv tillerkänns hon en endast starkt begränsad tankefrihet.

Ett mer dynamiskt perspektiv på förhållandet mellan individ och social miljö finns i en del modernare kultursociologi där såväl kulturer som delkulturer karakteriseras med begrepp som "repertoarer" eller "verktyglådor". Det handlar inte längre om enhetliga kognitiva gemenskaper utan om sammansatta och ofta motsä-

gande sammanhang. Med en sådan infallsvinkel blir förhållandet mellan människan och hennes sociala omgivning mer komplext och realistiskt; samtidigt som människans sociala gemenskaper förvisso begränsar hennes tankefrihet, möjliggör de samtidigt flera individuella sätt att tänka (se t ex Swidler 1986). Christena Nippert-Engs (1996) studie av vardagslivets kategoriseringar illustrerar det fruktbara i angreppssättet.

Nippert-Engs arbete utgår från en av Zerubavels tidigare böcker om social kategorisering (*The Fine Line*, 1991) för att med hjälp av en närstudie undersöka hur forskare, personalassistenter och maskinreparatörer vid ett kommersiellt amerikanskt forskningsinstitut hanterar gränsen mellan hem och arbete. Besluten att "ta med sig arbetet hem" och att "ta med sig hemmet till arbetet" illustrerar människors möjligheter att röra sig inom ett ganska brett kontinuum av åtskiljande och integrerande alternativ och visar konkret hur konkurrerande kulturellt och delkulturellt givna gränsdefinitioner av hem och arbete kan fungera som repertoarer och kontrastmaterial. Det betyder emellertid inte, och det är viktigt att notera, att hennes studie därför går förlorad i idiosynkrasier; medlemmar i samtliga yrkesgrupper hon studerar söker alla på olika sätt experimentera med och modifiera vardagslivets gränser, men såväl handlings- som tankefriheten varierar såväl med de arbetslivspositioner intervjupersonerna intar som med de familjetyper de lever i.

Zerubavels starka betoning på subkulturernas roll för de kognitiva processernas sociala förankring reser också metodiska frågor. I europeisk socialpsykologi har dessa tidigare aktualiserats i samband med diskussionen om Moscovicis teori om sociala representationer, en ansats som i några avseenden tangerar Zerubavels kognitiva sociologi. Kritikerna har bl.a. pekat på frånvaron av komparativa studier av kognitiva sociala gemenskaper och därmed på tendensen att vid studiet av en viss social grupp överdriva betydelsen av konsensus och underbetona konflikter och inkonsistenser. Ett problem av mera grundläggande art gäller hur en kognitiv gemenskap egentligen skall definieras. En risk är naturligtvis att forskare okritiskt utgår från kulturellt givna definitioner av grupper i stället för att ta fasta på reella interaktionsmönster (för en översikt av denna debatt, se Hewstone 1989). Som DiMaggio (1997) nyligen påpekat erbjuder här nätverksanalysen, som handlar om faktiska interaktionsmönster, åtminstone i princip ett sätt att hantera problemet.

Zerubavels bok är knappast teoretiskt nydanade, men förtjänsterna i denna invitation till en kognitiv sociologi överväger trots allt. Zerubavel visar på vilka områden kognitiv sociologi kan komplettera kognitionsvetenskaperna och han integrerar några av de sociologiska tankelinjer ett sådant bidrag kan bygga vidare på. Att hans inbjudan dessutom råkar vara utmärkt välskrivnen (och bitvis till och med underhållande) gör den naturligtvis inte mindre intressant.

KLAS BORELL

Institutionen för socialt arbete

Mithögskolan

**Referenser**

- DiMaggio, P. (1997) "Culture and Cognition." *Annual Review of Sociology* 23:263–287.
- Hewstone, M. (1989) *Causal Attribution. From Cognitive Processes to Collective Beliefs*. Oxford: Basil Blackwell.
- Nippert-Eng, C. E. (1996) *Home and Work. Negotiating Boundaries through Everyday Life*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Simon, H. A. (1992) "What is an 'Explanation of Behavior'?" *Psychological Science* 3:150–161.
- Swidler, A. (1986) "Culture in action: Symbols and strategies." *American Sociological Review* 51:273–286.
- Zerubavel, E. (1991) *The Fine Line. Making Distinctions in Everyday Life*. New York: The Free Press.

## RECENSION

**Peter Hedström och Richard Swedberg (red) (1998): *Social Mechanisms. An Analytical Approach to Social Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.**

Enligt många kommentatorer är den moderna sociologin åter i kris. I den internationella debatten hävdar Irving Horowitz att sociologins nedgång inte innebär att samhällsforskningen i sig upplöstes, men att mycken sådan forskning degenererat till ren empiricism som ej längre styrs av meningsfulla teoretiska perspektiv. Vad som har försvunnit är sociologins förmåga att skapa ett enat centrum för samhällsforskningens olika områden (ur Giddens 1996, s 2). Donald Levine (1997, s 1) menar att "Samhällsteori utmärks internt av pluralistisk förvirring och externt (i USA) av minskad finansiering." På hemmaplan skriver Göran Ahrne (1997, s 275) att "Inom sociologin sker en fragmentering i fråga om såväl teorier som metoder och studieobjekt."

Det är ju riktigt att sociologin spretar åt olika håll, att den innehåller en mängd målsättningar, teorier, metoder, paradigm och perspektiv. Vissa sociologer ägnar sig åt att med hjälp av avancerade statistikprogram vinnlägga sig om exakta mätningar och sambandsanalyser av allt större mängder variabler, andra åt att formulera grandiosa klassificeringsscheman (t ex Giddens och Habermas), andra åter åt att dekonstruera den sociala verkligheten eller texter om densamma, ytterligare andra åt kulturanalys och narrativa ansatser som närmar sig etnologi och humaniora, och så vidare.

Detta spektrum av riktningar kan uppfattas som fruktbart och intressant, som ett tecken på att sociologin lever, men också som beklagansvärt eftersom sociologins eventuella identitet och gemensamma målsättning tenderar att upplösas.

I detta *eventuellt* deprimerande tillstånd är Peter Hedströms och Richard Swedbergs antologi *Social Mechanisms* ett välkommet bidrag. Boken som helhet pekar ut ett nygammalt alternativ, nämligen att sociologins övergripande uppgift är att identifiera sociala mekanismer. En sådan målsättning är övergripande eftersom den inte behöver utesluta någon av de ovan nämnda tendenserna utan tvärtom kan ge samtliga ett mer fundamentalt syfte. Den första raden i Hedströms och Swedbergs inledande kapitel anger vad det handlar om: "Denna boks huvudbudskap är att samhällsteoretiska framsteg kräver en analytisk ansats som systematiskt explicerar de sociala mekanismer som genererar och förklarar observerade samband mellan händelser."

Antologin innehåller bidrag av flera prominenta sociologer och några ekonomer.

Förutom redaktörerna själva ingår Raymond Boudon, Tyler Cowen, Jon Elster, Diego Gambetta, Gudmund Hernes, Timor Kuran, Thomas Schelling, Aage Sörensen och Axel van den Berg. Bokens röda tråd är fokuseringen på begreppet social mekanism genom teoretiska resonemang, diskussioner om metodologi och mängder av illustrationer. I det följande skall jag genom axplock sammanfatta något av bokens innehåll, varefter följer några reflexioner om dess allmänna tema.

Hedströms och Swedbergs inledande kapitel ger en översikt av hur mekanismbegreppet använts inom sociologin och andra samhällsvetenskaper. Författarna menar att en fokusering på mekanismer som själva byggstenarna i sociologiska teorier har en mängd fördelar jämfört med andra sätt att tänka och bedriva sociologi. De kontrasterar mekanismansatsen med andra ansatser som bygger på föreställningen att sociologin likt naturvetenskaperna skall sträva efter att formulera täckande lagar under vilka partikulära fenomen kan subsumeras, och/ eller föreställningen att sociologisk analys är att arbeta med statistiska korrelationsanalyser. I båda fallen gäller att egentliga kausala förklaringar inte är i fokus. Sökandet efter mekanismer innebär däremot att försöka identifiera just underliggande orsaker till varför en lag eller ett statistiskt samband föreligger. Författarna avslutar sin inledning med att formulera ett program för sociologin, baserat på den metodologiska individualismen, något jag skall återkomma till.

Thomas Schelling tar mer ingående upp en av de mest intressanta fenomenen inom sociologin: förekomsten av självuppfyllande profetior eller förväntningar. (Det är fenomenet av denna typ som gör den sociala konstruktivismen rimlig och substantiell, enligt min mening.) Paradexemplet är tesen om bankkrisen. Om folk tror att en bank skall gå omkull tar de ut sina pengar varvid banken går omkull. Schelling ger en serie liknande exempel. Om folk tror att kaffe är på väg att bli en bristvara blir kaffe en bristvara. Om folk tror att Harwards ekonomiinstitution alltid drar till sig de bästa lärarna kommer Harwards ekonomiinstitution alltid att dra till sig de bästa lärarna. Om alla tror att man måste gå tidigt för att få en sittplats måste man gå tidigt för att få en sittplats. Om folk tror att ingen kan vinna på lotteri två gånger så kommer ingen att vinna på lotteri två gånger. Och så vidare. Schelling menar att dessa och många andra exempel utgör en familj av vissa typiska underliggande mekanismer, och efterlyser en katalog innehållande sociala mekanismer av olika slag.

Jon Elster placerar mekanismbegreppet mellan å ena sidan vetenskaplig lag, eller laglik generalisering, och å den andra rena beskrivningar. Mekanismer kan vara sanna eller verksamma *ibland*. De är orsaksmönster som är lätta att identifiera men som utlöses under ofta okända villkor eller med obestämda konsekvenser. Efter denna avgränsning urskiljer, diskuterar och illustrerar Elster olika typer av meka-

nismer, oftast gällande villkor för och effekter av individuella val såsom olika former av dissonansreduktion genom önsketänkande eller anpassning av preferenser (sura rönnbär), kompensationsmekanismer, med mera. En av de mer intressanta mekanismerna är vad Elster kallar typ B, som betecknar förhållandet att två kausalkedjor påverkar en oberoende variabel i olika riktningar vilket ger en obestämmd nettoeffekt, till exempel ingen effekt alls. Elster använder denna typ av mekanism för att illustrera svårigheterna att skilja kausalitet från korrelation i statistiska förklaringar, t ex förhållandet att en svag aggregerad effekt kan vara resultatet av men dölja två starka men motsatta effekter på en mindre aggregerad nivå.

Gudmund Hernes godtar inte Elsters avgränsning av mekanismbegreppet. En mekanism behöver inte vara mindre generell än en lag, skillnaden är att samhällsvetenskapliga mekanismer har begränsad tillämpbarhet vad avser verkliga samhällsprocesser. Hernes drar alltså en skarp demarkation mellan studiet av naturen och av det sociala, och diskuterar sedan de nödvändiga antaganden samhällsvetare gör om sina studieobjekt. Vi studerar aldrig verkligheten i ren form utan våra egna konstruktioner, bilder av den samhälleliga verklighetens element. Aktörer, vad Hernes kallar Humanoider, är "teoretiska stuntmen" som utför handlingar som verkliga och vanliga människor aldrig skulle kunna förmå. En typ av antagande eller konstruktion är den rationelle humanoiden som ständigt kalkylerar i syfte att främja sina intressen, en annan den kognitive som lär sig av omgivningen, en tredje den emotionelle som reagerar känslomässigt på situationer. På liknande sätt är det med konstruktionen social struktur. En social mekanism består av två abstrakta element, antaganden om elementen aktör och struktur, och används för att förklara sociala företeelser. Till skillnad från de flesta övriga bidrag godkänner Hernes *strukturella* mekanismer, som är förklaringar i vilka det inte behövs något antagande om individen. Strukturen är så stark eller överväldigande att det inte spelar någon roll vilka antaganden som görs på individnivån; individen har "kollapsat" i sådana förklaringar. Hernes använder en serie exempel för att visa hur olika mekanismer används vid sociologiska förklaringar, bland andra Marx och Webers teorier.

Raymond Boudon är en av de metodologiska individualister som är skeptiska till den rationella valteorin. Boudon beskriver några av denna teoris anomalier, såsom dess svårigheter att förklara *free rider*-paradoxen, människors röstningsbeteende med mera. Det grundläggande felet med teorin om rationella val är enligt Boudon att den är för snäv eftersom den endast godtar en typ av skäl till val av handling; beräkning av förtjänst minus kostnad för olika alternativ. Enligt Boudon finns det andra typer av skäl, som han kallar axiologiska och som kan vara intuitiva, omedvetna, bygga på felaktiga trosföreställningar osv. Även denna typ av faktorer kan utgöra starka skäl till handlingar, och som kontrast till rationella valmodellen stäl-

ler Boudon därför sin egen, mer omfattande "kognitiva modell" av individen.

Diego Gambetta visar genom illustrationer från olika typer av forskning att sociala mekanismer ofta uppträder sammanlänkade. Tyler Cowen diskuterar förekomsten och betydelsen av sociala mekanismer i ekonomi, medan Timor Kuran tar upp frågan om vilka mekanismer som styr dissonansreduktion, t ex hur en individ löser de spänningar som uppstår då han/hon omfattar motsatta värden och preferenser. I en mycket intressant men förhållandevis snårig analys visar Arthur Stinchcombe att tre synbarligen olika institutioner som elituniversitet, företag och nationalstater kan förstås utifrån en enda mekanism; monopolistisk konkurrens. I bokens sista kapitel undersöker Peter Hedström den sociala mekanismen imitation, speciellt hur att härma någon annan kan förstås som en viss typ av rationellt beteende.

De två återstående artiklarna berör också mekanismbegreppet men tycks egentligen ha andra syften. Aage Sörenssen gör upp med den kvantitativa eller socialstatistiska forskningen inom modern sociologi, som han menar har degenererat till teorilöst datainsamlade för dess egen skull. Kvantitativ sociologi styrs av de avancerade statistikprogrammets möjligheter, inte av genuina sociologiska frågeställningar. Orsaken till detta är enligt Sörenssen att det har blivit för lätt att utföra exempelvis multivariat analys med mängder av variabler och observationer. Datamaskinerna tillåter sociologen att "ta hänsyn till alltför många variabler samtidigt och ställa ofta meningslösa frågor om variabelers relativa betydelse." (241) Inom kvantitativ sociologi råder teoretisk fattigdom, det vill säga: "en fascination, för att inte säga besatthet, vad avser statistiska modeller ... på bekostnad av behovet att utveckla sociologiska modeller" (239).

Sörenssen kontrasterar med tiden före datamaskinerna, då kvantitativ sociologi använde hålkort vilket innebar att endast ett fåtal variabler kunde ingå i analysen. Detta betydde att sociologen var tvungen att noga välja vilka variabler som skulle vara med. Sådana val måste ske utifrån funderingar och teorier om relevans, dvs teorier om vilka sociala processer och mekanismer som *de facto* kan orsaka de fenomen som skulle förklaras. Därmed tvingades teori in i den kvantitativa sociologin som en naturlig del, och därmed fanns det en naturlig koppling mellan teori och data. Enkla korstabuleringar och procentberäkningar är ofta bättre redskap för teoriutveckling än de additiva statistikmodeller som ligger till grund för modern variabelanalys.

Slutligen har vi Axel van den Berg, som inleder med den gamla distinktionen mellan ideografiska och nomotetiska forskningsideal. Dagens sociologer är i den symboliska interaktionismens och etnometodologins anda begejstrade i lokala, mikrosociologiska, tolkande, etnografiska studier och tycks ha släppt alla generaliserande anspråk. De sociologer som trots allt fortfarande drivs av generaliserande makro-



sociologiska ambitioner har att vända sig till – inte teoriutveckling avseende mekanismer som förklarar sociala processer utan något annat, nämligen de grandiosa begreppssystem som söker ta hänsyn till och lägga till rätta hela serier av ontologiska, epistemologiska och andra villkor för korrekt sociologisk verksamhet. Den senare typen av sociologiskt teoretiserande är objektet för van den Bergs bidrag. Han tar upp fyra av de mest lästa, Habermas, Bourdieu, Giddens och Alexander, och försöker finna själva grundbulten i deras omfattande produktion, vilket inte är någon lätt uppgift. Han kallar vid flera tillfällen läsningen av dem för ren tortyr, driver med deras högstämda pretentioner och är i största allmänhet ohövlig mot dessa sociologins titaner.

Alla fyra kritiserar för att inte försöka avge egentliga sociologiska förklaringar. Habermas yttersta syfte är överhuvudtaget inte sociologiskt utan moralfilosofiskt, nämligen att finna medel för att skilja mellan de goda och de onda krafterna i samhället, dvs livsvärlden och det kommunikativa handlandet versus systemvärlden och det instrumentella förnuftet, där de senare onda krafterna koloniserar de förra. Bourdieus försök att lösa dikotomierna mellan objektivism och subjektivism och mellan struktur och aktör med habitusbegreppet trasas brutalt sönder. Van den Berg hävdar att Bourdieus funderingar, i den mån de över huvud taget är begripliga, på sin höjd omformulerar frågan men inte kommer en millimeter närmare dess lösning. Giddens struktureringsteori röner samma öde; motsättningen mellan struktur och aktör, som Giddens vill lösa med sin egen struktureringsteori, är i grunden inget annat än en trivialitet. Alexanders ”multidimensionella” sociologi, som i slutändan endast hävdar att de flesta sociologiska infallsvinklar har något att komma med, är i grunden inte heller något annat än ett komplicerat sätt att säga – i stort sett ingenting. Van den Berg sammanfattar att ”komplexitet och obegriplighet tycks vara rena tillgångar” vad gäller denna form av teoretiserande. Och det är ju möjligt att den kausala mekanism som drivit många sociologer mot det ideografiska idealet, dvs mot konkreta, lokala, berättande, icke-teoretiska former är just ett avståndstagande från vad som alltför ofta missuppfattats som sociologisk teori.

Sammanfattningsvis är denna bok rik på uppslag i det att den pekar ut ett klart alternativ till rådande sociologiska trender genom att med enfass hävda att sociologin måste sträva efter att vara en förklarande vetenskap. Inget av bidragen faller ur ramen utan alla författare har verkligen något att säga, vilket är ovanligt för antologier. Att författarna driver starka teser innebär samtidigt att det finns en hel del invändningar att resa. En gäller den genomgående, häpnadsväckande idealistiska definitionen av ”mekanism”; en mekanism befinner sig inte ute i verkligheten utan är forskarens mentala konstruktion. En annan gäller avsaknaden av metodologisk diskussion; identifieringen av mekanismer framställs som i stort sett oproblem-

tiskt. Men jag skall inte gå närmare in på dessa invändningar här utan nöjer mig med följande påpekande.

De flesta av bokens författare är noga med att bekänna sig till den metodologiska individualismen (MI). (Undantagen är Hernes och Stinchcombe.) Detta betyder, enligt Hedström och Swedberg, att mekanismer endast förekommer på individnivå; "makromekanismer" förekommer överhuvudtaget inte. Gambetta gör samma demarkation: "mekanismer är hypotetiska kausala modeller som klargör *individuellt* beteende" (102, emfas i original). Detta är en onödig och opåkallad inskränkning, ett sätt att stympa mekanismbegreppets användningsområde. Det är ju inte så att det råder konsensus kring MI - tvärtom är troligen de flesta sociologer inte alls övertygade om denna metodologis förtjänster utan fortsätter obekymrat att arbeta makrosociologiskt och att identifiera kausala mekanismer på makronivåer. Dessutom finns det mängder av litteratur som påvisar MIs brister - förutom modern litteratur räcker Durkheims *Sociologins metodregler* långt. En praktisk och måhända störande konsekvens av MI, stark som svag, torde vara att den franska traditionen från Durkheim till Bourdieu, samt större delen av den marxska och weberska, åker ut genom fönstret tillsammans med t ex nyinstitutionalismen, "world systems analysis" (Wallerstein), systemteori (Luhmann), för att bara nämna de mest uppenbara. Så om man vill agera vetenskapligt rationellt så bör man nog ge sig tid till att ange varför man anser argumenten mot en universell MI vara ogiltiga.

Inom sociologins ramar måste det vara möjligt att studera *betingelserna* för social handling i termer av kausalitet. MI-programmet erkänner endast toppen av ett isberg. I den aktuella boken serveras man också litet väl många exempel på individuella valsituationer av ordspråkskaraktär ("rönnbären är sura sade räven"). Man bygger en slags psykologiserande diskurs utifrån de olika dilemman människor kan befinna sig i och hur dessa kan lösas genom exempelvis "kognitiv dissonansreduktion." Det "empiriska underlaget" tycks ofta bestå av introspektion. Det är också psykologer som Leon Festinger som förser MI-diskursen med flest kausala mekanismer; Festingers psykologi framträder som förebild eller paradigm för den sociologiska versionen av MI.

Det är synd att man infört denna stympling av ett i övrigt intressant program för sociologins framtida utveckling. Med detta förbehåll vill jag åter understryka att Hedströms och Swedbergs bok är bra och väl värd att diskutera vidare.

THOMAS BRANTE  
Sociologiska institutionen,  
Lunds universitet

**Referenser**

Ahrne, G. (1997) "Vad hände på åttioalet?". *Sociologisk forskning* 1-2 .

Giddens, A. (1996) *In Defence of Sociology*. Cambridge: Polity Press.

Levine, D. (1997) "Social Theory as a Vocation. Engaging with Future Challenges". *Perspectives. The ASA Theory Section Newsletter*. 19(2).

## RECENSION

**Rolf Lidskog (red) (1998): Kommunen och kärnavfallet. Svensk kärnavfallspolitik på 1990-talet. Stockholm: Carlssons.**

Sverige har idag 12 kärnkraftsreaktorer i drift, fördelade på de fyra kärnkraftverken i Barsebäck, Forsmark, Oskarshamn och Ringhals. Dessa reaktorer, av vilka den första togs i drift 1972, svarar för cirka hälften av elkraften, eller närmare 15 procent av det totala energibehovet i landet. Kärnkraften blev under 1970-talet föremål för en intensiv debatt, som än idag kastar sin skugga över den svenska energipolitiken. Debatten kom att rymma flera olika dimensioner, men den kanske mest framträdande av dessa var frågan om hanteringen av det utbrända kärnbränslet: hur skulle man kunna ta ansvar – moraliskt, politiskt och teknologiskt – för produktionen av radioaktiva och giftiga ämnen som måste hållas åtskilda från allt liv under tiotusentals år, ett problem som därmed vältrades över på kommande generationer under en oöverskådlig tidsrymd? Från det mest kärnkraftskritiska lägret ställdes frågan om inte detta problem var något av "vår tids alkemi", ett problem som var omöjligt att lösa enligt fysikens lagar.

Oavsett hur den svenska kärnkraftens framtid kommer att se ut återstår problemet med den slutliga hanteringen av det utbrända kärnbränslet. Denna kärnkraftens "akilleshäla" behandlas i en nyligen utkommen antologi, *Kommunen och kärnavfallet*, redigerad av Rolf Lidskog vid Högskolan i Örebro. Lidskog har tidigare gjort flera studier av sociala och politiska konflikter kring lokaliseringen av radioaktivt avfall. I ett inledande kapitel ger Lidskog en utmärkt och lättillgänglig introduktion av den svenska kärnkraftens historia, vilken utmynnar i en mer ingående redogörelse för avfallsproblematiken och dess politiska dimensioner.

Problemet med det utbrända kärnbränslet kom att intensifieras i samband med den så kallade villkorlagen som stiftades av den borgerliga trepartiregeringen 1977, vilken i grova drag stipulerade att ingen ny kärnkraftsreaktor fick laddas om inte ägaren kunde visa hur och var en helt säker slutlig deponering av det högaktiva avfallet kunde ske. Kärnkraftsindustrin svarade snabbt genom det gemensamma bolaget SKB (Svensk Kärnbränslehantering AB) som tog fram en första metod för att efter upparbetning slutförvara det utbrända kärnbränslet i berggrunden. Den föreslagna metoden – hur-frågan – har modifierats under årens lopp. Den nu aktuella metoden för så kallad "djupförvaring" går i grova drag ut på att det utbrända bränslet i icke upparbetad form ska kapslas in i kopparbehållare omgivna av block

av bentonitlera som placeras på 500 meters djup i berggrunden. Vad som ännu idag återstår, och vad som av SKB betecknas som den mest problematiska frågan på kärnavfallsområdet, är att finna en lämplig geografisk placering för detta djupförvar. Men detta problem handlar nu inte i första hand om geologiska faktorer, utan om att finna en kommun där det finns *politisk acceptans* att ta emot ett djupförvar; man har i detta och i liknande sammanhang ofta kommit att tala om det så kallade NIMBY-syndromet: *Not-In-My-BackYard!*

1992 började SKB att söka efter kommuner som ställde sig positiva till en vidare undersökning, och har sedan dess genomfört eller håller på att genomföra så kallade *förstudier* – man skulle kunna säga politiska provborrningar – i fem kommuner. I några av dessa kommuner har frågan givit upphov till stora konflikter, medan den i andra kommuner förefaller ha varit betydligt mindre kontroversiell. Två av de aktuella kommunerna, Malå och Storuman, har efter lokala folkomröstningar valt att inte gå vidare i processen: de som nu återstår är Nyköpings, Oskarshamns och Östhammar kommun (i vilka redan bedrivs olika former av kärnteknisk verksamhet).

Per Hedberg och Göran Sundqvist, båda vid Göteborgs universitet, presenterar i sitt bidrag i antologin en enkätundersökning av 1100 oskarshamnsungdomars (15–30 år) inställning i kärnavfallsfrågan. Särskilt vill man belysa hur ungdomarna uppfattar relationen mellan expertberoende och medborgarinflytande: vilka grupper i samhället anser ungdomarna har inflytande över de viktiga besluten, och vilka grupper anser de borde ha det? Resultaten är, som författarna framhåller, inte helt enkla att tolka. Tydligt är att ungdomarna har stort förtroende för grupper som forskare, SKB och statliga myndigheter, samtidigt som man anser att medborgare och miljöorganisationer borde ha större inflytande än de nu har. Hedberg och Sundqvist ställer vidare frågan om den unika erfarenhet som Oskarshamnsborna redan har av kärnteknisk verksamhet medför att man har en annorlunda attityd till en slutförvaring i den egna kommunen än man har i övriga landet. Resultatet av undersökningen visar entydigt att oskarshamnsungdomarna är mer välvilligt inställda till en slutförvaring i den egna kommunen än genomsnittet av svenska ungdomar (37 procent mot 6 procent).

Sammantaget blottlägger studien en rad viktiga dimensioner som kommer att påverka kommunmedborgarnas villighet att acceptera ett djupförvar. Av dessa framstår frågor om tillit till expertkunskap samt frågor om medborgerligt inflytande som särskilt centrala. Bristen i dessa faktorer kan, menar författarna, ge upphov till konflikter som resulterar i en minskad acceptans. Politikerna i Oskarshamn tog också intryck av de misstag som man ansåg hade begåtts i Storuman. Man försökte att i högre grad skapa en bred diskussion i kommunen innan beslutet om en förstu-

die fattades, och man strävade efter att inta en tydligare och mer oberoende roll gentemot SKB.

I Överkalix kom, till skillnad från i de övriga kommunerna, någon förstudie aldrig till stånd. Efter en långdragen konflikt med intensiva protester drogs förslaget tillbaka innan något beslut hunnit fattas. Patrik Olofsson och Evert Vedung vid Uppsala universitet söker i sitt bidrag genom en analys av en rad olika faktorer i diverse käll- och intervjumaterial förklara utgången av detta händelseförlopp. Avgörande för att det inte blev något positivt beslut om en förstudie i Överkalix, menar man, var det sätt på vilket samspelet mellan den kommunala beslutsprocessen och motopinionsrörelsen utvecklade sig. I Överkalix initierades förstudiefrågan inom det socialdemokratiska partiet medan de övriga politiska och kommunala organen hölls utanför processen. En kraftig opposition och en aktionsgrupp tog snabbt form. Situationen blev än mer infekterad av de ledande politikernas sätt att manipulera processen, till exempel genom att man försökte få igenom ett positivt beslut samma dag som motionen lades, och att man på olika sätt nonchalerade aktionsgruppens initiativ. Till sist bildades en oppositionsgrupp inom det egna partiet, och motionen fick dras tillbaka.

Bidraget ger "mellan raderna" en detaljerad inblick i händelseförloppet i de respektive kommunerna, men ansatsen att göra upp med raden av tänkbara externa förklaringsfaktorer känns ibland aningen ytlig. Det hade däremot varit spännande att få dessa kontrasterade mot en nypa kritisk reflektion kring de politiska resonemang som fördes, såväl av politiker som av medborgare och övriga aktörer i kommunen. Tillbaka till *förståendesociologin*: var kommer de olika motiv och intressen in, som i grunden måste ligga bakom ett socialt och politisk ställningstagande?

Ett par av de mer kritiska inslagen i antologin kommer från två mediaforskare vid Umeå universitet. Annika Sjölander har studerat hur de två TV-nyhetsprogrammen *Rapport* och *Nordnytt* behandlat händelserna i Storuman och Malå. Studien bygger på en ingående innehållsanalys av totalt 60 inslag i de respektive nyhetsprogrammen under tiden mellan 1993 och 1996. Sjölander fokuserar framförallt på massmedias roll som opinionsbildare och som mötesplats mellan expertsamhället och den breda allmänheten. Frågor om kunskap, legitimitet och tillit är här av central betydelse. Från att ursprungligen ha dominerats av tekniska och geologiska kriterier, har SKB:s arbete med lokaliseringsfrågan sedan 1990-talets början kommit att fokusera alltmer på informations- och opinionsfrågor. Grunden för de stora moderna expertsystemen vilar inte på teknik allena, utan kräver sitt mått av samhällelig legitimitet. I detta sammanhang blir det uppenbart hur medierna, och särskilt nyhetsmedierna, också kan ses som möjliga maktinstrument i kampen om medborgarnas uppmärksamhet och föreställningar. Vilka frågor som får uppmärk-

samhet, hur dessa nyheter rapporteras, vilka aktörer som kommer till tals etc, får en avgörande inverkan på den bild allmänheten kan göra sig av problemet. Sjölander konstaterar bl a att i nyhetsinslagen definieras kärnavfallsfrågan i traditionell motbildsjournalistisk anda som en konfliktfråga, där motsättningen mellan förespråkare och motståndare framställs och dramatiseras i en tämligen förenklad form, samtidigt som mediebildens av själva den tekniska problematiken förblir förhållandevis mångtydig. Vad den senare gäller framgår också hur journalisterna ofta har svårt att förhålla sig självständigt och kritiskt till sina källor. Samtidigt som t ex SKB utgör en tydlig part i målet, redovisas företagets förstudieresultat som obestridliga fakta i nyheterna.

Olle Findahl skärper i sitt bidrag fokus på mediernas förhållande till frågan om demokratin: ”en förutsättning för en levande demokrati är en välinformerad allmänhet”, inleder han, och ställer som utgångsfråga i vad mån allmänhetens rätt till information och kunskap när det gäller lokaliseringsfrågan i Malå kommun verkligen tillgodosetts genom mediautbudet. Medierna har enligt Findahl tre centrala uppgifter: en speglande, att fungera som mötesplats för olika åsikter och att låta olika opinioner komma till tals; en kritisk, att granska de åsikter, argument och fakta som framförs; samt en folkbildande, att göra de aktuella frågorna begripliga genom att ge bakgrund och sammanhang till dessa.

Findahls varnande slutsats av sina undersökningar av den massmediala bevakningen av avfallsfrågan i Malå kommun, är att den kritiska granskningen och folkbildningen lyst med sin frånvaro i medierna när det gäller kärnkraften och kärnavfallet. Inte minst i ett samhälle som har att ta ställning till en lång rad risk- och miljöproblem behövs en förmedlande länk mellan allmänheten och vetenskapssamhället, skriver han. ”Risknyheter” får inte bara uppfattas som ”konfliktnyheter” om allmänhetens förtroende för massmedia ska kunna bestå i längden.

Sammanfattningsvis är *Kommunen och kärnavfallet* en mycket välkommen antologi, som torde kunna vara av värde såväl för samhällsvetare som för alla dem som på ett mer praktiskt plan är intresserade av kärnavfallsfrågan eller andra frågor som rör det moderna samhällets risker och de sociala och politiska konflikter dessa ställer i fokus. Bidragen är väl integrerade med varandra, vilket också förstärks av bokens inledning. På vissa ställen förekommer en del onödiga korrekturfel, och man kunde kanske ha önskat en något mer utförlig redovisning av de statistiska data man presenterar, till exempel vad gäller signifikansvärden och faktoranalys.

PER LINDQUIST

Tema Teknik och social förändring

Linköpings universitet

## INKOMMEN LITTERATUR 3-4/98

Följande litteratur har inkommit till redaktionen. Om du önskar recensera någon av dessa, hör av dig till redaktionen så sänder vi boken till dig. Vissa av böckerna kan redan vara "bokade".

Bolin, G (1998) *Filmbytare. Videovåld, kulturell produktion och unga män.* (avhandling) Umeå: Borea.

Franzén, M (red) (1998) *Från flygdröm till swingscen. Ungdom och modernitet på 1930-talet.* Lund: Arkiv.

Gähler, M (1998) *Life After Divorce.* (avhandling) Stockholm: Stockholms universitet.

Jerkeby, S (1998) *Slutna cirklar. Om civila motståndsrörelser i Norge och Danmark 1940-45.* (avhandling) Karlstad: Försvarshögskolan.

Järvinen, M & Bertilsson, M (1998) *Socialkonstruktivism. Bidrag til en kritisk diskussion.* Köpenhamn: Hans Reitzels Forlag.

Jönson, U (1998) *Tiden gav dem ett värdigt liv.* Stockholm: Carlssons.

Lewin, C (1998) *Uppfostringsanstalten. Om tvång i föräldrars ställe.* (avhandling) Lund: Arkiv.

Lindberg, E (1998) *Att välja döden. En socialpsykologisk studie av livs(o)vilja.* (avhandling) Stockholm: Carlssons.

Räftegård, C (1998) *Pratet som demokratiskt verktyg. Om möjligheten till en kommunikativ demokrati.* (avhandling) Gidlunds förlag.

Saugstad, P (1998) *Psykologiens historie. En innføring i moderne psykologie.* ad Notam Gyldendal.

Skog, O-J (1998) *Å forklare sosiale fenomener. En regresjonsbasert tilnærming.* ad Notam Gyldendal.







## **ANVISNINGAR TILL FÖRFATTARE**

Sociologisk Forskning är en kvartalstidskrift som utges av Sveriges Sociologförbund. En förutsättning för publicering i Sociologisk Forskning är att uppsatsen inte redan är publicerad, eller under bedömning för publicering, av annan tidskrift eller annat förlag.

### **Uppsatser**

1. Sänd in tre exemplar av ditt manuskript till tidskriftens redaktör. Manuset ska vara skrivet med dubbelt radavstånd, försett med goda marginaler samt i sin helhet inte överstiga 10 000 ord (cirka 25 A4 sidor). Om inte annat avtalats med redaktionen ska uppsatsen vara författad på svenska.
2. Redaktionen sänder varje uppsats till två anonyma granskare för bedömning. Av det skälet ska endast titel anges på uppsatsens första sida. På separat blad anger du uppsatsens titel, författarnamn samt adress till vilken redaktionen ska sända sin korrespondens.
3. Manuskriptet ska innehålla ett engelskt abstract om 150–200 ord. Du som författare ansvarar för dess språkgranskning.
4. Noter ska vara placerade i slutet av uppsatsen, före litteraturlistan.
5. Tabeller och figurer bifogas på separat blad och i texten ska anges var de ska placeras.
6. Litteraturhänvisningar görs enligt följande: (Giddens 1991: 201) eller Giddens (1991: 201). Litteraturlistan utformas enligt följande:

### **Bok**

Lash, S. & Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*. London: SAGE.

### **Artikel**

Beck, U. (1992) "From industrial society to risk society: Questions of survival, social structure and ecological enlightenment", *Theory, Culture & Society* 9 (2):97–123.

### **Kapitel i bok**

Giddens, A. (1994) "Brave New World: The New Context of Politics", s 21–38 i Miliband, D. (red.) *Reinventing the Left*. Cambridge: Polity Press.

Artikelförfattare erhåller tre exemplar av numret.

### **Recensioner**

Sociologisk Forskning publicerar recensioner av nyutkommen litteratur av sociologisk relevans. Recensionen bör omfatta max 2 500 ord (cirka 5 A4 sidor, dubbelt radavstånd). Litteraturhänvisningar i recensionen ska förtecknas i en litteraturlista.

## ARTIKLAR

Jansson: Smakernas begränsade frihet: Om kulturindustrins makt över sin publik

Ekecrantz: Modernitet, globalisering och medier

Rasmussen: Nærværets moral i distansenes verden

Löwander: Rasism och antirasism på dagordningen:  
Studier av televisionens nyhetsrapportering i början av 1990-talet

Ganetz: Medier och (populär)kultur

Eide: Det journalistiske mistaket

Ekström: Attraktionens tv-journalistik

Svensson: Mediekritik och mediemakt: Bidrag till en kartering av mediekritikens fält

## ESSÄ

Economou & Forstorp: Bourdieus moraliska panik