

# KRONIKKEN

## Invitation til mediesociologi

Af Anker Brink Lund

**M**edie-sociologi er en af de bindestreghsvideenskaber, der er blevet stedmoderligt behandlet i dansk samfundsvideenskab. Ganske vist tales der ved højtidelige anledninger bekymret eller nysgerrigt om massemediernes betydning for den sociale sammenhængskraft i moderne samfund. Men kun i en relativ kort periode under første generation af sociologstudiets omtumlede danske historie stod medier og nyhedsformidling højt på dagsordenen som genstandsfelt for konkret samfundsforskning. Det resulterede bl.a. i Torben Bo Jansens oversigtsværk *Massekommunikationsmidler i Danmark* (1967) og en lang række analyser af medier og valgkampe (Siune 1984).

Med undtagelse af sektorforskningen i Danmarks Radio har dansk samfundsvideenskab i en længere årrække vendt ryggen til medierne og rettet opmærksomheden mod konkurrerende former for bindestreghsociologi. "Ideologiproducenter" som massemedier blev overladt til kultursociologerne, som dog også gennemgående har haft andre forskningspræferencer. Samfundsvideenskabene forærede så at sige mediesociologien til tekstvideenskabene. Karakteristisk er det således, at den hidtil eneste danske bog med „Mediesociologi“ på titelbladet blev udgivet af to magistre i filmvideenskab (Micael Bruun Andersen & Jørgen Poulsen 1974).

Nu da den sociologiske interesse for medieforhold igen er i vækst, må kommende udøvere af disciplinen søge inspiration hos udenlandsk mediesociologi, f.eks. Berkowitz (1997), Marris & Thornham (1999) og Schudson (1995). Men desværre er det langt fra altid muligt umiddelbart at overføre modeller og analyser fra udenlandsk mediesociologi til danske forhold. Så det er klogt også at orientere sig hos hjemlige humanister, der har holdt gryden varm i den mellemliggende tid.

Vil man danne sig et hurtigt overblik, er en anbefalelsesværdig begyndelse antologien *TV2 på skærmen* (2000), der giver et rimeligt dækkende indtryk af tekstvideenskabernes styrker og svagheder på dette område.

## Humanistiske tekstanalyser

I indledningskapitlet skitserer redaktorerne (Hanne Bruun, Kirsten Frandsen og Henrik Søndergaard) den politiske baggrund for etableringen af TV2 med hovedsæde på Kvægtorvet i Odense anno 1988. Den internationale udvikling på medieområdet gennemgås i hovedtræk med særlig vægt på teknologiske innovationer. Mediepolitisk fremhæves Det radikale Venstres rolle som mediepolitisk formidler mellem borgerlige ønsker om tv på markedsvilkår og Socialdemokratiets forsøg på at fastholde licensfinansieret public service. TV2 karakteriseres rammende som „en bastard født af en enlig mor“ med et citat fra den senere TV2-direktør Jørgen Flindt Petersen.

Derefter byder antologien på et bredt udvalg af case studier. Først karakteriserer Henrik Søndergaard TV2 som en hybridkanal. Han vælger at belyse udviklingen ud fra såkaldte „branchelogikker“, som alle tv-kanaler uanset organisation må forholde sig til. Disse logikker modificeres strategisk præget af strukturelle faktorer: ejendomsforhold, finansieringsform, politiske privilegier og programforpligtelser. Søndergaard konkluderer, at TV2 ikke primært har set det som sin opgave at holde de kommercielle konkurrenter fra døren, men derimod at bremse DR's fremgang. Det har ført til, at TV2 og DR „ligner hinanden mere end ønskeligt ud fra et alsidighedsperspektiv“. Til gengæld har konkurrencen fungeret „som katalysator for fornyelse af public service“ – uden at det defineres nærmere.

Jørgen Stigel sætter fokus på tv-rekla-

men og dens betydning for programfladen. Han påviser, at den politiske regulering af reklamen løses trin for trin. Han analyserer også den stadig stigende „egenreklame“ i form af forskræp og teasere, der fastholder seerne i forventning om kommende TV2-tilbud. Men den markedsdikterede gentagelse indebærer også en risiko for at trætte og irritere publikum. Derved får finansieringsformen konsekvenser for TV2s øvrige indhold – uden at Stigel dog konkret diskuterer disse sammenhænge.

Per Jauert og Ole Prehn beskæftiger sig med TV2s regionale programmer. Denne særegne konstruktion udgik fra et politisk påbud, som tvang hovedkanalen til et tæt samarbejde med otte uafhængige regionalstationer. Der var oprindeligt en udpræget „regional-skepsis“ i TV2s centrale ledelse. Det hævdes, at de bitre konflikter mellem center og periferi gradvist er bilagt, så de regionale programmer nu fremstår som et integreret led i TV2s programprofil. I analyserne fremdrages en række strukturelle og strategiske årsager til denne udvikling. Desuden fremhæves forskelligheden regionerne imellem som et tegn på, at det faktisk er muligt at fastholde programmæssig egensindighed og lokal identitet på trods af almene medielogikker og økonomisk afhængighed af reklamer. I den forbindelse er det ærgerligt, at forfatterne ikke har hentet inspiration fra sociologiske lokalsamfundsstudier.

Stig Hjarvard tager sig af nyhedsformidlingen i TV2. Efter en „tumultagtig og uprofessionel“ start fandt TV2-Nyhederne gradvist en form, som henviste konkurrenterne i DR til en permanent andenplads målt i seerandele. Hjarvard redegør på overbevisende måde for den systematiske brug af nærhedsprincippet som en afgørende faktor i denne udvikling. TV2-nyhedschef, Jens Gaardbo, citeres for mottoet „Det omvendte OBS“, det

vil sige oplysning til samfundet om borgerne - i modsætning til statsradiofonel oplysning af borgerne om samfundselitens autoritative beslutninger. På den baggrund konkluderes, at nyhedsdækningen har bidraget stærkt til, at de to danske tv-stationer tilsammen har fastholdt en massiv brugerloyalitet. Således har den journalistiske fortælleform, som Hjarvard rammende kalder „den populistiske skabelon“, vist sig effektiv til at fastholde seernes opmærksomhed i krydsfeltet mellem „elite og magthavere“ - en modsætning, der dog ikke her underkastes sociologisk analyse.

Kirsten Frandsen tager tv-sporten under kærlig og kritisk behandling. Det understreges, at sportsstoffet ikke fra politisk hold var tiltænkt nogen nævneværdig rolle i TV2s programudbud. Frandsen påviser, hvordan udviklingen på dette område reflekterer internationale tendenser. Konkurrencen om eksklusive rettigheder på sportsbegivenheder i ind- og udland har fordyret de direkte transmissioner. Samtidig er reklame og sponsering blevet mere tydelige i tv-billedet. TV2s placering som hybrid mellem markedsstyring og public service har derfor givet anledning til konflikter om programdispositioner, der ikke altid har svaret til toneangivende kulturpolitiske forudsætninger. De sociologiske aspekter ved disse konflikter berøres desværre kun i begrænset omfang, ligesom der heller ikke reflekteres over den journalistiske prioritering af snak og kontra billeder af sportslig *action* på skærmen.

Derefter er det TV2's dokumentarprogrammer, der tages under tekstanalytisk behandling ved Ib Bondebjerg. Fænomener som *reality-television* og *docu-light* spiller en stadig større rolle i fjernsynsuniverset, men TV2 har gennemgået valgt at holde fakta og fiktion hver for sig, hævdes det. Det tages som udtryk for mod til at afvise det sensationsprægede og æsti-

serende til fordel for det oplysende og informative. Især bestræbelser på at give et regionaliseret og differentieret billede af livsformer i udkant-Danmark fremhæves som en public service kvalitet. Vi får mange konkrete oplysninger om enkeltprogrammer, men sidder alligevel tilbage med en fornemmelse af mangel på overblik. Centrale sociologiske spørgsmål om den samfundsmæssige funktion af kritisk dokumentarisme berøres kun indirekte.

Analyserne af fiktionsprogrammer er overdraget Poul Erik Nielsen. De originalt producerede tv-serier *Hjem til fem*, *Strisser på Samsø* og julekalendere for voksne fremhæves som banebrydende bidrag af nyskabende art. Som en implicit kritik i fremstillingen indgår, at TV2 - især i sine første leveår - prioriterede dansk tv-fiktion meget lavt. Import af engelsksprogede serier begrundes ikke kun i lavere pris, men også i dramaturgiske og æstetiske kvaliteter. Der lægges op til sociologiske diskussioner under overskrifter som „Den kulturelle arv“ og „Den moderne familie“. Men vi får til gengæld ingen analyser af TV2's modsætningsfyldte samspil med uafhængige tv-producenter, der blev stillet guld og grønne skove i udsigt under kulturpolitiske slagord som „entreprisemodell“ og „monopolbrud“ på fiktionsfronten.

Sociologisk set er der mest tankegods i Hanne Bruuns afsluttende kapitel om „snakkeprogrammer“. Med *Eleva2ren* som flagskib har TV2 haft meget at byde på i denne genre. Ti års eksperimenter med talkshow-genren giver grundlag for almene og nuancerede konklusioner. Hanne Bruun kobler bl.a. sit tekstvidenskabelige analysearbejde sammen med forsøg på segmentering af publikum og socialpsykologiske overvejelser om det komplekse nærvær, fjernsynet tilbyder seerne. Analysearbejdet sammenfattes i grebet „Selskabelighed“ som centralt

indholdselement i et modsætningsfyldt samspil mellem munterhed, pænhed og konfliktskyhed på den ene side og provokationer, konfrontationsjournalistik og hundeslagsmål på den anden.

## Kvaliteter og undladelsessynder

Antologien *TV2 på skærmen* er spækket med relevante oplysninger, men det lykkes kun undtagelsesvist at fundere tekstanalyserne sociologisk i en institutionel og samfundsmæssig sammenhæng. Når det kan undre, hænger det sammen med, at også humanister siden de glade 1970'ere har hævdet, at medieforskningens centrum burde ligge uden for medierne selv. Dette diktum har dog kun i begrænset omfang inspireret til perspektivforskydning fra medieindholdets retorik og æstetik til udforskning af medietekster som institutionaliseret diskurs i sociale fortolkningsfællesskaber.

Forfatterne til antologien bekender sig da heller ikke til „en bestemt analytisk eller teoretisk tilgang“. I stedet tilbyder bogen konkrete „læsninger“ af TV2 som kulturpolitisk tekst, så måske har det slet ikke været intentionen at trænge ind under teksternes institutionaliserede overflade. Men hvordan vil redaktorerne da i praksis indløse antologiens eksplicite formål: „hvor TV2 har gjort en forskel“?

Et sådan problemstilling kan næppe løftes ved hjælp af tekstanalyse suppleret med spredte betragtninger om individualiserede modtager-præferencer konfronteret med mediepolitiske slagord hentet på Christiansborg. Den valgte tilgang medfører, at mediernes magtudøvelse og sociale funktion i meningsdannelsen forbliver underbelyste emner, ikke kun i antologien her, men mere alment i dansk medieforskning.

Det kan man dog ikke alene bebrejde de humanistiske tekstanalytikere. De påviste mangler falder i højere grad tilbage

på dansk sociologi, som burde have leveret grundlaget til kontekstualisering af tekstanalyserne. Men her er medier, tekstarbejde og retorik tilsyneladende blevet glemte, selvom tidsskriftet *Dansk Sociologi* på det seneste har rådet lidt bod på undladelsessynden mediesociologisk konkret (Kjerulf Petersen 2000) og alment videnskabssteoretisk (Bertilsson 2000). Men der er masser af konkrete opgaver at tage fat på for fagkyndige sociologer.

Vi mangler bl.a. analytisk forståelse for nøglebegreber som *meningsdannelse*, *organisation* og *autoritet*. Hvor tekstanalytikerne på overbevisende måde kritisk og konkret kan dekonstruere medieprodukter og programflader, tages institutionelt definerede rammer for produktion og organisation for pålydende. Institutionel tekst opnår derved en indiskutabel status, som mangler materielt fundament og kritisk distance - også når indholdsanalyser noget selvovervurderende betegnes som diskursanalyse (Neumann 2000).

## Nye mediesociologer kan begynde her

En måde at tackle det diskursive kontekst-problem har i dansk medieforskning været at fundere konkrete tekstanalyser i almen samfundsteori af sværvægtsklassen. Men *grand theory* slår ikke til ved konkrete analyser af medieproduktion (Lund 1997).

I den forbindelse er der et udækket behov for udvikling af *middle range theory*, der sætter kommunikation ind i samfundsmæssige referencerammer i form af identitetsskabende fællesskaber. Vi har masser af mere eller mindre fordanskede aftapninger af Habermas, Foucault, Bourdieu og Luhmann i dansk medieforskning. Men der er lang vej fra de begrebsgymnastiske skoleridt til konkret social praksis. Der må kunne hentes kvalificerede bidrag fra videnssociologi, organisationssociologi og andre samfundsvi-

denskabelige bindestregsmiljøer.

Uden inddragelse af den slags søkort bliver sejladet i det kaotiske hav af journalistik og strategisk kommunikation sociologisk risikabel. Medieforskningen bliver præget af diffus empiri og modekoncepter tilsat en god portion mediepolitisk naivitet. Et markant eksempel på et sådant forskningsbaseret skibbrud er feticheringen af begreberne *public service* og *mediekonvergens*. Ikke kun i dansk, men mere alment i skandinavisk medieforskning sejler medieforskere dumdrigt under disse bekvemmelighedsflag.

Som modvægt til denne ideologiske ballast kan offentlighedsteori og diskursetik ikke stille meget op. Der må probate midler til, f.eks. hentet i organisationssociologien til analyse af samspil mellem institutioner af såvel kommerciel som skattefinansieret art.

Der er også behov for begrebshygiejne inden for forskningsfeltet *receptionsstudier*. Til forskning af mediemodtagelse har humaniora bidraget konstruktivt med kvalitative metoder og spekulative kategoriseringer. Men konklusioner af typen "seermæssig succes", "diskursiv modmagt" og "lystfyldt nærvær" lader sig vanskeligt operationalisere og teste i en social kontekst. Bidrag fra videnssociologi og værdi-segmentering burde inddrages langt stærkere, end tilfældet hidtil har været.

Der må kort sagt arbejdes med majsomme studier af magt og meningsdannelse institutionelt, relationelt og diskursivt. Analyserne kan gennemføres på alle niveauer af sociale fællesskaber. Vel at mærke ikke som erstatning for humanisternes tekstanalytiske blik på medier og modtagere, men som nødvendig forudsætning for forståelse af tekstproduktion som social praksis.

Desuden ville det være ønskeligt, at fokus i højere grad flyttes fra den kulturelle til den politiske offentlighed - vel at

mærke ikke kun som Christiansborg-politik i snæver forstand. På trods af slagord og gode intentioner har dansk medieforskning sit centrum i medierne som autonome tekstproducenter, selvom tekstarbejde indgår som virkemiddel og produktivkraft i alle dele af samfundet. Disse fundamentale former for social konstruktion er alt for vigtig at overlade til journalister og humanister. Det kræver en aktiv indsats af mediekyndige sociologer.

## Litteratur

- Berger, Peter 1966: *Invitation to Sociology*. Harmondsworth: Pelican.
- Bruun, Hanne, Kirsten Frandsen og Henrik Søndergaard 2000: *TV2 på skærmen - analyser af TV2s programvirksomhed*. København: Samfundslitteratur.
- Berkowitz, Dan 1997: *Social Meanings of News. A Text-Reader*. Thousand Oaks: Sage.
- Bertilsson, Margareta 2000: "Om humaniora og samfundsvidenskab: konkurrencen, konvergens eller hvad". *Dansk Sociologi* 11;4.
- Bruun Andersen, Michael & Jørgen Poulsen 1974: *Mediesociologi: Introduction til massekommunikationsforskning*. København: Rhodos.
- Jansen, Torben Bo 1967: *Massekommunikationsmidler i Danmark*. København: Paludans Fiol-Bibliotek.
- Kjerulf Petersen, Lars 2000: "Hvad er mediesociologi" *Dansk Sociologi* 11;2.
- Lund, Anker Brink 1997: *Smitsomme sygdomme i dansk journalistik*. Munksgaard's Forlag.
- Marrig, Paul & Sue Thornham 1999: *Media Studies. A Reader*. Edinburgh University Press.
- Neumann, Iver B. 2000: "Diskursens materialitet". *Dansk Sociologi* 11;4.
- Schudson, Michael 1995: *The Power of News*. Boston: Harvard University Press.
- Siune, Karen 1984: *Politik og medier*. Århus: Politica.
- P.S.: Efter redaktionens slutning er der kommet endnu et humanistisk bidrag til dansk mediesociologi. Institut for Film & Medievidenskab ved Københavns Universitet har udsendt en årbog med dette emne redigeret af Frank Henriksen.