

Mångfald i medieforskningen

Redaktör Ulla Carlsson

1977-2002
fsmk
föreningen för svensk
medie- och kommunikationsforskning
25år

Symposium
Malmö högskola 24-25 april 2002

NORDICOM-Sverige
Göteborgs universitet
2003

Mångfald i medieforskningen

Nordiska medieforskare reflekterar 4

ISBN 91-89471-17-2

Publicerad av
NORDICOM
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 GÖTEBORG

Redaktör: Ulla Carlsson

© NORDICOM och författarna
Omslag: Roger Palmqvist
Tryck: Grafikerna Livréna i Kungälv AB, 2003

Innehåll

<i>Ulla Carlsson</i>	
Några inledande ord	7
<i>Madeleine Kleberg</i>	
Välkomna till 25 år med SMASSK	11
<i>Sverker Sörlin</i>	
De osynliga medieforskarna. Några tankar om mediesamhället, makten och forskningens uppgift	25
FORSKARE MÖTER FORSKARE	
<i>Peter Esaiasson</i>	
Omedvetna kommunikationsforskare?	35
<i>Erik Hedling</i>	
Filmvetenskapliga utvecklingstendenser. Exemplet "High Concept"	41
<i>Malin Åkerström</i>	
Om en sociologs användning av medier	49
<i>Lennart Weibull</i>	
Forskaridentitet i förändring. Några personliga reflexioner kring svensk medieforskning	57
<i>Birgitta Höijer</i>	
Mångfald i medievetenskapen	63
<i>Göran Bolin</i>	
Medieforskning mellan kultur och samhälle. För en integrativ medievetenskap	71
DEN NYA MEDIEFORSKARGENERATIONEN	
<i>Jesper Falkheimer</i>	
Jag tänker kommunikation, alltså är jag	89
<i>André Jansson</i>	
Tids nog märker man att man vill göra något eget. Om forskarens självförverkligande och fältets förvandling	99
<i>Anna Maria Jönsson</i>	
Mångfaldens välsignelse och förbannelse	109

<i>Amanda Lagerkvist</i>	
Medie- och kommunikationsvetenskapens privilegierade position	119
<i>Annika Sjölander</i>	
Kärnproblemen och medie- och kommunikationsvetenskapen	129
<i>Dino Viscovi</i>	
Kommunikation och praxis. Eller min svenska MKV-historia	147
Författarna	163

Ulla Carlsson

Några inledande ord

Det akademiska systemet befinner sig i ständig utveckling. Gamla ämnen ändrar karaktär och deras betydelse skiftar från tid till annan. Nya ämnen tillkommer. Allt som resultat av många intellektuella och sociala processer. Ämnet medie- och kommunikationsvetenskap är ett relativt nytt ämne som tillkommit genom en sådan process.

För 25-30 år sedan återfanns forskning om medier inom många olika discipliner: statsvetenskap, sociologi, psykologi, pedagogik, historia, litteraturvetenskap, filosofi o s v. Några av de då aktiva forskarna – de vi numera kallar pionjärer – arbetade intensivt under 1980-talet för att få till stånd ett eget ämne.

I pionjärgenerationen fanns forskare som Karl-Erik Rosengren, Kjell Nowak, Stig Hadenius, Karl Erik Gustafsson och Lennart Weibull. Det var forskare som gick från t ex litteraturhistoria och litteratursociologi över kommunikationssociologi till medie- och kommunikationsforskning; från historia över statskunskap och medieforskning till journalistikforskning; från ekonomi över psykologi till masskommunikationsforskning.

Andra tongivande aktörer var FSMK, som nationellt forum för olika forskargrupperns kontakter och Nordicom, som en symbol för det nordiska samarbetet på området. Nordicom som i likhet med FSMK kan fira jubileum i år – det är nästan exakt på dagen 30 år sedan beslutet togs om att inrätta en nordisk dokumentationscentral för masskommunikationsforskning, som sedan fick namnet Nordicom.

Många olika aktörer bidrog alltså till framväxten av det nya ämnet medie- och kommunikationsvetenskap och det var medieforskningens expansion på 1960- och 1970-talen som gav förutsättningar för utvecklingen av ämnet i högskolans grundutbildning när den stora efterfrågan på utbildning kom från studenter och bransch.

Stora delar av forskningen och grundutbildningen fördes samman åren kring skiftet mellan 1980- och 1990-talen i ämnesinstitutioner eller ämnesavdelningar. Universiteten hade att utveckla egna forskarutbildningar. Några år in på 1990-talet var också benämningen medie- och kommunikations-

vetenskap efter internationell förebild infördd på flertalet utbildningsorter, på några ställen med tillägget journalistik. Institutionaliseringen av ämnet hade därmed gått in i en ny fas.

Bakom viljan att bli en egen disciplin – på tvärvetenskaplig grund – fanns en önskan om att bli ett forskningsområde som skulle utveckla en ämnesmässig styrka i gemensamma traditioner, begrepp, metoder och utgångspunkter. Detta var ett resultat av en makroprocess som tidigare hade haft sin motsvarighet i många andra länder både i Europa och övriga världen. En makroprocess som utvecklats som resultat av en lång rad mikroprocesser.

Professurer inrättades och med dem institutioner/avdelningar inom ämnesområdet – i Lund och Göteborg, senare även i Uppsala och Växjö, inom samhällsvetenskapliga fakulteter med starka rötter i sociologi respektive statsvetenskap – i Stockholm, Umeå och nu senast i Örebro och Karlstad inom humanistiska fakulteter på en bredare grundval. Istället för att tala om ämnet som tvärvetenskapligt talar man idag om ett mångvetenskapligt ämne.

Nya ämnen som medie- och kommunikationsvetenskap befinner sig i något av ett dilemma mellan å ena sidan att utveckla en vetenskaplig disciplin som är nationellt och internationellt fruktbar, och å andra sidan förhålla sig öppen och icke doktrinär i förhållande till andra näraliggande discipliner.

Vi vet att institutionaliseringen av ett fält medför, särskilt i uppbyggnadsfasen, en risk för blockering av kommunikation med andra ämnen – det är fråga om en ofrånkomlig avskärmning. Avståndet till de gamla moderdisciplinerna riskerar att med åren bli allt längre. En situation – om än motsatt – som får liknande effekter uppkommer också ofta i de etablerade disciplinerna.

När MKV-institutioner/avdelningar inrättades för drygt tio år sedan valde forskare inom vissa discipliner att – trots en stark medie- och kommunikationsinriktning – stanna kvar inom respektive moderdisciplin. I ett tidigt skede kan ett sådant val vara fruktbart för såväl moderämnet som för MKV-inriktningen. Men det visar sig med tiden och med nya generationer att det ofta blir allt svårare att bevara identitet och kontinuitet. Man identifierar sig inte längre som medieforskare – man är återigen statsvetare, sociolog, psykolog, litteraturvetare, historiker, etc. Kontakterna med MKV-ämnet blir allt färre. Samtidigt vet vi att medie- och kommunikationsvetenskapliga problem alltid kommer att studeras inom ramen för forskning som bedrivs inom många klassiska discipliner i syfte att förstå samhälleliga och kulturella processer.

När det gäller medie- och kommunikationsvetenskap så har flertalet av MKV-ämnets forskare och lärare idag sin bakgrund enbart i medie- och kommunikationsämnet. Med en sådan ordning finns det en risk för att kontakterna både med den tidiga medieforskningen och andra näraliggande discipliners forskning kommer i bakgrunden. En marginalisering av forskningsfältet kan därmed uppstå.

Det finns också kritiker som menar att det historiska perspektivet ofta saknas i dagens medie- och kommunikationsforskning. Hjulet uppfins på

nytt och på nytt. Då är det lätt att bli allt för trendkänslig och politiskt korrekt. Här handlar det om nödvändigheten av traditioner i ämnet. Traditioner behövs därför att de ger kontinuitet och form. För pionjärgenerationen stod denna typ av frågor i fokus men hur diskuterar och reflekterar medieforskarna idag kring sådana frågor?

Forskare som sysslar med medier står idag inför reella utmaningar. Det är en komplex verklighet som forskaren möter. Vi lever i en tid då vi ser stora förändringar i medielandskapet med avreglering, kommersialisering, koncentration, och i mediekulturen – där vi ser fragmentering, diversifiering, individualisering. Det handlar om en allt mer invecklad verklighet. De verktyg vi förfogar över i våra försök att förstå och förklara kan ibland tyckas vara allt för mekaniska och endimensionella. Det är lättare att ställa frågorna *vad* och *hur* än *varför*.

Hur ska då medie- och kommunikationsvetenskapen möta dessa utmaningar? Mot bakgrund av nyss gjorda reflektioner handlar det i hög grad om samarbete – samarbete inom ämnet men också samarbete över både disciplingränser och inte minst landsgränser.

Även för forskare inom andra discipliner bör det vara fruktbart att ett tankeutbyte utvecklas med de forskare som finns inom medie- och kommunikationsvetenskapen i syfte att höja kvaliteten i studier rörande medierelaterade problem – att påverka forskningsfronten – och därmed bidra till en god medievetenskap. Det handlar med andra ord i hög grad om ett ömsesidigt utbyte.

Detta är tankar som ligger bakom Nordicoms engagemang i det FSMK-symposium som har resulterat i föreliggande skrift. Ett syfte med symposiet var att skapa en mötesplats för både seniora och yngre forskare från medie- och kommunikationsvetenskapen och forskare från andra discipliner som intresserar sig för medierna i en tid då mediernas ekonomiska och kulturella betydelse i samhället blir allt större. Det handlar om att skapa förutsättningar för ett tankeutbyte som på sikt gynnar korsbefruktnings.

I bokens första del redovisar forskare från olika discipliner hur de ser på mediernas roll och villkor i dagens samhälle, vilka de anser vara de viktigaste frågeställningarna och inte minst hur de skall formuleras och bedrivs forskning kring. Några av dem reflekterar också kring dagens medie- och kommunikationsvetenskap och forskningens resultat.

Medie- och kommunikationsvetenskap är ett ämne med stor bredd, vilket kännetecknar grundutbildningen men den bredden kan inte upprätthållas inom forskningen. För att medie- och kommunikationsvetenskapen skall utvecklas måste det samtidigt existera olika inriktningar vad gäller grundläggande utgångspunkter, begrepp och metoder. Teoretisk och metodologisk pluralism måste medvetet uppmuntras vilket kräver konkurrerande och goda forskningsmiljöer.

Hur är det möjligt att i denna situation få till stånd stimulerande och utvecklingsbara forskningsmiljöer. Tre MKV-forskare som alla har börjat sin forskarbana inom andra discipliner än medie- och kommunikations-

vetenskap söker svara på sådana frågor utifrån sina erfarenheter i bokens andra del.

I bokens tredje del kommer de forskare, skolade inom medie- och kommunikationsvetenskapen, som skall svara för ämnets utveckling, till tals. Det finns ingen universiell modell för hur man utvecklar fruktbara forskningsmiljöer. Mycket är avhängigt av personliga egenskaper hos forskarna, men lika mycket handlar det om samspelet mellan hög specialistkompetens och öppenhet vad gäller nya idéer och utmaningar.

Kring detta reflekterar och diskuterar sex unga MKV-forskare som nyligen har disputerat eller snart skall disputerat om medie- och kommunikationsvetenskapens framtid i Sverige.

Det är min förhoppning att Nordicom genom utgivningen av denna bok med anledning av FSMKs 25-årsjubileum skall stimulera till diskussion och reflektion vad gäller utvecklingen av medie- och kommunikationsvetenskapen vid Sveriges universitet och högskolor.

Madeleine Kleberg

Välkomna till 25 år med SMASSK

Så kunde det ha låtit om ett förslag till förkortning av Föreningen Svenska Masskommunikationsforskare vunnit gehör vid föreningens årsmöte 1978. Då väcktes nämligen frågan om föreningen skulle behålla förkortningen FSM som gällt under det år som passerat sedan föreningen bildades eller om ett "k" för kommunikation skulle inkluderas.

Vid mötet riktades vidare kritik mot att föreningen benämndes *svenska* masskommunikationsforskare. Masskommunikationsforskare i Sverige (MIS) ansågs som något mindre diskriminerande. Detta förslag väckte dock ingen entusiasm bland de 26 närvarande årsmötesdeltagarna. I stället begärdes votering, där förkortningen FSM ställdes mot SMASSK. 16 personer röstade för FSM och tio mot, vilket måhända kan tolkas som att tio röstade för SMASSK. Några år senare kom föreningen att anta förkortningen FSMK, vilken används än idag. Dock har föreningen svenska masskommunikationsforskare blivit föreningen för svensk medie- och kommunikationsforskning.

En viktig grund för att vilja bidra med ett avsnitt om föreningens historik är att jag i tillfällig vård haft ett antal pärmar och kapslar med material från föreningens första tio år. Dessa har tillhört föreningens första ordförande, Kjell Nowak, som tragiskt avled hösten 1999.

Utöver det materialet har jag för denna tillbakablick på FSMKs verksamhet använt mig av tidiga nummer av *Nordicom-Nytt/Sverige*. Den publikationsserien föregick FSMK eftersom Nordicom (Nordiskt informationscenter för medie- och kommunikationsforskning) i år, 2002, firar sitt 30 årsjubileum. Jag inser ånyo det värdefulla informations- och dokumentationsarbete som Ulla Carlsson i egenskap av Nordicoms föreståndare utfört under de tre decennierna och alltså gör.

Jag har begränsat min tillbakablick till föreningens första decennium.

Dessutom koncentreras framställningen till de två aktiviteter som jag tycker utmärker de första åren, nämligen uppvaktningar och symposier.

Även om jag så här i efterhand, apropå föreningens namnfråga, kan tycka det märkligt att inte invändningen mot beteckningen *svenska*

masskommunikationsforskare fick större stöd än vad den fick vill jag hävda att föreningens perspektiv varit långt ifrån särskilt enögt inhemskt.

Det är symtomatiskt att initiativet till föreningen togs av en grupp svenska forskare i samband med att de deltog i en internationell konferens i Leicester sommaren 1976, arrangerad av International Association for Media and Communication Research, IAMCR. (Som för övrigt då uttyddes International Association for Mass Communication Research.)

Gruppen bestod av Gunnar Andrén, filosofiska institutionen vid Stockholms universitet, Olof Hultén, Sveriges Radio, Lars-Anders Lundquist, ekonomhistoriker vid Göteborgs universitet, Kjell Nowak vid Handelshögskolan i Stockholm samt Lennart Weibull, statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet. Gruppen hade också vidtalat Karl-Erik Rosengren, sociologiska institutionen vid Lunds universitet samt Lowe Hedman, också sociolog, vid Uppsala universitet.

I gruppens förslag till föreningens stadgar, daterat Stockholm och Göteborg, november 1976, betonas vikten av att såväl samhällsvetare som humanister skall vara representerade i de lokala diskussionerna om stadgarnas innehåll. Stadgeförslaget hade föregåtts av en enkät till 180 personer som på olika sätt identifierats som masskommunikationsforskare och därmed potentiella medlemmar. 120 personer besvarade enkäten och en betryggande majoritet, 90 procent, uppgav sig vara intresserade av att bli medlem i den tänkta föreningen.

I februari 1977 hölls ett konstituerande sammanträde vid vilket Kjell Nowak utsågs till ordförande i föreningens interimsstyrelse. Han var vid denna tid verksam vid EFI (Ekonomiska forskningsinstitutet), Handelshögskolan i Stockholm. Till arbetande sekreterare utsågs Lowe Hedman, Uppsala och som suppleant till honom Lennart Weibull. Medlemsstrukturen var huvudtemat för mötets förhandlingar. Frågan gällde i vilken utsträckning föreningen borde vara öppen för en vidare krets av intresserade. Mötet beslöt att föreningen i första hand skulle vara en intresseförening för personer verksamma som masskommunikationsforskare men att föreningen skulle vara öppen för alla som dokumenterat intresse för masskommunikationsforskning.

När det gällde vilka som skulle kunna bli medlemmar bestämde mötet tre alternativa krav:

- dokumenterad insats inom masskommunikationsforskningen,
- engagemang inom aktuell masskommunikationsforskning och/eller
- aktivt intresserad av masskommunikationsforskning.

Detta möjliggjorde medlemskap för forskningsintresserade mediepraktiker.

Innan jag kommer in på förslaget till stadgar ska jag helt kort redogöra något för FSMKs medlemsutveckling. Ett år efter starten, 1978, hade föreningen 87 medlemmar, varav tre fjärdedelar män. Sju år senare, 1985, hade antalet fördubblats och föreningen hade nu 171 medlemmar. Andelen kvinnor hade stigit med fem procent och utgjorde 30 procent.

Idag är det drygt 300 medlemmar och antalet kvinnliga medlemmar är något större än det manliga. 13 procent av medlemmarna kommer från medieföretag. Cirka 35 procent är doktorander. Resten, det vill säga drygt hälften, är lärare och forskare i företrädesvis medie- och kommunikationsvetenskap. FSMK har också medlemmar från litteraturvetenskap, filmvetenskap, nordiska språk, statskunskap, sociologi, socialt arbete. Sakta men säkert fortsätter antalet medlemmar att öka.

Men åter till stadgeförslaget från 1976. Syften som arbetsgruppen formulerade för föreningens verksamhet var att

- främja masskommunikationsforskningens ställning i Sverige
- vara ett tvärvetenskapligt forum för personer engagerade i och intresserade av masskommunikationsforskning
- uppmuntra och stimulera utvecklingen av masskommunikationsforskningen
- stimulera omvärldens intresse för masskommunikationsforskning
- förmedla information om forskning mellan forskare och mellan forskare och praktiker
- verka för förbättringar av masskommunikationsforskningens villkor
- verka för en förbättrad utbildning av både masskommunikationsforskare och mediepraktiker

Detta är alltså några av föreningens viktigaste uppgifter.

Nuvarande stadgar

Föreningens ändamål är att främja forskningen om journalistik, medier och kommunikation i Sverige.

Föreningens främsta uppgifter är

- att inom forskningsområdet journalistik, medier och kommunikation vara ett tvärvetenskapligt forum där forskare inom olika discipliner kan mötas och utbyta informationer och erfarenheter
- att i kontakt med myndigheter och andra organ främja forskningen inom föreningens intresseområde
- att uppmuntra och stimulera debatt i teoretiska och metodologiska frågor inom området
- att genom information och kontakter stimulera intresset för forskningsområdet att stimulera samarbete mellan forskare samt mellan forskare och praktiker
- att verka för bättre villkor och ökade resurser till forskningen om journalistik, medier och kommunikation
- att verka för en bättre utbildning inom området

Så blev det dags för föreningens första årsmöte 1977. Plats och tidpunkt för årsmötet, Stockholm i augusti, hade valts för att deltagarna skulle kunna ta bussen till Kapellskär för vidare färd med båt till Finland och den III Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning i Orivesi. Det nordiska erfarenhetsutbytet var från början en väsentlig del av föreningens aktiviteter.

I det verksamhetsprogram som antogs vid det första årsmötet står att föreningens vetenskapliga mål skulle vara att

stimulera till debatt och erfarenhetsutbyte (och gärna forskning) kring frågan om vilka betingelser som bäst befrämjar utvecklingen av ett *mellanvetenskapligt* (min kursivering) forskningsområde som masskommunikation.

Dessutom angavs som ett av föreningens vetenskapliga mål

att bidra till utvecklandet av ett *tvärvetenskapligt* synsätt på masskommunikation. Till en början kan det gälla att skapa klarhet i och ge innehåll åt begreppet tvärvetenskaplig forskning och att söka vägar att förverkliga sådan forskning. De årliga symposierna har naturligtvis här en viktig funktion, men huvudarbetet måste ligga inom de lokala seminarierna och de kontinuerliga kontakterna mellan forskare från olika discipliner.

De så kallade lokala massmedieseminarierna växte fram i mitten av 1970-talet främst i Lund, Göteborg och Stockholm. Seminarierna bedömdes som den viktigaste förutsättningen för att den svenska massmedieforskningen skulle utvecklas på ett rimligt sätt.

Medel för dessa lokala tvärvetenskapliga seminarier togs inte upp i budgetpropositionen för 1979/80 trots Universitets- och högskoleämbetets tillskyndan. Detta föranledde årsmötet 1978 att anta en resolution som krävde ekonomiska resurser för de lokala seminarierna för att säkerställa den nödvändiga utvecklingen av de tvärvetenskapliga kontakterna.

Resolutionen kan ses som den första i raden av skrivelser till och uppvaktningar av politiker och tjänstemän inom utbildningsdepartementet.

I en skrivelse 1979 ställd till statssekreteraren Bert Levin vid utbildningsdepartement uttryckte styrelsen sin tillfredsställelse över att riksdagen hade beslutat om en professur i massmedieforskning vid Göteborgs universitet och att denna *inte* försetts med en specificerad ämnesbeskrivning. Detta i motsats till det vad massmedieforskningsutredningen 1977 föreslagit liksom i en motion inför beslutet, nämligen "masskommunikation, särskilt politisk kommunikation".

Däremot oroade sig föreningen för att den nya professuren skulle kunna innebära att medlen drogs in för de lokala seminarierna. De månatliga seminarierna på de olika orterna var livligt besökta och uppskattade, inte minst för att "perspektiv och metoder från både samhällsvetenskaper och humaniora haft möjlighet att konfronteras med varandra".

1980 uppvaktade FSMKs styrelse utbildningsministern Jan Erik Wikström och statssekreteraren Bert Levin med krav på

- att masskommunikationsforskningen skulle etableras som ett självständigt ämne vid svenska universitet och högskolor,
- att grundutbildningen inom området skulle forskningsanknytas,
- att var och en av de sex högskoleregionerna skulle få en professur i masskommunikation före 1985,
- permanent stöd till de lokala tvärvetenskapliga seminarierna,
- varaktigt stöd för tryckning och utgivning av *Nordicom-Nytt/Sverige* samt förstärkning av Sveriges Pressarkivs resurser.

Utbildningsministern hade under uppvaktningen uppmuntrat föreningen att gå vidare med kontakter inom UHÅ (Universitets- och högskoleämbetet).

Även om UHÅ i sin anslagsframställning var följsam med föreningens önskemål fick det inget genomslag i budgetpropositionen vare sig 1982/83 eller 1983/84. Inte ett ord sades om utbyggnad av universitetens masskommunikationsforskning. Inte heller den forskningspolitiska proposition, som presenterades 1982, tog upp något om masskommunikationsforskning.

Därför var det 1983 åter dags att uppvakta utbildningsdepartementet om masskommunikationsforskningens organisation och utveckling. I UHÅs anslagsframställning föreslogs i och för sig inrättandet av en professur i sociologi med massmedieforskning vid Lunds universitet men den hade låg prioritet. UHÅ föreslog förstärkning av forskningsområdet "kommunikation" och masskommunikationsforskning nämndes som ett delområde. Föreningen krävde å sin sida en helhetslösning vad gällde forskningen. Man påpekade att i Sverige bedrevs masskommunikationsforskning av drygt 125-tal forskare, fördelade över ett 20-tal akademiska ämnen, i sin tur fördelade över ett 40-tal universitets- och högskoleinstitutioner. En sådan geografisk och ämnesmässig splittring kunde, enligt föreningen, inte vara gynnsam i det långa loppet.

Föreningen ansåg vidare att UHÅ-utredningar om informationslinje respektive alternativ journalistutbildning gjorde det möjligt att inom så gott som oförändrade ekonomiska ramar ta ett samlat grepp på grundutbildningen inom området.

I ett nyhetsbrev från FSMK till medlemmarna meddelades att utbildningsdepartementets "tjänstemän lyssnade och antecknade. Och betonade det kärva budgetläget. Men de visade ett påtagligt intresse för forskningsområdet. Mötet varade i ca 40 minuter".

Statsrådet Ingvar Carlsson tillskrevs i samma ärende inför den forskningspolitiska propositionen 1984.

1984 skrev styrelsen återigen till utbildningsdepartementet och denna gång påkallade man behovet av en beredningsgrupp för informations- och kommunikationsutbildning. Bakgrunden var den att UHÅ i sin anslagsframställning för 1985/86 avstått från att ta upp frågan om informations- och kommunikationsutbildningens framtida organisation.

Detta är mycket olyckligt, eftersom utvecklingen inom masskommunikationsområdet gör det nödvändigt med en fast grundutbildning inom högskolan, inte minst för rekryteringen av masskommunikationsforskare.

Som historien visar blev med tiden medie- och kommunikationsvetenskap såväl grundutbildningsämne som ämne för forskarutbildning. Det stora genombrottet kan dateras till åren runt 1990 då Göteborgs universitet fick ytterligare en professur, denna gång i journalistik. Stockholms universitet fick en professur i journalistik och en i masskommunikationsforskning (numera benämnd medie- och kommunikationsvetenskap). Vid universiteten i Lund och i Umeå inrättades professurer i medie- och kommunikationsvetenskap.

Vi vet också att grundutbildningen inom området har haft en kraftig expansion men lider brist på disputerade lärare, något som Högskoleverkets kvalitetsvärdering visade i sin rapport (2001:25 R). Tillgången på disputerade inom området har inte svarat mot grundutbildningens behov. Detta beror i hög grad på bristen av doktorandanställningar liksom bristen på post doc-tjänster för fortsatt meritering. På sätt och vis bottnar detta, som jag ser det, i det paradoxala problemet med att fältet smalnats av i och med framväxten av medie- och kommunikationsvetenskap. Före ämnets etablering kunde rekryteringen till masskommunikationsforskning ske från skilda ämnesområden inom humaniora och samhällsvetenskap. I dag är det främst det alltjämt ganska begränsade forskarutbildningsområdet medie- och kommunikationsvetenskap och journalistik som är den huvudsakliga rekryteringsbasen. En av FSMKs viktigaste arbetsuppgifter de närmaste åren är att verka för förbättrade villkor för forskarutbildningen och de disputerades fortsatta meritering.

Symposier

När det var dags för årsmötet 1978 var det också dags för FSMK att arrangera det första symposiet. Tänkbara teman som diskuterades inför symposiet var "innehållsanalysen som metod", "avgörande mediefrågor i dagens Sverige", "behöver vi presstödet i Sverige", "vad hände egentligen med Sveriges Radio?", "massmedierna och demokratin", "massmediernas effekter och roll i samhället".

Det var detta senare som valdes och rubricerades *Massmediernas effekter – Mångvetenskaplig granskning av ett mångtydigt problem*. Symposiet, som ägde rum på Åsa folkhögskola utanför Flen, pågick i tre dagar och samlade ett fyrtiotal forskare. I inledningen till den konferensrapport som gavs ut efter symposiet anger redaktionskommittén att vad gällde utvecklingen av svensk masskommunikationsforskning kunde man tänka sig två grundmodeller.

En modell var att det *inom olika discipliner* bildades specialfack som eventuellt så småningom kunde komma att existera som självständiga ämnen. Författarna ansåg att en sådan process av *specialisering* med avseende på såväl studieobjekt som teoretiska och metodologiska frågor låg bakom de flesta existerande universitetsämnen men var också kännetecknande för många helt nya forskningsområden eller ämnen. En sådan specialiseringsprocess skulle innebära att man fick kommunikations-sociologi, kommunikationspsykologi, politisk kommunikation, massmediehistoria, massmediespråk etcetera.

Den andra modellen för etablering av ett forskningsområde var genom *integrering* av delområden, vilket kunde ske på många olika sätt. Ett kunde kallas mångvetenskap, och innebar egentligen endast att forskare inom olika ämnen samtidigt studerade samma företeelse, var och en utifrån sin utgångspunkt.

En högre grad av integrering förelåg då forskare inom olika ämnen på grundval av gemensamma utgångspunkter och föreställningsramar och i nära kontakt med varandra samtidigt ägnade sig åt samma slags problem i inomvetenskapliga syften, det vill säga utveckling av metod och teori. Detta slags integrering var tvärvetenskapligt och kunde medföra att ett nytt självständigt forskningsfält utvecklades samtidigt ur flera discipliner. I detta sammanhang betonades att Föreningen Svenska Masskommunikationsforskare hade klart tagit ställning för integreringstanken och för att verka för att forskningsområdet utvecklades på tvärvetenskaplig grund.¹

FSMK var värd för den IV Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning, 1979. Den ägde rum i Umeå och temat var ganska allmänt och brett: *Massmedieutvecklingen i Norden: utbud, efterfrågan, konsekvenser*.

Ett år senare, 1980, var det dags för nästa större nationella symposium och temat *Svensk kommunikationspolitik – ideologi och verklighet* anknöt till frågor om den förväntade kommunikationsteknologiska utvecklingen och politikens förmåga att förhålla sig till den. En av de inbjudna inledningstalarna var Lars Kristiansson, professor i informationsteori vid Chalmers, som reflekterade över känslor och datorer, över muskelhjälp och tankehjälp och efterlyste överlevandets känslöhjälp. Statssekreteraren i utbildningsdepartementet, Bert Levin, hade också ett anförande.² Goda skäl till valet av tema var såväl förslaget till nordisk TV-satellit som informationsteknologiutredningens betänkande *Nya vyer. Datorer och nya massmedier – hot eller löfte?*

Det nationella symposiet 1982 hade som tema *Forskningsinformation i massmedierna* och ägde rum på Frostavallen i Skåne. Inledningsföredraget hölls av dåvarande utbildningsministern Jan Erik Wikström, som menade att om det hade varit bättre forskningsinformation kring kärnkraften inför folkomröstningen hade landet besparats en regeringskris. Han påpekade att i den forskningsproposition som regeringen lagt fram tidigare under året gavs stor vikt vid forskningsinformation. Statligt finansierade forskningsprojekt i fortsättningen skulle planeras och budgeteras även med

avseende på hur information och resultspridning skulle ske till skilda nyttjargrupper utanför universiteten. Propositionen innehöll också förslag om att forskare och forskarstuderande skulle få utbildning i forskningsinformation.

En annan punkt under symposiet var *Praktiker möter forskare*. Ett par journalister och forskare gav sin syn på populärvetenskapens möjligheter.³

1984 var det dags för det fjärde nationella symposiet, vilket ägde rum i Uppsala. Återigen kretsade temat kring kommunikationsteknologi men denna gång var det inte politiken som stod i centrum utan individen, kulturen och samhället. Inledningsanförandet, som hölls av utbildningsministern Bengt Göransson, hade dock rubriken Kulturpolitik – kommunikationspolitik. Bland annat kommenterade statsrådet Televerkets planer på att finansiera utbyggnaden av ett rikstäckande bredbandsnät med avgifter från TV-tittarna. Han var mycket tveksam till det framgångsrika i ett sådant projekt mot bakgrund av människors föga lust att betala vad det kostade. Teman som belystes i de övriga plenarinläggen var satellit och kabel, videotex (teledata), digitala bilder, framtidens journalister och tidningar samt livskvaliteten i informationssamhället.⁴

Två år senare, 1986 i Växjö, hade dock symposiet en annan inriktning. Temat var *Kommunikationsutbildning i informationssamhället – vad kan forskarna bidra med?* Nu handlade det om den framtida kommunikations- och informationsutbildningen inom den högre utbildningen och om grundskolans massmedieundervisning. Återigen medverkade ett statsråd, nämligen dåvarande utbildningsministern Lennart Bodström. Han talade om den stora betydelse och aktualitet massmedieundervisningen hade i grundskolan och gymnasiet. Dessutom betonade han vikten av välutbildade journalister.

Det valda temat hade sin förankring i FSMKs övriga ansträngningar att etablera grundutbildning, forskarutbildning och forskningsorganisation inom masskommunikationsområdet. Föreningen hade 1986 inbjudits att till utbildningsdepartementet ge sina synpunkter på dessa frågor, bland annat som underlag för regeringens forskningspolitiska proposition. Synpunkterna sammanfattades i ett antal punkter varav några var som följer.

- Informationsteknikkurserna 1–60 poäng ombenämns till kommunikationsvetenskap och får status av universitetsämne med kursstart på alla nivåer varje läsår vid samtliga universitet.
- Fyra professurer i masskommunikation skapas./.../ Detta ger förutsättning för forskarutbildning i Göteborg, Lund, Stockholm och Umeå.
- I ett andra steg inrättas även professur i masskommunikation i Uppsala.
- Professurerna i masskommunikation får ansvar för forskarutbildning samt för forskningsanknytning av informations- och journalistutbildningarna.

- Professurer i masskommunikation med särskild inriktning mot journalistik bör inrättas. I avvaktan på detta bör existerande forskartjänster få ansvar för forskningsanknytningen.
- Den nya forskarutbildningen i masskommunikation har grundutbildningen i kommunikationsvetenskap som sin naturliga bas, men skall även ta in andra studerande i syfte att behålla sin tvärvetenskapliga karaktär.
- En särskild forskningsfond för masskommunikationsforskning inrättas genom årlig avsättning av medel från anslagen till olika statliga mediestöd alternativt genom avsättning av medel från reklamskatten.

Linjeutbildningar var en företeelse som tappade mark och ersattes i begränsad utsträckning av programutbildningar. Kommunikationsvetenskap benämndes så småningom till medie- och kommunikationsvetenskap och fick såväl status och omfattning som nog inte bedömdes som möjligt för 15 år sedan. Vad som däremot inte realiserats är förslaget om att finansiera grundforskning inom området med en del av de medieanslag som då och i vissa fall alltjämt ges i form av presstöd, tidskriftsstöd, till Sveriges Radio och till televerket. Ett annat förslag var att avsätta någon eller några promille av reklamskatten för ändamålet.

De nationella symposierna behandlade inte enbart teman som togs upp i plenarföredrag. En mycket viktig del utfördes då som nu inom olika tematiska forskningsområden. Vid 1982 års symposium kunde man välja mellan att delta i arbetsgrupper som Kunskapsklyftor, Barn och ungdom, Begriplighet, Nyhetsvärdering, Gatekeeping, Massmediernas världsbild. Var man mer intresserad av det område som benämndes tillämpning kunde man välja mellan Utvärderingsstudier, Utbildning och läromedel, Populärvetenskap, Kunskapsöversikter, Nya medier i forskningsinformation.

Under 1984 etablerades en bildarbetsgrupp inom FSMK. Man menade att "bilden hade under de senaste åren alltmer uppmärksamats som självständigt inslag i masskommunikationssystemet. Alldeles särskilt knyter sig ett akut intresse till dess roll i massmedier som TV, press och reklam. FSMK ser det som en av sina uppgifter att ha en strategi för bevakning av de fält där bildproblematiken kommer in".

I Växjö 1986 fanns det arbetsgrupper kring Forskarutbildning i masskommunikation, Undervisningsmodeller för grund- och gymnasieskolutbildning, Populärkultur, Barn och medier, Kommunikationsteknologi, Lokala medier, Begriplighetsforskning, Bildanalys.

Och så var 10 år till ända – 1987 firades detta med ett symposium under temat *Masskommunikation och kultur*. I sitt inledningsanförande menade Kjell Nowak att såväl teoretiska som praktiskt-politiska tendenser gjorde det naturligt och angeläget att koppla samman begreppen masskommunikation och kultur.⁵

Ser vi kulturen som ett system av betydelsebärare, vilkas innebörder är allmänt tillgängliga för samhällsmedlemmarna, dvs som en kulturell miljö, är det uppenbart att den miljön till mycket stor del består av de texter, bilder, tal och ljud som massmedierna producerar och distribuerar.

Från att tidigare varit föga uppmärksammas inom masskommunikationsforskningen fann Kjell Nowak att från mitten av 1970-talet hade kopplingen mellan masskommunikation och kultur blivit alltmer synlig i forskningslitteraturen. Det var inte längre någon tvekan om att masskommunikationen i ökande utsträckning studerades som en del av, som uttryck för och som formare av kulturella system.

Detta var inte en given utveckling utan måste tillskrivas några av ämnets pionjärer. Även om de hade sin hemvist inom samhällsvetenskapen såg de att ämnet inte kunde etableras enbart inom det fältet. På grund av studieobjektets karaktär måste viktiga delar av teori- och metodutvecklingen hämtas från det humanistiska området. FSMK medverkade under de första åren i hög grad till möten mellan humanister och samhällsvetare genom att slå vakt om de lokala tvärvetenskapliga seminarierna och genom arrangemangen av symposierna.

En fråga man måste ställa sig idag är hur tvärvetenskapligheten behålls när ett ämne blir alltmer etablerat med sin egen kanon? Andra discipliners ökande intresse för mediernas samhälleliga och kulturella betydelse och för medieutbudet som källmaterial utgör en spännande fortsättning på det tvärvetenskapliga arbetet. Därav temat för denna konferens.

Noter

1. Kjell Nowak i samarbete med Cecilia von Feilitzen (red) (1979) *Att studera massmedier: effekter: rapport från ett symposium anordnat av Föreningen Svenska masskommunikationsforskare*, Stockholm: Akademilitteratur.
2. Karl Erik Gustafsson (red) (1981) *Kommunikationspolitik och kommunikationsforskning*. Rapport från ett symposium anordnat av massmedieseminarier vid Göteborgs universitet och Föreningen svenska masskommunikationsforskare 23-25 april 1980, Massmedieseminarier Göteborgs universitet, Göteborg.
3. Karl Erik Rosengren och Hans Ingelstam (red) (1983) *Forskningsinformation i massmedierna*, Stockholm: Liber Utbildningsförlaget.
4. Lowe Hedman och Peder Hård af Segerstad (red) (1985) *Kommunikationsteknologin. Individen, kulturen och sambället*, Sociologiska institutionen, Uppsala universitet.
5. Masskommunikation och kultur. Symposium 4-6 maj 1987. *Nordicom-Nytt/Sverige* nr 1-2 1988.

FSMKs styrelser från starten 1977 till och med 1987

Interimstyrelse utsedd februari 1977 fram till första årsmötet
augusti 1977

<i>Kjell Nowak</i> , ordf	<i>Lars Furuland</i>
<i>Lowe Hedman</i> , sekr	<i>Lennart Weibull</i>
<i>Monica Mannheimer</i>	<i>Lars Höglund</i>
<i>Rolf Hedquist</i>	<i>Dan Lundberg</i>
<i>Bengt Nerman</i>	<i>Eva Block</i>
<i>Karl Erik Rosengren</i>	<i>Katarina Olai</i>
<i>Per Gunnar Svensson</i>	

1977/1978 (första styrelsen)

<i>Kjell Nowak</i> , ordf	<i>Lars Furuland</i>
<i>Monica Mannheimer</i> , vice ordf	<i>Lennart Weibull</i>
<i>Lowe Hedman</i> , sekr	<i>Lars Höglund</i>
<i>Rolf Hedquist</i> , kassör	<i>Dan Lundberg</i>
<i>Bengt Nerman</i>	<i>Eva Block</i>
<i>Karl Erik Rosengren</i>	<i>Olle Findahl</i>
<i>Katarina Olai</i>	

1978/1979

<i>Kjell Nowak</i> , ordf	<i>Lars Furuland</i>
<i>Monica Lauritzen</i> , vice ordf	<i>Lennart Weibull</i>
<i>Lowe Hedman</i> , sekr	<i>Lars Höglund</i>
<i>Rolf Hedquist</i> , kassör	<i>Lars Grahm</i>
<i>Dan Lundberg</i>	<i>Eva Block</i>
<i>Karl Erik Rosengren</i>	<i>Olle Findahl</i>
<i>Katarina Olai</i>	

1979/1980

<i>Cecilia von Feilitzen</i> , ordf	<i>Lars Furuland</i>
<i>Monica Lauritzen</i> , vice ordf	<i>Lennart Weibull</i>
<i>Lowe Hedman</i> , sekr	<i>Olle Findahl</i>
<i>Katarina Olai</i> , kassör	<i>Lars Höglund</i>
<i>Jan Erik Nordlund</i>	<i>Eva Block</i>
<i>Karl Erik Rosengren</i>	<i>Lars Grahm</i>
<i>Kjell Nowak</i>	

1980/1981

Cecilia von Feilitzen, ordf
Lowe Hedman
Monica Lauritzen
Jan-Erik Nordlund
Katarina Olai
Karl Erik Rosengren
Hans Strand

Lars Furuland
Lennart Weibull
Lars Höglund
Sven Windabl
Inga Sonesson
Leif Furhammar

1981/1982

Karl Erik Gustafsson, ordf
Cecilia von Feilitzen, vice ordf
Hans Strand, sekr
Håkan Hvitfelt, kassör
Inga Sonesson
Jan Erik Nordlund
Lena Johannesson

Jan Ekecrantz
Ulla Carlsson
Leif Furhammar
Hans Ingelstam
Inga Britt Lindblad
Peder Hård af Segerstad

1982/1983

Karl Erik Gustafsson, ordf
Cecilia von Feilitzen, vice ordf
Hans Strand, sekr
Håkan Hvitfelt, kassör
Inga Sonesson
Jan Erik Nordlund
Lena Johanesson

Jan Ekecrantz
Madeleine Kleberg
Ulla Carlsson
Hans Ingelstam
Inga Britt Lindblad
Peder Hård af Segerstad

1983/1984

Karl Erik Gustafsson, ordf
Peder Hård af Segerstad
Ulla Carlsson, sekr
Ulla B Abrahamsson, kassör
Inga-Britt Lindblad
Keith Roe
Håkan Hvitfelt

Lena Johanesson
Hans Strand, vice sekr
Madeleine Kleberg
Olle Persson
Hans Ingelstam
Karl-Hugo Wirén

1984/1985

Karl Erik Gustafsson, ordf
Peder Hård af Segerstad, vice ord
Ulla Carlsson, sekr
Ulla B Abrahamsson, kassör
Inga-Britt Lindblad
Keith Roe
Håkan Hvitfelt

Lena Johanesson
P G Holmlöv, vice sekr
Madeleine Kleberg
Jan-Erik Nordlund
Eva Lundberg
Karl-Hugo Wirén

1985/1986

Lennart Weibull, ordf
Madeleine Kleberg, vice ordf
Lars Höglund, sekr
Ulla B Abrahamsson, kassör
Eva Lundberg
Stig-Arne Nöhrstedt
Keith Roe

Kjell Nowak
P G Holmlöv, vice sekr
Jan-Erik Nordlund
Lars-Åke Engblom
Eric Johannesson
Per Rydén

1986/1987

Lennart Weibull, ordf
Kjell Nowak, vice ordf
Lars Höglund, sekr
Ulla B Abrahamsson, kassör
Eva Lundberg
Stig-Arne Nöhrstedt
Per Rydén

Anna Celsing
P G Holmlöv, vice sekr
Jan-Erik Nordlund
Lars-Åke Engblom
Eric Johannesson
Ingrid Højjerback

1987/1988

Lennart Weibull, ordf
Kjell Nowak, vice ordf
Stig Arne Nöhrstedt, sekr
Lars-Åke Engblom, kassör
Lars Höglund
Anna Celsing
Per Rydén

Britt Hultén
P G Holmlöv, vice sekr
Eva Lundberg
Ingela Strid
Lowe Hedman
Ingrid Højjerback

Sverker Sörlin

De osynliga medieforskarna

Några tankar om mediesamhället, makten och forskningens uppgift

Min rubrik borde kanske helst ha utformats som en fråga: *Hur osynliga är medieforskarna?* Eller än mer grundläggande: *Är medieforskarna osynliga? Vad menar vi i så fall med det?*

Min empiri är inte överväldigande för att hävda att medieforskarna inte märks i debatten. Det är mest ett allmänt intryck, ett slags nervös oro. Men den är nog inte bara min egen. Föredragsrubriken fick en stillsam bekräftelse när en person i min närhet som utbildades vid Journalisthögskolan på 1970-talet apropå medieforskarna i medierna sade: "Först tyst. Sedan: Furhoff. Han är död? Sedan: Weibull."

Jag tyckte det lät intressant, som utvärtes betraktelse betraktad. Nästan poetiskt.

Min betraktelse är också utvärtes, lät det bli klart från början. Jag räknar mig inte själv som medieforskare. I bästa fall är jag en nyfiken och sympatisk betraktare, som då och då fångar upp något från verkstaden. Jag har heller ingen vetenskaplig studie bakom mig för att säga det jag här skall säga. Men jag använder ibland medieforskningens resultat. Jag använder också medier, både som mottagare och sändare. Och medieforskare saknas ju inte i dessa. Och om inte alltid Weibull syns i dessa medier, så är det i alla händelser hans gamle parhäst Hadenius. Ständigt denne Hadenius. Vital emeritus.

Vad kan man jämföra med? Kanske är inte svenska sociologer, för att nu välja en i sammanhanget relevant disciplin, mindre osynliga än medieforskarna. Taget som ett slags genomsnitt. Jag saknar dem ofta. Jag kommer på mig själv med att längta efter någon sociologisk kommentar till all mytbildning, nu när *alla* är utbrända, sjukskrivna, eller har flyttat till Stockholm, eller flyttat från Stockholm, eller fått bröstcancer eller börjat på högskolan. Är det så?

Men vem är det egentligen jag längtar efter? Joachim Israel-sorten hjälper oss att förstå Hegels begreppsanvändning (en viktig sak förvisso, i många sammanhang). Men för de kommentarer jag ovan efterlyste? Vem är det jag vill lyssna till? Vem av alla de trägna arbetarna i forskningens

vingård, alla de som kanske inte välter kiosker med sina rapporter eller drar Attac-vänstern man ur huse? Men som har något att säga om samhället.

Ändå är det ju ingen brist på forskare i debatten rent generellt. Men det börjar bli något med proportionerna, och med vem som säger något. Vetenskap håller på att bli "science" igen. Stamceller. Näringsliv. Konkurrenskraft. Som på femtitalet, även om det då var fysik snarare än biologi.

Inget fel med det. Kanske. Men vi som är här idag vet ju att det som sägs i medierna också alltid återspeglar intressen. Varför ter sig inte *samhällsforskningen* mer angelägen? Finns det ingen som står för det intresset längre? Och då syftar jag inte på efterfrågan på ekonomer, vilka dyker upp i alla hörn av den mediala verkligheten med sina förvånansvärt precisa uttalanden om det mänskliga.

Jag skall bekänna att jag inte nyligen har tagit del av någon undersökning om den samhällsvetenskapliga forskningens position i medierna. Inte heller någon om samhällsforskarnas relativa synlighet.

Det vill säga – inte sedan 1980-talets mitt, när Johan Asplund gjorde sin lilla studie av kultursidorna i *Dagens Nyheter* och fann att där härskade ett inomkulturellt kretslopp som gjorde att Lacan – men inte Lazarsfeld – och Lennart Hellsing – men inte Torsten Hägerstrand – och Gunnar Ekelöf – men inte Asta Ekenvall... (nej, just det, inte heller ni, men hon var den första som skrev en bok på svenska om idéer om *Manligt och kvinnligt* (1966), från Göteborg, elev till Henrik Sandblad) – som gjorde att Lazarsfeld, Hägerstrand och Ekenvall inte varit household names för en kultur- och allmänintresserad svensk bildningsborgerlighet. (Namnurvalet är mitt eget, såvitt jag minns förekom av de tre bara Hägerstrand hos Asplund, men jag vill påstå att jag är Asplunds grundläggande observation trogen.)

Det vill säga – inte sedan 1989, då Svante Nycander gjorde en liten desk top-studie av DN Debatt (redovisad i samband med tidskriften *Tvårsnitts* tioårsjubileum i Uppsala) och konstaterade att forskare dominerade bland skribenterna – redan då.

Jo, förresten, jag har sett nyare undersökningar också. En från Norge (Kyvik 2001). Den visar att de forskare som är mest aktiva i massmedier med egna artiklar, debattinlägg och intervjuer också är de forskare som är inomvetenskapligt mest publiceringsaktiva och framgångsrika.

Och jag har faktiskt en alldeles ny studie att redovisa, som vi gjort vid SISTER. Den handlar om en enda sektor, forskning och högre utbildning, i pressen under det långa 1990-talet. I den debatten märks onekligen några samhällsforskare och humanister. Topplistan över antal inlägg i de ledande dagsmedierna domineras, förutom av Östros och Tham, av Bo Rothstein, Sverker Gustavsson, Leif Lewin och ett fåtal andra.

Det är strängt taget samma samhällsforskare som yttrar sig i andra politiska frågor. Medelåldern är för övrigt nära 60 år. Och det var samma gäng som dominerade vid mätperiodens början som vid dess slut. Nya rekryter till debattörernas Panthéon heter Sverker Sörlin (kanske är det därför jag

står här idag, sådan är den bisarra ironin) och Marie Demker, enda kvinnan i församlingen, även hon statsvetare (Sandström 2002).

Och, mer generellt, i den mån medieforskning tränger fram med ett budskap så är det inte sällan just på statsvetarsidan: förutom de redan nämnda även Sören Holmberg, Kent Asp, Ulf Bjereld. Peter Esaiasson runner up. Listan behöver inte göras fullständig. Vi vet hur det är.

I SNS vetenskapliga råd – där jag varit ledamot under sex år fram till hösten 2001 – har det då och då hörts en uppfattning från några av ledamöterna som jag tror att det ligger mycket i: yngre svenska nationalekonomer kan räkna bättre och bygga modeller mer avancerat än någonsin tidigare i den ekonomiska disciplinens historia – men det de kommer fram till har aldrig haft mindre betydelse för den ekonomiska politiken, eller, för den delen, för samhällets ekonomi. Liknande synpunkter framkom vid Forskningsberedningens konferens om svensk samhällsvetenskap för en del år sedan (Forskningsberedningen 1997).

Låt det med en gång bli sagt att matematisk ekonomi är ett starkt svenskt forskningsområde, där ledande svenska forskare är högt citerade och de allra bästa kan lockas till amerikanska toppuniversitet. Och vi vill förstås att det skall vara så. Men vill vi att det *bara* skall vara så?

Vi har en mycket genomgripande samhällsomvandling som vi lever mitt uppe i. Ericsson går upp och ner. Stockholm är hett och kallt. Folk är fattiga och rika. De är sjukare än någonsin och lever längre och längre. Vi får det bättre och bättre och rusar mot undergången.

Paradoxer. Kontroverser. Vad är verkligheten? Vi borde vara fulla av frågor, och forskarna fulla av viktiga svar och samhällsbilder. Men den bok vi läser om vad som händer är skriven av en kanadensisk journalist: *No Logo* av Naomi Klein (2000). Eller av amerikanska ekonomer som Paul Krugman. Eller kosmopoliter i Berkeley som Manuel Castells, som numera sällan sysslar med någon futtigare enhet för analysen än hela världen samtidigt.

Vilken bok skildrar Sverige? Sedan Göran Palms *Sverige – en vintersaga* (1984/1989)? Vilken bok av en svensk samhällsforskare, menar jag?

Under 1990-talet och det tidiga 00-talet, har det svenska medielandskapet ritats om totalt. Reklamkanaler i radio och TV. Sjunkande upplagor för nästan all daglig press. Nischtidningar. Metroträsket. En växande andel av landets befolkning kan bara läsa en enda lokal tidning. Den andra är nedlagd. Verkligheten håller på att bli en monopolbransch. Samhällsskildringen saknar konkurrens. Paradoxalt nog, eftersom konkurrensutsättning i omsorg om medborgarna och deras skattemedel är den enda politiska idé som verkar omfattas av alla, från höger till vänster.

Det är läkarna som talar om för folket, via DN Debatt, att TV är farligt för barn och borde förbjudas ("Förbjud småbarn att titta på tv" *Dagens Nyheter* 2002-04-15). Och de får uppenbarligen stå oemotsagda. Samhällsvetenskaperna verkar inte längre ha förmågan att mobilisera vanligt sunt förnuft ens när den rena dårskapen är ute och går. Det lyckades man i alla fall med när det

gällde den moraliska paniken på 1980-talet. Jag gläder mig åt att ha gjort en liten, men ganska tidig, insats för medieforskningen, och upplysningen, genom att trycka en artikel av Bo Reimer på detta tema i *Tvårsnitt* (1986).

Och när journalismen utkoras till ideologi, så sker inte detta av medieforskarna utan av Olof Petersson – ständigt denne Petersson, och ständigt dessa statsvetare. Vad är hemligheten?

Jag såg CNN den 14 september 2001 på eftermiddagen på Grand Hotel i Lund. Jag var där för att opponera på en doktorsavhandling i etnologi, hade sprungit runt bland Idéons företagshus i joggingkläder och begrundat några av forskningens mer konkreta samhällseffekter och låg på hotellrummets tjocka heltäckningsmatta och eftersvettades och tittade på direktsändningen från den stora gudstjänsten i en kyrka nära Washington DC.

Där satt en journalist och talade med Billy Graham Junior. Graham talade om Gud. Vad kunde Gud mena med det som skett, hur kan Gud vara god när han låter detta hemska, meningslösa terrordåd ske? Den typ av frågor som i praktiken uttömdes redan på medeltiden och slutgiltigt av Leibniz på 1700-talet. Men det var inte teater, inte Robert Gustafsson. Det var CNN. Det var på riktigt. Ett globalt medienätverk, som plötsligt befann sig på Richard Lejonhjärtas nivå i den intellektuella och moraliska utvecklingen.

CNN är Atlanta, Georgia, inte Stockholm. Men CNN kan ses i Lund och Luleå. Och sätter dagordningen. Flyttar de moraliska och journalistiska gränserna. Avgör var gränser går för det som kan sägas.

Om detta hör vi från svenska medieforskare – vad?

Förmodligen behandlas dessa ting i A-kursen i medie- och kommunikationsvetenskap, som jag aldrig läst, men som inte heller majoriteten av mediernas brukare har läst. A-kursen kanske kan vara ett sätt att ta ansvar där man står.

Men vem har ansvaret att tala om medier, makt och moral för de många?

Min föreställning är att medier, nu liksom förr, i det stora hela och i ett långt perspektiv, fungerar som samhällets spegel. Vad ser vi i denna spegel?

Vi ser att kultur håller på att förvandlas till underhållning. Inte minst i landets ledande tidning. Vi ser att medierna glider ifrån sitt demokratiska samhällsuppdrag till ett ekonomiskt, privat uppdrag (som de alltid haft, men det är en fråga om tyngdpunkt). Det finns – om jag inte är fel underbyggd – svenska forskningsmiljöer som själva deltar i denna process, genom att mobiliseras i satsningar på event- och upplevelseindustrin. Kanske inget fel i det, men som inslag i ett övergripande mönster är det värt att notera.

Samhällets spegel:

det vill säga: börsbolagens väl och ve är vårt. Gunnar Strängs famösa ord – "Det som är bra för storfinansen är bra för Sverige" – har blivit omfattade av alla på ett sätt som är lika tragiskt som underbart: en lantarbeteare på cykel formulerar vinstkonceptet för den senindustriella mediekapitalismen. För Stenbeck och Bonnier.

Mediernas namnparad, oavsett om det är Percy eller Nivert, Persson eller Siewert (för ni har väl inte glömt vår man i Dorotea, sedermera ledare av debattprogram från Göteborg), eller Katrineholm, Arboga, Gislaved. Alltsammans ingår i ett sammanhang. Och i min förståelse är detta sammanhang inget obegripligt.

En norsk medieforskare – Anders Johansen – skrev en gång i en analys av museerna, att de var "som en TV-kväll" – en i princip utgrundlig kombination, en mosaik utan figur (Johansen 1990 och 1991).

Bilden är fyndig, och analysen var givande. Men liknelsen är ju egentligen ganska missvisande. Vi vet att en TV-kväll är fullständigt logisk i sitt kaos-artade flimmer.

Och på samma sätt är det logiskt att medierna ser ut som de gör, att orons och rädslans marknader får ett växande utrymme, och binder oss samman i bostadsrätornas och börskursernas *imaginary communities* (jfr Anderson 1983).

Men att det är logiskt betyder inte att det är begripligt för alla, eller att det inte skulle förtjäna att dissekteras och diskuteras.

Gör medie- och kommunikationsforskningen det?

Detta har också att göra med något som kan kallas kulturalisering. Allt fler funderar på detta just nu (jfr Sörlin 2003). I Rio de Janeiro nästa månad hålls en konferens med deltagande av framstående forskare och tänkare, bland dem Edward Soja och Jean Baudrillard. Utgångspunkten är att vi lever i en alltmer medierad och kulturaliserad värld. Jag deltar själv i planeringen av ett möte vid Linköpings universitets s.k. Birgitta Forum, en serie workshops förlagda till Vadstena. Temat där är "Artifactions", en snarlik tanke ligger bakom. I Oxford ordnas i sommar (2002) ett möte på temat "Cultural Returns". Dubbel-, eller trippel-, tydigheten är fullt avsiktlig.

Detta är förlängningen av en tendens i medieforskningen som varit stark under 1990-talet, även om rötterna går längre tillbaks, på ett sätt ända till Birminghamskolan och *cultural studies*. Denna forskning har sysslat allt mer med det synliga: visuell kultur, populärkultur, mediernas historiska former. Därför är den också tvärvetenskaplig, den utförs av historiker, etnologer, konstvetare, datavetare, kulturspecialister av skilda slag. Bidrag kommer även från konstnärer. Några av de nyare forsknings- och utvecklingsmiljöerna är mer eller mindre uppbyggda kring dessa tendenser, låt vara att de kanske är för breda för att låta sig fångas in under någon enskild benämning. Jag tänker exempelvis på Interactive Institutes olika studior, på K3 vid Malmö Högskola, på Tema-forskningens nya Q-enhet i Norrköping.

Vart har medie- och kommunikationsforskningen rört sig i detta fält? Hur närvarande är den i de mest dynamiska projekten och miljöerna?

Jag vet inte riktigt, men det lilla jag vet om saken ger mig inte intrycket att det är denna disciplin som är ledande eller har initiativet. Ännu en miljö som jag kan nämna är den jag är dagligen verksam i. Anders Ekström, som arbetar nära mig på SISTER, är just sysselsatt med att bygga upp ett verk-

samhetsområde på temat "Vetenskap, medier och publik". Ett första steg är en antologi om vetenskapens medialisering. Bland de medverkande i denna tvärvetenskapliga medieforskning – får vi väl säga att det är – är företrädare för disciplinen föga närvarande. Det är kanske inte avgörande, men möjligen är summan av sådana här små iakttagelser ett symptom på något som har att göra med kunskapsfältets rörelser och disciplinens plats på detta fält.

Sedan finns det, som jag ser det, den andra axeln i medie- och kommunikationsforskningens stora tradition: den kvantitativa samhällsforskningens, den som i värsta fall kan urarta till vad Johan Galtung för länge sedan kallade "pyjamassociologi" (efter den amerikanska pyjamastillverkare som ville ha sociologer att undersöka befolkningens nattbeteende), men som i bästa fall kan bli ett kolossalt effektivt samhällsinstrument. Och det är klart, som humanist har jag väl egentligen haft lättast att identifiera mig med den kulturhistoriska medieforskningen och jag kan medge att jag under delar av 1990-talet tyckte att svensk medieforskning anpassade sig för långsamt till *the cultural turn* – som ju för övrigt gått fram i nästan all historisk forskning – och kanske även i samhällsforskningen – utom i statsvetenskapen, höll jag sånär på att säga.

För jag tycker nu att man kan se att det nog har åkt ut ett och annat barn med kulturens badvatten. Kanske är det så att statsvetenskap och nationalekonomi är de medialt mest framträdande samhällsvetenskaperna helt enkelt därför att det är de mest marknadsorienterade – kvantitativa och konservativa?

När svensk statsvetenskap nyligen utvärderades, så konstaterade utvärderarna att svensk statsvetenskap var riktigt bra, ett slags division två-verksamhet (inte illa, det var ju inte division tre eller fyra). Ämnet hade dock stora luckor. De fanns i politisk teori och även i internationell politik, likaså saknades forskning kring behoven av institutionell omvandling i ett samtids- och framtidsperspektiv.

Svensk statsvetenskap, noterade utvärderingen, står nära makten och dess dagordning – ofta kritiskt, men sällan visionärt. Så tycker alltså samhällsforskare som Arild Underdal, Ellen Immergut och Göran Hydén (2002).

Men dessa tillkortakommanden hindrar inte att statsvetare står i spetsen för svensk forsknings mediasynlighet. Det är ett fenomen i sig, som vore värt någon begrundan. Jag vill här och nu bara peka på två omständigheter som jag tror har betydelse. Den första är att statsvetenskapen är politik-nära, dvs. att den uttalar sig om företeelser i det demokratiska systemet och om demokratins funktion och brister, vilket gör dess relevans ur mas-mediesynpunkt hög (alla är per definition berörda; i nisch- och specialist-medier är statsvetarna förmodligen inte lika efterfrågade). Man skulle kunna säga att statsvetenskapens specialistkompetens representerar en viktig del av samhällets behov av generalistkompetens.

Den andra omständigheten som bidrar till att förklara statsvetenskapens mediala position är dess omfattande bruk av kvantitativ metod. Medieundersökningar av statsvetare som publiceras på debattplats innehåller

påfallande ofta mätningar av något slag: hur många som tycker något, hur många minuter den eller den exponerats, hur stora andelar av det ena eller det andra. Detta uppfyller marknadsmässiga krav på citerbara nyheter samtidigt som det kan försvara sitt utrymme med argumentet att det är av värde för kunskapen om demokratin.

Men varför skulle inte andra medieforskare kunna ha mer att säga? Och varför skulle de inte kunna lära något av statsvetarna? Det som behövs för att nå ut?

Som ni vid det här laget förstått är jag alltså i färd med att formulera tesen att den svenska medie- och kommunikationsforskningen – om man ser det ur ett maktkritiskt perspektiv – har hamnat i en mindre avundsvärd situation. Lite grann som i *Att angöra en brygga* – hur man än sträcker på sig, så ramlar man i. Men samtidigt vet vi ju att ett av syftena med disciplinformerung är att man inte ska behöva sträcka sig och göra sig orimligt bred, utan att den plats där man ramlat i är just det ställe där man vill vara.

På ena sidan finns utvecklingen inom den kulturellt orienterade medieforskningen. Där händer det mycket intressant, men frågan är vilka bidrag medie- och kommunikationsforskningen gör på det området. På den andra sidan finns den kvantitativa samhällsforskningens tradition. Där är frågan i vilken utsträckning medieforskningen hänger kvar och utvecklar denna tradition för att ta fram ny kunskap och påverka medierna och makten.

Hur kan man göra den plats disciplinen nu intar lika viktig som de två "gamla" – den kvantitativa och den kulturella – om jag får uttrycka mig så? Jag tror att det är en verklig utmaning. Och jag har förstått att svenska medieforskare på sätt och vis är upptagna av en sådan diskussion och har varit det under en viss tid redan. Och om man ska lyckas med det, tror jag att det är nödvändigt att inte bara vara specialist utan också vilja något – vilja *mer*.

Och här skulle jag ha velat sluta. Det ju lättare att säga vad som är fel än vad man ska göra åt det. Men någonting måste jag väl säga, och då måste det faktiskt bli en bekännelse om vad jag tycker att samhällsforskning i en yttersta instans handlar om. I en första instans handlar den givetvis om att beskriva och förstå. Om forskningens kvalitet, om metod.

Men i en yttersta instans bör samhällsforskningens ambition vara större. Jag har några nyckelord, som jag tror på. De är inte reserverade för samhällsvetenskapen, men de är giltiga också där. Jag tycker de är viktiga att framföra. För visst är det egendomligt att kunskap, som är ett begrepp med så nyansrikt innehåll, sådan mångfald, ofta förfäktas med så banala argument, oftast ekonomiska? Kan inte samhällets stora kunskapsprojekt försvaras med intressantare motiv?

Ett av dessa nyckelord är "frigörelse"? Harry Martinson skrev att vandrarens kunskap om växterna "vidgar tuvans landskap omkring skon". En människa med kunskap ser mer och lever rikare – inte rikare än andra, men rikare än hon själv skulle ha gjort utan kunskap. Ralf Dahrendorf,

samhällsforskaren och politikern, har myntat begreppet "livschanser." Mäniskor är olika, lever under olika villkor, men var och en skall ha samma förutsättningar att påverka sitt liv och göra framsteg. Från barnsben. För det behövs kunskap.

Ett annat är "solidaritet". Robert Oppenheimer, den amerikanske atomfysikern, som främst förknippas med sin roll som ledare för de allierades kärnvapenprogram, skrev senare en bok om kunskapens värden, *Science and the Common Understanding* (1954). Han föreslog där att kunskapen var till för att göra det möjligt för alla att få bättre sjukvård, skola, minska fattigdomen i världen: kunskap ger "makten att förbättra, detta förkättrade ord". I utvecklingsländerna kan man med fog fråga sig vad man får ut förbättringar av världens forskningsmiljarder. 3G? Högupplösningsteve?

Ett tredje är "demokratisk halt"? Det demokratiska samhället fungerar inte bara genom medborgare, utan också genom institutioner. Av medborgarna kräver vi en grundläggande bildning och en demokratisk hållning. Av institutionerna kräver vi mer. Myndigheter, skola, daghem – och medier: allesammans, utan undantag, är beroende av kunskapsnivån hos sina medarbetare. Och den nivån är i sin tur beroende av kunskaperna hos deras lärare. Och den kunskapsnivån är beroende på lärarnas grundutbildning – och deras forskarutbildning. Ännu ett skäl, ett av de viktigaste, att ha bra högskolor och universitet. Det är ett sätt att visa omsorg om samhällsinstitutionerna och deras människor.

"Välstånd" är ett fjärde, också viktigt, men således inte det enda. Bra högre utbildning och forskning är inte ett särintresse för näringslivet, eller för regionernas utveckling. Det är ett gemensamt intresse. Att inse det kräver artikulation av argumenten.

Medierna är en av vår tids mäktigaste samhällskrafter. Om de inte granskas och diskuteras av en forskningsdriven mediekritik, lever vi alla farligare.

Referenser

- Anderson, Benedict (1983) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Ekenvall, Asta (1966) *Manligt och kvinnligt: Idéhistoriska studier*. Göteborg: Akademiförlaget.
- Forskningsberedningen (1997) *Röster om samhällsvetenskap*. Stockholm: Utbildningsdepartementet. (Forskningsberedningens skriftserie 1997:2)
- Hydén, Göran et al. (2002) *Swedish Research in Political Science*. Stockholm: Vetenskapsrådet. (Vetenskapsrådets skriftserie 2002:1)
- Johansen, Anders (1990) "Museets modernitet" Del 1. *Samtiden* 1990:6.
- Johansen, Anders (1991) "Museets modernitet" Del 2. *Samtiden* 1991:1.
- Klein, Naomi (2000) *No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*. Toronto: Knopf Canada.
- Kyvik, Svein (2001) "Aktive forskere formidler mest", *Forskningspolitikk* 2001:4.
- Oppenheimer, Julius Robert (1954) *Science and the Common Understanding*. Oxford: Oxford University Press.
- Palm, Göran (1984) *Sverige, en vintersaga*, vol. 1. Stockholm: Författarförlaget.
- Palm, Göran (1989) *Sverige, en vintersaga* vol 2, *Tillbaka till naturen*. Stockholm: Rabén & Sjögren.

- Reimer, Bo (1986) "Medieväld och moralisk panik", *Tvärsnitt* (1986):4.
- Sandström, Ulf (2002) "Forskningsdebattens långa vågor", i Ulf Sandström (red) *Det nya forskningslandskapet: Perspektiv på vetenskap och politik*. Stockholm & Nora: SISTER & Nya Doxa. (SISTER Skrifter 5)
- Sörlin, Sverker (red.) (2003) *Kultur i kunskapssambället: Om kultursektorns tillväxt och kulturpolitikens utmaningar*. Stockholm & Nora: SISTER & Nya Doxa. (SISTER Skrifter 6)

Peter Esaiasson

Omedvetna kommunikationsforskare?

Om vi talar attityder finns det åtminstone två fel man kan begå i sådana här sammanhang. Den första felaktiga attityden kan kallas "Den välvillige antropologen". Den välvillige antropologen är på besök hos urbefolkningen i regnskogen, noterar entusiastiskt allt som händer, och kan knappt bärga sig tills det blir dags att berätta för kollegorna därhemma om allt det märkliga som inträffat.

Den andra felaktiga attityden är att ikläda sig rollen som "ideologisk politruk". Den ideologiske politruken har ett ärende och tänker få det uträttat. Ideologen vet hur det önskvärda tillståndet ser ut och är inte beredd att ändra sin uppfattning.

Nu är det så ordnat här i världen att det är ytterst få människor som är felfria. Jag gör inte anspråk på att kunna undvika *båda* attitydfelen, men jag tänker inskränka mig till *ett*.

Jag skall inte vara välvillig antropolog. Det finns så mycket urban sen-modern kompetens i rummet att regnskogen känns ganska avlägsen. Men jag skall vara ideologisk politruk. Jag har ett ärende och tänker plädera för ett visst önskvärt tillstånd. Närmare bestämt önskar jag att medie- och kommunikationsforskningen i Sverige skall stärka sin profil som en renodlad samhällsvetenskapligt forskningsdisciplin. Med samhällsvetenskaplig profil menar jag då att medierna, medieaktörerna och mediesystemen huvudsakligen skall studeras i relation till den politiska sfären och till den sociala sfären.

Alternativet är närmast att medie- och kommunikationsvetenskapen skulle komma att än starkare influeras av frågor och problem hämtade från humanistiska forskningsdiscipliner. Humanisternas frågor har förstås också sin plats i den svenska medieforskningen. Men enligt min mening bör de fungera som komplement till ämnets samhällsvetenskapliga kärna.

Ett ämnets framtida forskningsinriktning avgörs i betydande utsträckning av hur duktiga olika ideologiska politruker är på att göra politik. Med att göra politik menar jag då att bygga vinnande koalitioner bland de som bestämmer. När man bygger koalitioner så gäller det att stöta bort så få

uppfattningar som möjligt men ändå behålla kärnan i det man själv vill slå vakt om.

När det gäller medie- och kommunikationsvetenskap som ett universitetsämne så bestäms dess framtid av ett ganska litet antal personer. Vi talar förstås om studierektorer, kursansvariga, de som antar doktorander till forskarutbildningarna och de som delar ut forskningsanslag. För ideologiska politruker gäller det alltså att hålla sig väl med dessa personer.

För att inte i onödan alienera nyckelpersonerna så är ett förtydligande på sin plats. En prioritering av de samhällsvetenskapliga perspektiven innebär inte alls att man väljer bort alla former av meningsskapande aktiviteter. (Sådant intresserar många medie- och kommunikationsforskare.) Tvärtom skapas politiska och sociala sammanhang av människor som tycker, tänker och upplever olika saker. Det är bara det att det är just de politiska och sociala meningsskapande aktiviteterna som bör stå i centrum för medieforskningen. Sådant som hör hemma i den rena kultursfären bör fungera som komplement.

För att resonera i termer av skönlitteratur så bör det vara realism som gäller, inte estetiserande litteratur för litteraturens egen skull.

Varför då då, frågar man sig förstås? Vilket är argumentet för att forskningen om medier och kommunikation bör prioritera det samhällsvetenskapliga perspektivet?

Det viktigaste skälet är samhälleligt. Massmedierna är självklart oerhört viktiga i det politiska och sociala livet. Som samhällsmedborgare tycker jag att en forskningsinriktning som speciellt intresserar sig för medier och kommunikation, och som finansieras via skattemedel, bör kunna svara på frågor med omedelbar samhällsrelevans.

Enkelt uttryckt: Det skulle vara märkligt om universitetsämnet medie- och kommunikationsvetenskap saknar svar på frågor om mediernas betydelse för hur makt och inflytande fördelas i samhällslivet, men kan erbjuda genomtänkta ståndpunkter kring mediernas innehåll som texter och publikens kulturella upplevelser.

”Om Berlusconi är ett hot mot demokratin. Hm, får tänka en stund. Du är säker på att du inte vill veta något om det mediala rummets estetik? Och vilken är förresten Berlusconis ontologiska status? Finns han eller är han en myt?”

• • •

Behovet att låta de samhällsvetenskapliga perspektiven vara ett huvudspår handlar om vilka frågor som bör stå i centrum för framtidens medieforskning. Kampen om inflytandet – för i ganska betydande mån tror jag att det handlar om just en kamp – står här mellan de som förespråkar ett samhällsvetenskapligt perspektiv och dem som förespråkar ett humanistiskt perspektiv.

Med risk för att bryta regeln om att skapa vinnande koalitioner tillåter jag mig att som ideologisk politruk dessutom ha än mer konkreta uppfattningar om framtidens forskning.

Jag har två sådana preciserade synpunkter för er att fundera på.

Först dock en varudeklaration. Eftersom det följande handlar om tillståndet i dagens svenska medie- och kommunikationsforskning i allmänhet blir det fråga om tämligen svepande omdömen. Eventuellt kommer många att känna sig orättvis behandlade. Ni får ta det som en observation utifrån och själva avgöra om det har relevans för er egen forskning eller inte.

Den första preciserade synpunkten handlar om metateori. Ur vilken samhällsvetenskaplig källa skall man hämta inspiration till sina forskningsproblem? För min del är det självklart att demokrati och demokratiteori bör vara en stark ledstjärna för all samhällsforskning. Som medieforskare bör man anstränga sig att tänka igenom vad ens undersökningsresultat betyder för människors möjligheter att leva tillsammans.

Det finns ansatser i den här riktningen inom kommunikationsforskningen. Regeringens demokratiutredare Bengt Göransson lovordade de bidrag som kommunikationsforskarna lämnade till den stora demokratiutredningen häromåret. Men eftersom demokrati inte bör vara ett monopol för statsvetare finns det mycket mer att göra.

För handen på hjärtat – ingen vill väl på allvar hävda att demokrati och demokratiteoretiskt inspirerade undersökningar tillhör medieforskningens starkaste grenar? Eller?

Om någon mot förmodan skulle säga emot på den här punkten så har jag färsk empiri att anföra som stöd för min uppfattning. Med hjälp av intresserade kolleger på statsvetenskap, MKV och juristutbildningen i Göteborg – positionen som studierektor för grundutbildningen är viktig som sagt – så har vi kunnat följa hur demokratiuppfattningen hos de studerande på respektive grundkurs utvecklas under en termins studier. De studerande har besvarat en serie noggrant utvalda surveyfrågor vid terminens början och slut, och vi har ordnat så att vi kan följa utvecklingen på individuell nivå.

I en tidigare undersökning har vi kunnat konstatera att det händer ungefär samma saker med demokratiuppfattningarna hos statsvetarstuderande i Göteborg och Uppsala. De studerande blir mer politiskt intresserade, får större förtroende för politiker, argumenterar procedurinriktat om demokrati, blir mindre benägna att stödja direktdemokratiska principer och sluter upp mer bakom den representativa demokratin. Vi visste inte då om det rörde sig om en utbildningseffekt så att man tänker annorlunda när man genomgår en akademisk utbildning i allmänhet, eller om förändringarna beror på något mer ämnesspecifikt kopplat till just statsvetenskapliga studier.

Resultaten från den nya undersökningen tyder på att det är ett ämnesspecifikt fenomen vi observerat. I den nya undersökningen utvecklas statsvetarstuderandes demokratiuppfattningar på ungefär samma sätt som tidigare. Juristerna blir något mindre intresserade av politik, mer misstrogna mot politikerna och får ett starkare stöd för expertstyre.

Med studerande i masskommunikation händer i stort sett ingenting. 20 poängs introduktionsstudier tycks gå spårlost förbi när man ombeds fundera igenom sin demokratiuppfattning.

Resultaten är preliminära som sagt, men de stödjer åtminstone hittills uppfattningen att demokrati *inte* är någon stor sak för medie- och kommunikationsvetenskapen som universitetsämne.

Säg detta till någon politiskt intresserad person utanför det akademiska och nog skulle man mötas av förvåning. Jag menar, det är knappast kontroversiellt att säga att massmedierna spelar en viktig roll i den svenska demokratin?

• • •

Demokrati finns förstås ändå med i medie- och kommunikationsforskningen, men då ofta i tämligen outvecklad form. Jag tänker då bland annat på olika typer av "kritiska" studier – mediekritik, kulturkritik och till och med allmän samhällskritik.

Kännetecknande för vaga och lite omedvetna demokrati-resonemang, och därmed för många "kritiska" studier, är att man definierar demokrati som det man själv tycker om. Man tenderar att tänka ungefär så här: Demokrati är bra, jag gillar den här företeelsen, alltså rör det sig om god demokrati. Eller tvärtom: demokrati är bra, den här företeelsen tycker jag illa om, alltså är det inte god demokrati.

Det här är ingen intellektuellt hållbar lösning. En statsvetenskaplig huvuduppfattning i ämnet är att demokrati är ett sätt att fatta beslut i gemensamma angelägenheter. När folket är suveränt, när alla väger lika tungt och när majoriteten avgör om man är oenig, då har man ett demokratiskt styrelseskick.

Ett sådant system utgör verkligen inte något konfliktfritt sätt att fatta beslut och kommer heller inte att göra alla nöjda. Allt som är bra är inte demokrati, och allt som är demokrati är inte bra, som en statsvetenskaplig kollega i Göteborg brukar säga.

Som redan antytts tror jag att det skulle vara värdefullt att tänka längs de här banorna även för dem som befinner sig i någon form av "kritisk" forskningstradition. Vari består kritiken egentligen? Om det är någon undergrupp av medborgare jag studerar, kanske grupper med starkt begränsat kapital i olika meningar, är det deras ärende jag vill gå? Är jag då beredd att acceptera deras uppfattningar som de är, eller använder jag deras uppfattningar för att driva en politisk hållning som jag själv tycker om?

Den allmänna rekommendationen till studier med "kritiska" förtecken är att man alltid skall ställa sig frågan: hur skulle det kunna vara i stället? OK, jag gillar inte den här företeelsen, men vilka är de realistiska alternativen? Den goda kritiska analysen innehåller ett betydande mått av självkritik skulle man kunna säga.

Får jag avslutningsvis på denna punkt ge ett konkret exempel på vad jag menar. I sin förra något mindre upphöjda existens som doktorand i

journalistik och masskommunikation i Göteborg följde Christina Jutterström en forskarkurs i journalistik. Hon läste all litteratur, tog till sig det sagda och funderade. Men till slut var hennes reaktion ungefär den här: "Jo, jag ser alla fel och brister i det vi gör idag, men snälla nån, vad skulle vi göra i stället?"

Jutterströms fråga, som jag fått återberättad av kursgivaren, är ytterst rimlig. Nyhetstänkandet bland dagens journalister har uppenbara likheter med Winston Churchills syn på demokratin: "Det sämsta tänkbara alternativet förutom alla andra".

• • •

Min andra och sista preciserade synpunkt handlar om hur man går till väga för att få svar på de frågor som man nu bestämmer sig för att ställa i sin forskning, om forskningsmetodik helt enkelt. Mitt intryck är att många medieforskare lever kvar i föreställningen att det finns en avgrundsdeep skillnad mellan kvantitativa och kvalitativa forskningsmetoder. Och att man tar denna skillnad till intäkt för att forskningsprodukter bör bedömas utifrån olika mallar beroende på vilken huvudtradition man befinner sig i.

Åtskillnaden mellan kvantitativa och kvalitativa forskningstraditioner tycker jag är djupt olycklig. Inom den del av samhällsvetenskapen där jag själv är verksam är man lyckligtvis på väg bort från en sådan tudelning. Det är *forskningsfrågan* som skall avgöra hur man skall bedriva sin forskning. Olika frågor kräver olika tillvägagångssätt, och olika tillvägagångssätt är bra för att svara på olika frågor, men i grund och botten är vi alla intresserade av att uttala oss om vad som i någon mening händer där ute i verkligheten. Denna ambition gäller oavsett om analysen handlar om något konkret och handfast som Berlusconis medieimperium, eller något mer abstrakt som senmodern urbanitet.

Betydligt mer konstruktivt än att bekänna sig till särskilda kvalitativa och kvantitativa forskningstraditioner är att diskutera allmän *metodmedvetenhet*. Med metodmedvetenhet menar jag då grundläggande saker som att veta vilken fråga man vill ha svar på, att systematiskt samla in information som svarar på frågan, och att dra korrekta slutsatser utifrån den insamlade informationen.

Ett sådant öppet förhållningssätt till de gamla invanda traditionerna ger en stor frihet men ställer också krav. Vissa tillvägagångssätt är olämpliga för att svara på vissa frågor. En traditionell surveyundersökning är illa lämpad för att svara på frågor om *hur* människor tar del av TV:s nyhetsprogram. Och kvalitativa intervjuer med ett litet antal strategiskt utvalda respondenter är en precis lika olämpliga forskningsteknik om man ställer frågor om hur många, hur ofta och hur vanligt.

Givet hur ämnet medie- och kommunikationsvetenskap har utvecklats under de senaste åren tror jag att de största problemen med metodmedvetenheten ligger hos de som bedriver forskning på kvalitativa data. (Det finns förstås en rad besvärliga frågor att ställa också till kvantitativa

forskningstekniker. Den antagligen svåraste handlar om överensstämmelsen mellan teoretiska begrepp och operationella indikatorer. Det får dock bli en annan historia.).

Felet man tenderar att göra inom det kvalitativa lägret är att dra starkare slutsatser än vad man har fog för. Även när man jobbar med djupare studier av ett litet antal observationer, som vid etnografiska undersökningar av människors medievanor, är det förtvivlat svårt att låta bli att dra slutsatser av kvantitativ karaktär (hur många, hur ofta, hur vanligt och så vidare).

Oavsett hur skicklig man än är på att observera och på att förstå hur ens intervjupersoner känner, tycker och uppträder så är och förblir icke representativa urval av ett litet antal observationer en ytterst osäker grund för den typen av slutsatser. Vill man ha svar på frågor om kvantitet så är det bäst att samla in kvantitativ information, det bara är så.

Möjligen skulle någon nu anföra det vanliga argumentet att man alls inte är intresserad av att generalisera. Jag medger att det *kan* vara riktigt att man verkligen ställer frågor om synnerligen historiskt specifika situationer. Men mycket ofta har man större ambitioner än så. Jag vågar lova att om vi sätter oss ner och diskuterar en stund om olika forskningsproblem så kommer vi fram till att väldigt många vill uttala sig mer allmängiltigt än om enbart de fall man faktiskt har undersökt. Och vill man ta ett generaliserande hopp från den egna undersökningen till den större verklighet man är intresserad av, ja då bör det hoppet diskuteras öppet och klart.

Sådana här frågor är jobbiga att ta itu med för den som är inkörd med ett visst sätt att jobba. Men om man vill vara seriös, metodmedveten och ha grund för sina slutsatser så måste man tänka i två steg: vad säger mina resultat om de enheter jag undersöker. Och hur förhåller sig de enheter jag undersökt till alla de andra enheter jag vill uttala mig om?

Den perfekta lösningen finns inte, men som metodmedveten forskare måste man öppet och rakt resonera om hur man har tänkt.

• • •

Jag sammanfattar mina punkter om den önskvärda utvecklingen av svensk medie- och kommunikationsforskning i rubrikform:

Tänk politiskt och socialt – handlar min forskning om viktiga ämnen?

Tänk demokrati – vad säger min forskning om hur vi människor skall kunna leva tillsammans?

Tänk alternativt – hur ser mitt alternativa idealtillstånd ut?

Tänk metodmedvetet – vilken är grunden för mina slutsatser?

Tack för mig och för ordet.

Erik Hedling

Filmvetenskapliga utvecklingstendenser

Exemplet "High Concept"

När jag i skrivande stund erhöll det senaste nyhetsbrevet från Society for Cinema Studies, den amerikanska fackorganisationen för filmvetare över hela världen, meddelades prompt att organisationen bytt namn till Society for Cinema and Media Studies. Namnbytet speglar naturligtvis forskningsläget och den tvärvetenskapliga utvecklingen inom disciplinen: från den humanistiska filmvetenskapen, med dess mer estetiskt inriktade problematiker mot den samhällsvetenskapliga medie- och kommunikationsvetenskapen, med till exempel dess mångfacetterade receptionsundersökningar.

Jag skulle vilja understryka att denna utveckling varit nödvändig. Film är ett alldeles för mäktigt medium för att bara låta sig reduceras till estetiskt finsmakeri, studiet av konstnärliga grepp eller konstnärliga biografier (även om det naturligtvis inte är något fel på något av detta). Filmen, och då menar jag särskilt den amerikanska filmen, är en av världens i särklass mest lönsamma ekonomiska verksamheter. Och dess publika genomslag i världen saknar historiskt motstycke. Här måste man studera historia, produktionsomständigheter och marknadsföringsstrategier på ett sätt som tidigare knappast gjordes inom den humanistiska filmvetenskapen. När jag själv utbildades var det de stora konstnärliga traditionerna eller de framstående konstnärerna som stod i fokus. Och de materiella förutsättningarna för industriell filmproduktion lyste mer eller mindre med sin frånvaro i kurslitteraturen.

Vad är då skälet till till exempel den amerikanska filmens massiva dominans? Detta måste med sannolikhet sökas i historien så låt mig rekapitulera.

I juni 1925 publicerades ett upprört brev från några läsare av den brittiska morgontidningen *Morning Post*. I brevet konstaterades att den inhemska filmindustrins produkter nu endast utgjorde 5 procent av nationens biografutbud. Situationen, menade skribenterna, var ohållbar. Arbetsmarknaden för brittiska filmarbetare var i fara. Dessutom innebar den amerikanska dominansen (som omfattade i princip de övriga 95 procenten av marknaden) att de flesta av filmerna uppvisade en "obrittisk atmosfär",

att de var föga "patriotiska" och att de skulle kunna ha en "skadlig psykologisk verkan" på publiken. Författarna till brevet var inte vilka som helst, utan utgjorde en viktig del av det dåtida Storbritanniens kulturella och ekonomiska elit: kompositören Edward Elgar, författaren Thomas Hardy, tidningskungen Cecil Harmsworth och varuhusmagnaten Gordon Selfridge.

Brevet uppmärksammades också och i en debatt i underhuset pläderade den konservative premiärministern Stanley Baldwin för införande av någon form av legaliserat handelsskydd för de egna produkterna. Följden blev den så kallade "Films Act" 1927, genom vilken biografägarna tvingades att se till att en viss procent av det totala utbudet var brittiska filmer. Andra europeiska länder följde snart med: Italien införde kvotering på sina biografer samma år, fransmännen gjorde det 1928.

Händelserna återberättas med dramatisk nerv i David Puttnams bok *Undeclared Wars: The Struggle for Control of the World's Film Industry* (Puttnam, 1997). Och det är filmens ekonomiska historia som Puttnam berättar och särskilt det krig mellan kontinenterna som han menar präglat 1900-talet – med USA som den omtvistade, men i ekonomiska termer odiskutable segraren. I en rolig anekdot i början av boken berättar Puttnam om hur en högt uppsatt fransk statstjänsteman inför GATT-förhandlingarna 1993 presenterades för en förtjusande amerikanska, enligt egen utsago PR-chef för en stiftelse baserad i Dallas, Texas. När amerikanskan senare ringde upp statstjänstemannen och uppvisade stort intresse för den franska hållningen inför GATT visste ingen av dem om att samtalet avlyssnades av det franska kontraspionaget. Kvinnan arbetade nämligen inte för någon obskyr stiftelse i Texas, utan istället för en av världens mest berömda organisationer, baserad i Langley, Virginia – alltså CIA. Hon var en av fem agenter speciellt utskickade för att kartlägga situationen, allt för att ge amerikanska Commerce Department förhandlingsövertag gentemot europeerna. Vad berättelsen illustrerar är vilken betydelse filmen som industri verkligen spelar för den amerikanska regeringen och hur mån den är om att upprätthålla sitt överlägsna grepp om den lukrativa europeiska marknaden där de amerikanska filmerna ständigt får mer än 75% av de totala intäkterna (inberäknat Frankrike, som är det enda land som fortfarande har kvotering och där USA enligt lag inte kan behärska mer än 50% av marknaden). Alltså har situationen föga förändrats sedan 1925.

För att kunna analysera detta diskuterar Puttnam till exempel Adolph Zukor, filmbolaget Paramounts skapare, författare till den ofta citerade självbiografin *The Public is never Wrong* och dennes bidrag till filmens ekonomiska uppsving på 10-talet. Zukor var en ungersk invandrare som efter emigrationen till USA snabbt tog sig in i filmbranschen och blev den som introducerade både det europeiska långfilmsformatet och det eleganta biografpalatset i USA. Han befriade på så sätt filmen från den ofrånkomliga slumstämpel den behäftats med efter de första årens festyra och förde in den i medelklassalongerna. Zukor trodde helt enkelt att det fanns mer pengar att tjäna om även medelklassen attraherades till biograferna och

det visade sig naturligtvis att han hade rätt. Amerikanerna glömde aldrig den läxa Zukor lärt dem.

Det gjorde däremot européerna som under 60- och 70-talen lät sina biografer förfalla alltmedan publiksiffrorna sjönk dramatiskt (Storbritannien, år 1946 världens mest biogående folk med 1.6 miljarder besök hade 1984 endast 54 miljoner biobesök i nedslitna gamla lokaler), tills det att hundratals miljoner amerikanska dollar återigen pumpades in i tyska och brittiska multiplexbiografer, vilka i sin tur lika dramatiskt höjde publiksiffrorna på 90-talet. Studier i Zukors biografi, konstaterar Puttnam menade, hade räddat åtskilliga europeiska biografägare från att bli ruinerade.

En stor del av Puttnams studie ägnas filmindustrins kriser på 50-talet. Genom antitrustlagar hade de stora amerikanska filmbolagen tvingats sälja sina biografkedjor – den vertikala integrationen, kontrollen av samtliga led i produktions- och konsumtionsprocessen hade utgjort ryggraden i den amerikanska filmindustrins enorma framgångar och man hade i det längsta lyckats behålla denna struktur. Dessutom stod man inför vad man uppfattade som det monumentala hotet från den snabbt växande televisionen. Hollywood försökte allt: nya filmformat som Cinerama och CinemaScope, stereofoniskt ljud, tredimensionella bilder men publiken var föga intresserade av dessa effekter. Man ville vid denna tid istället ha solida berättelser.

Det som till syvende och sist visade sig fungera var istället att samarbeta med det nya mediet och det var TV som tog initiativet även om filmmoguler som till exempel Columbias Harry Cohn mer eller mindre bad TV-direktörerna att fara åt helvete. Walt Disney visade vägen med TV-succén ”Disneyland” 1955 och Warner Brothers – som en gång tidigare pekat ut framtiden genom att introducera ljudfilmen 1927 – var det första stora bolaget som slöt avtal med TV om produktion av speciella TV-filmer 1956. Snart började filmbolagen hyra ut sina filmbibliotek till TV och redan 1958 stod den ”lilla duken” för 80% av all filmkonsumtion i USA; idag är, som känt, film- och TV-industrin i stort sett samma sak.

Återigen var Europa på efterkälken och genom att under lång tid – ända fram till slutet av 70-talet – upprätthålla den klassiska antagonismen mot TV-mediet lyckades man urholka den egna filmindustrin; det är ju först med att brittiska Channel Four började finansiera spelfilm i mitten av 1980-talet som den europeiska filmen återfann en del av publiken. Studier i amerikansk filmhistoria hade kunnat visa hur man borde ha förhållit sig.

Den ekonomiska dödsstöten mot europeisk filmindustri, hävdar Puttnam, var uppsvinget för konstfilmen i svallvågorna av den nya vågen – filmer från Frankrike, Italien, Tjeckoslovakien och i viss mån också Sverige – på 1960-talet. Det europeiska svaret mot den massiva amerikanska ekonomiska dominansen blev att filmen var en konst och att det främst var konstnärliga värden som stod på spel i det kulturella kriget mot den amerikanske inkräktaren. Konstnärskulten florerade bland de intellektuella och lyckades också infiltrera filmindustrin, hävdar Puttnam. Regissörer som Godard och Truffaut signerade under denna period sina filmiska mästerverk men någon publik

till biograferna drog de aldrig och inte heller lyckades deras filmer ge pengar till nya filmproduktioner när de såldes till TV. Och här är Puttnam järnhård i sin konklusion när han konstaterar att denna romantiska ideologi dömde den europeiska filmen till en "tillvaro i ett kulturellt ghetto från vilket den kanske aldrig har viljan att befria sig".

Puttnam sjunger emellertid inte enbart marknadens lov; vad han är ute efter är trångsyntheten, den till intet förpliktigande nationalismen (i själva verket orsakade man sina respektive länder svåra ekonomiska skador) och det dyrbara snobberiet i den europeiska kultursynen. Samtidigt som den ekonomiska grundsynen genomsyrar hans resonemang – filmen är ett för ekonomiskt lukrativt medium för att som i Europa bara ägnas konstnärliga experiment – menar han dock att filmskapare har ett stort kulturellt ansvar gentemot masspubliken och att särskilt den amerikanska filmindustrin syndar i sin hänsynslöst publiktillvända hållning. Så långt David Puttnam!

Hur ser då denna amerikanska, publiktillvända film ut! Det finns faktiskt inte så särskilt många undersökningar av vad det är som gör en film populär. En sådan undersökning har emellertid genomförts av filmforskaren Justin Wyatt (1994) som studerat den amerikanska filmens utveckling sedan 1975, det år då Steven Spielbergs *Jaws* angav tonen för hur en blockbuster skulle skapas och Wyatts studie fick vara utgångspunkten för min egen popularitetsstudie av filmen *Independence Day* (Roland Emmerich, 1996) i boken *Filmanalys: en introduktion* (Hedling, 1999).

Wyatt visar hur det på 70- och 80-talen utvecklades ett effektivt konstnärligt recept i Hollywood som han benämner just "High Concept". Med "High Concept" avses helt enkelt filmer med ett visst popularitetspotential som kan marknadsföras på ett speciellt sätt; uttrycket var från början branschslang för ett innehållsreferat av en film som kan uttryckas i en enda mening, men med Wyatt kan det utvidgas till att omfatta en hel företagsekonomisk produktions- och marknadsföringsstrategi.

Kriterierna för "High Concept"

1. *Berättandet*. Under den klassiska eran – från 1917 fram till 1970-talet – var det amerikanska filmberättandet främst inriktat på att skapa en "rakt" berättad, psykologiskt realistisk berättelse. Den traditionella dramaturgin, inlånad från borgerlig roman och teater, fick styra; berättelsen hade en distinkt början och ett logiskt slut där alla lösa trådar knöts ihop till en prydlig knut. Berättelsen kännetecknades av tydligt identifierbara segment som, för att citera Örjan Roth-Lindberg, "anslag, fördjupning, stegring, kulmination, problemlösning, avtoning etc.". En allmänt vedertagen term för att beteckna denna standardiserade berättarstil har varit *det klassiska hollywoodberättandet*, och dess särskilda särdrag har analyserats ingående av trion David Bordwell, Janet Staiger och Kristin Thompson (1985).

Wyatt visar emellertid hur "High Concept"-estetiken gradvis luckrat upp denna monolit och övergått i vad man skulle kunna beteckna en "post-klassisk" stil. Istället för att fokusera på intrikata berättelsesamband, det kausala och logiska framåtskridandet, understryker det nya berättandet mer spektakulära inslag av olika slag: till exempel exponerad sexualitet och nakenhet med vackra skådespelare – Pierce Brosnan, Halle Berry, Rosamund Pike – i Bond-filmen *Die Another Day* (Lee Tamahori, 2002), halsbrytande action som i stridsscenerna från Helms klyfta i Tolkien-filmatiseringen *Lord of the Rings: The Two Towers* (Peter Jackson, 2002) eller dator-animerade specialeffekter som i kampen mellan Spiderman och "The Green Goblin" i *Spiderman* (Sam Raimi, 2002; för övrigt årets i särklass mest inkomstbringande film med över 10 miljarder inspelade kronor redan på biograferna).

Många gånger är den övergripande handlingen i en "High Concept"-film så enkel att den kan sammanfattas i en enda mening, gärna så att inslagen av sex, våld och spänning särskilt kan apostroferas i marknadsföringen. Beträffande just *Spiderman* används i skrivande stund reklamtexten "Spiderman swings onto DVD and video" högst upp på filmens Internet-hemsida. "Spiderman swings", "Spindelmannen svingar sig", två ord, beskriver faktiskt i stort sett filmens i särklass dominerande berättelsemotiv. Orden är helt enkelt perfekta för intensiv och lättfattlig marknadsföring. Filmbolagen kan även på andra sätt använda liknande komprimeringar av berättelsen i "High Concept"-filmer i marknadsförande syfte: premiären på *Lord of the Rings: The Two Towers* föregicks till exempel av en intensiv trailerkampanj där biograferna till och med annonserade att trailern skulle visas i samband med andra filmer i pressen.

2. *Musik*. Klassisk teori om filmmusikens roll, till exempel Claudia Gorbman (1987), har understrukt hur musiken av hävd underordnats berättandet, i bemärkelsen det tidsmässiga framåtskridandet. Den traditionella filmmusiken har emellertid gradvis ändrats med popmusikens tilltagande grepp över den stora ungdomspubliken. Inte sällan marknadsförs musiken som en självständig del av filmen – tillsammans bildar film och musik ett slagkraftigt kommersiellt helt. Howard Shores musik till *Lord of the Rings*-filmerna har ju i sig själv blivit en megahit. Exempevis ljuder Sarumans tema över ingressen till dataspelet, lanserat för Playstation 2 (karaktéristiskt nog en liten multimaskin för datorspel, DVD och CD, samtliga hårdvalutor på konsumtionsmarknaden). En annan musikalisk hit från senare år är Hans Zimmers musik till *Gladiator* (Ridley Scott, 2000). *Gladiator* är så noggrant koreograferad i förhållande till musiken att berättelsen närmast ter sig som en opera – studera till exempel den inledande striden vid skogsbrynet där de vilda germanerna skanderar sina stridsrop i perfekt takt med Zimmers musik eller samma strategi i den första gladiatorscenen från Colosseum i Rom. Filmmusikens enorma genomslagskraft har till och med inneburit en viss renässans för musikalen som musikdramatisk genre, till exempel med

Moulin Rouge (Baz Luhrman, 2000). Med den vackra Nicole Kidman sjungande de gamla popslagdängorna i filmen i trailern säkrades kommersiell framgång både för filmen och inte minst för CD:n med musiken.

3. *Stil*. Många av de filmiska greppen – arkitektur, färg och kostymering – utnyttjas för att skapa en läcker och iögonfallande inramning. På 1970-talet eftersträvade den amerikanska filmen iscensättningsrealism i klassiska filmer som till exempel *Straw Dogs* (Sam Peckinpah, 1971). Under de senaste åren har den filmiska stiliseringen fått en kraftfull renässans med filmer som *Hannibal* (Ridley Scott, 2001), *Fight Club* (David Fincher, 1999) eller till och med *American Beauty* (Sam Mendes, 1999). Filmstilen idag innebär att musik, skådespelare och grepp anpassas till en övergripande design, anpassad till marknadsföring via TV-trailrar, musikvideor på MTV, T-shirts, allehanda merchandise och bjärt affischering – bilden av den nakna Mena Suvari hållande i ros vid naveln under reklamkampanjen för *American Beauty* är ett utmärkt exempel. Det kan också röra sig om ett enhetligt och häftigt framtidskoncept som i de nya *Star Wars*-filmerna, kultiska sagofigurer som i *Lord of the Rings* eller storslaget återskapad historia som i *Gladiator*.

4. *Skådespelare*. Den kommoditet kring vilken filmen marknadsförs är framförallt skådespelaren: en Leonardo di Caprio i *Gangs of New York* (Martin Scorsese, 2002), en Tom Cruise i *Vanilla Sky* (Cameron Crowe, 2001) eller en Reese Witherspoon, den nya kvinnliga fixstjärnan, i *Legally Blonde* (Robert Luketic, 2001). Med hjälp av dataspel, Internethemsidor och TV har filmstjärnans roll blivit starkare än någonsin i modern amerikansk film. Studera exempelvis Viggo Mortensens fantastiska uppsving efter rollen som Aragorn i *Lord of the Rings*; han är hjälte i såväl dataspel som på otaliga Internethemsidor. Att europeisk film hamnat så hopplöst på efterkälken i förhållande till amerikanerna rent ekonomiskt beror enligt britten Angus Finney (1996) på avsaknaden av ett stjärnsystem i Europa. I USA betingar flera manliga skådespelare – Tom Hanks, Tom Cruise, Jim Carrey, Russell Crowe – ibland gager på över 30 miljoner dollar för en enda film; för deras kvinnliga motsvarigheter – Reese Witherspoon, Julia Roberts – ligger gagerna på drygt halva summan. Det är kring stjärnan som filmens marknadsföring byggs; stjärnan skapar glamour och via framgångar på dukarna lockas publiken ånyo till biografer eller videouthyrare. Filmstjärnan är alltså själva navet i "High Concept"-estetiken.

5. *Intertextualitet*. Den flitigt förekommande intertextualiteten är en av de viktigaste komponenterna i "High Concept". Intertextualitetsbegreppets historik står att finna i de flesta litteraturvetenskapliga eller medievetenskapliga uppslagsböcker, som hos Robert Stam (1992). Med intertextualitet avses filmens kontaktytor gentemot andra filmer, texter eller övriga textuella fält. Intertextualiteten, att aktivera åskådarens kännedom om till exempel andra filmer, är populär eftersom åskådaren då kan känna igen sig i ett

medialt rum. Således refererar ofta en skådespelare till sina tidigare filmer på något sätt, mest bokstavligt när Viggo Mortensen i *Lord of the Rings: The Two Towers* återskapar sitt populära rollporträtt från *Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring* (Peter Jackson, 2001). Ett annat givet exempel är Anthony Hopkins som Hannibal Lecter i såväl nämnda *Hannibal* som *Red Dragon* (Brett Ratner, 2002); båda filmerna refererar i sin tur till Hopkins enormt populära rollgestaltning i klassikern *The Silence of the Lambs* (Jonathan Demme, 1991). Stjärnorna är emellertid i ständig kontakt med tidigare gestaltningar i form av "type casting". Ian McKellen har gjort braksuccé som Gandalf i *Lord of the Rings*. Det är således ingen tillfällighet att han skall ersätta den numera avlidne Richard Harris som professor Dumbledore i den tredje filmen om Harry Potter: *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban* (Alfonso Cuarón, 2004). Precis som McKellens Gandalf i *Lord of the Rings* gestaltade filmens fadersfigur, gjorde Harris' Dumbledore det i de två första Harry Potter-filmerna. Sätten att skapa intertextuella länkar är ändlösa.

"High Concept"-estetiken är en materiellt och ideologiskt genomsyrad produktionsomständighet och en marknadsföringsstrategi, oavsett om den som Puttnam indikerade utgör en spekulativ "i en hänsynslöst publiktillvänd hållning". Skälen till dess uppkomst finns att finna i filmhistorien, såväl den ekonomiska som den estetiska. Det är denna typ av frågor som jag tycker filmvetenskapen måste kunna adressera i framtiden: om varför USA dominerar, om varför vissa filmer är så populära, om varför Europa är så ekonomiskt akterseglande på denna den lukrativaste av marknader. Det kan filmvetenskapen bara om den i tvärvetenskaplig vidgar sig mer mot samhällsvetenskapen (till exempel sociologin, medie- och kommunikationsvetenskapen, företags- och nationalekonomin etc.)

Litteratur

- David Bordwell, Janet Staiger och Kristin Thompson (1985) *The Classical Hollywood Cinema: Film Style & Mode of Production to 1960*. London och New York: Routledge.
- Finney, Angus (1996) *The State of European Cinema: A New Dose of Reality*. London: Cassell.
- Hedling, Erik (1999) *Filmanalys: en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Gorbman, Claudia (1987) *Unheard Melodies: Narrative Film Music*. London och Bloomington: BFI/Indiana University Press.
- Puttnam, David (1997) *Undeclared Wars: The Struggle for Control of the World's Film Industry*. London: Harper-Collins.
- Roth-Lindberg, Örjan (1985) "Filmanalytiska metoder", i Peter Cornell (red.) et al *Uppslagsbok i Bildanalys*. Malmö: Gidlunds, s. 124-131.
- Stam, Robert (1992) "Intertextuality", i Robert Stam, Robert Burgoyne och Sandy Flitterman-Lewis, *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-Structuralism and Beyond*, London och New York: Routledge, s. 203-210.
- Wyatt, Justin (1994) *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*. Austin: The University of Texas Press.

Malin Åkerström

Om en sociologs användning av medier

Jag har blivit ombedd att reflektera kring hur en sociolog använder medier som empiriskt material. Denna reflektion skulle också ställas mot min bild av medievetenskapen.

Om den aktuella forskning, som bedrivs just nu vet jag ytterst lite. Men i den konventionella medieforskningen finns det en tankefigur som består av en dikotomi. Den handlar om att man studerar "sändare" å ena sidan och "mottagare" å den andra sidan. Dessa studier hålls ofta isär; de förra handlar om mediaproduktion och de senare om mediakonsumtion.

Detta är en förenklad bild och många av dagens mediaforskare har helt andra utgångspunkter. Men eftersom jag behöver något att hänga upp mitt resonemang på, använder jag denna bild för att kontrastera mot ett mer sociologiskt perspektiv. Det utmärkande för detta är att media ses som starkt *integrerat* i ett social sammanhang. Man studerar media som en del av ett socialt system, en kultur eller organisation. Alla våra klassiker har betonat interaktionens betydelse. Simmel uttryckte det så här: "Description of the forms of this interaction is the task of the science of society in its strictest and most essential sense." (Simmel 1950, 21-22)

Själv har jag ägnat mig åt naturalistiska studier men också konstruktivistiska där språket givits större betydelse. Bägge dessa perspektiv har i min forskning haft en etnografisk prägel. En av dess föregångare, Everett Hughes, som kom att representera den s.k. Chicagoskolan betonade också interaktion som vårt ämnes innersta essens: "The subject matter of sociology is interaction".

Nedan skall jag ge några exempel där jag tycker att medias integrerade del i våra handlingar kan lyftas fram. Det handlar om initiativ, gångbarhet och samspel.

Initiativ, spela med media

Att olika parter *använder* media för sin egna syften är inget nytt. Hela kvinnojoursrörelsen, t ex, spreds och bars upp av ett gemensamt arbete

mellan medier och rörelse. De lyckades därigenom också förändra innebörden i "våld", – från det privata problemet "familjebråk" till ett socialt problem "misshandlade kvinnor". I denna process typifierades kvinnorna via medias bilder och berättelser; problemet beskrevs och vissa lösningar framstod som givna.

Nya kategorier av människor kan också genereras via sådana utspel och initiativ. "Brottsoffer" är ett exempel på en sådan. Det hittar man enligt SAO första gången 1970 i media. Men detta var inbäddat och föregicks av en social rörelse som inte bara fanns i Sverige utan också internationellt.

Men även mer *lokala utspel* kan ses som användningar av media för att konstruera en önskad bild. Som sociolog är det intressant att se hur sådana utspel kräver sin speciella organisation och arbetsdelning. Det är en, i vid mening, social produktion som manifesteras i tidningsartikel och TV-program. Vi kan ta flyktingfrågan där olika parter använder media för att generera sympati för sin hållning. Regeringen måste t ex lägga fram sina förslag så att man å ena sidan inte retar upp radikala, invandravänliga svenskar samt invandrare, å andra sidan inte ger för stort spelrum för invandrarfientliga krafter. I mer lokala sammanhang strider organisationer eller familjer med sina advokater om en viss grupp, eller en viss individs rätt att få stanna – media. Ett konkret exempel:

Under 1995 genomförde bosniska flyktingar med kroatiska pass en demonstration i Tyska kyrkan i Karlskrona, där de bosatte sig en period, därför att de var rädda för att bli tillbakaskickade. Det har sagts att denna demonstration ledde till att regeringen utformade en ny reglering, s.k. "temporärt uppehållstillstånd", dvs detta blev en direkt effekt av denna kampanj. Det blev nämligen kampanj av det – olika intresseorganisationer slöt upp och det hela mediabevakades.

Zoran Slavnic som själv kom hit som flykting 1992 har skrivit en avhandling, *Existens och Temporalitet* (2000) om Bosnienflyktingar i Sverige. I boken beskrivs bl.a. hur en arbetsdelning infördes i kyrkan i Karlskrona, hur vissa tog hand om barnen, andra ordnade toalettköer, vissa fixade mat, och några tog hand om journalisterna. De senare var de unga, välutbildade, de som lärt sig svenska bäst.

Tidningsartiklarna och TVprogrammen kan ses som en regisserad "föreställning" för att låna Goffmans dramturgiska metafor som hålls inför framförallt allmänheten på parketten. Det intressanta är inte "sändare" – med det avses väl ofta media i sig (produkten, tidningsartikeln *eller* mottagaren utan *interaktionen dem emellan*.

En sådan aktion handlar om att ge offentlighet åt sina problem – men det är ett vågspel. Man kan aldrig veta på förhand. De inblandade var rädda för att media inte skulle ge sitt stöd, men det visade sig att media var positiv. Men man var medveten om att stödet kunde förbytas i sin motsats.

Hade vi bara stannat några dagar längre i kyrkan hade det säkert haft negativa följder bland allmänheten. Det bara är så det finns en period då folk

tycker synd om offer, men sedan blir de uttråkade av det hela. Det är samma sak som när du varje kväll ser kriget i Bosnien på TV. En kväll säger du bara "Åt helvete med bosnierna och deras krig. Jag vill inte se mer på detta. Jag vill se på ett musikprogram. Jag bryr mig inte om flyktingarna, de kan dra åt skogen." Det var vi rädda för. (Slavnic 2000:134-135)

Antagande om opinionen – och antagande om det som Johan Asplund kallat "Mättnad", kan bli en väsentlig ingrediens i en studie som handlar om utspel och initiativ där media används som redskap. Det är alltså inte studiet av "mättnad" i sig, inte heller bedömningar av ämnen som mättade – vi vet att i redaktionella bedömningar ingår att avgöra om ämnen är uttömda – utan poängen är att parter även *utanför* medier, gör antaganden om mättnad.

Man kan ta ett steg till utanför "sändare eller mottagarmodellen" och undersöka hur denna sociala produktion av mediamaterialet möjliggjordes i vårt exempel. Man kan diskutera hur den samtida diskursen såg ut, vad som var möjligt att uttrycka – vilka känslor man anspelade på osv. Men man kan också urskilja hur speciella *sociala former för flyktingmottagandet* bäddade för kampanjen – Det var t ex ingen slump att demonstrationen skedde just i Karlskrona, i Malmö t ex hade flyktingarna inte gemensamma förläggningar. Där bodde de ensamma, hos vänner, släktingar etc. – de fick möjlighet att ordna sitt eget boende. I Karlskrona däremot tvingades man samman i ett kollektiv – det var just detta kollektiv som möjliggjorde en organisering av flyktingarna.

Om vi återgår till den Goffmanska "Föreställningen" kreeras den av parter utanför media, riktar sig i en enkel mening till media, men den egentliga publiken är allmänheten, som i sin tur förväntas påverka tjänstemän och politiker. I sin förlängning är det en sådan interaktion som är möjliga i öppna demokratiska samhällen där det finns tryckfrihet och offentlighet. Sammantaget ger det möjligheter åt särskilda sociala former av interaktion, "läckor" och "utspelet" samt strategier för att förhindra sådana.

Vad är gångbart? – ex på det tillbakahållna

Mitt nästa exempel handlar om utspelets motsats: det tillbakahållna. Det handlar om antaganden om det icke-gångbara. Beträffande vissa ämnen, personer, situationer håller medias representanter – och andra aktörer – aktivt emot. Man strävar efter att hålla tyst snarare än att ge offentlighet.

Exemplet nedan är hämtat från en undersökning jag just nu är ansvarig för, "Pensionärerna och våldet". Det exempel jag ska använda mig av rör stöld i hemmet, "åldringsrån".

I denna studie ingår intervjuer, observationer från möten med olika organisationer samt en inventering och analys av mediematerialet kring ämnet. Det sistnämnda görs av Håkan Jönson

Jag själv har talat med poliser och kriminalvårdare. När de pratar om stölder hos äldre i hemmet berättar de ofta om typfallet där några personer knackar på dörren och ber att få ett glas vatten. Medan den gamle hämtar vattnet passar någon annan på att stjäla någon värdesak. De intervjuade uppger också att det ofta är utomnordiska romer/zigenare som utför dessa brott. Detta sägs emellertid gärna utanför den formella intervjun; mellan skål och vägg s a s. Man är också noga med att påpeka att det är en liten grupp, som ägnar sig åt denna specialité, man vill inte peka ut alla romer. Frågan är så känslig att även andra myndigheter vill ligga lågt: Professorn i kriminolog Jerzy Sarnecki har i ett radioprogram uppgett att Brottsförebyggande rådets styrelse lade ned ett forskningsprojekt som skulle kartlägga zigenares brottslighet under 80-talet, med hänvisning till att frågan var för känslig

Frågan tycks ha monopoliserats av rasistiska främlingsfientliga organisationer. Slår man på begreppet "åldringsrån" på Internet så leds man till organisationer som använder ämnet som ett av sina slagnummer.

När ämnet rapporteras i "vanliga massmedia" tar det sin speciella form – som i radions P1 – som hade två inslag två dagar efter varandra år 2000. Dag 1 innehöll ett reportage där romerna pekades ut, man hänvisade till ett speciellt brott. Dag 2 intervjuades också ordföranden för svenska Romer som säger att några få Romer ger alla dåligt rykte. Alltså, dag 1 äldre offer, dag 2 zigenare offer.

Journalisters beslutsavvägande sker också inom en organisatorisk ram: Hur har ämnen, informationssnuttar, idéer till artiklar mottagits av redaktionschefen? Vem sitter som chef just ikväll? Har min artikel någon framtid hos henne eller honom? Man arbetar med det Robert Emerson kallar för *retrospektiva och prospektiva horisonter*:

Vid en intervju om just s.k. åldringsrån synliggörs dessa organisatoriska horisonter i journalistens svar – plus att man också ser hur försiktigt intervjuaren formulerar sig när han ställer sina frågor vars avsikt är att klargöra journalistens uppfattning om samband mellan zigenare och åldringsrån. Intervjuaren visar en artikel där det är en bild av en mörkhårig kvinna som någon annan journalist nämnt är en psykiskt sjuk zigenka. Han använder sedan olika försiktighetsstrategier. Inledningsvis citerar han någon annan, ett perspektivbyte i en framställning som Goffman benämnde "footing", som gör att man själv inte behöver ta ansvar för ett yttrande. Sedan använder han eufemismen "utländsk härkomst", efter ett tag ytterligare en annan. "små etniska grupper".

Intervjuaren läser högt ur artikel där en polis citeras: "jag kan väl säga också att det finns en viss överrepresentation på de här brotten av personer med utländsk härkomst" och frågar sedan om det pågår någon

redaktionell diskussion eller någon fundering om "ska vi verkligen skriva det här?"

Journalisten: Ja, det gör det. – det pågår *mycket* sådana diskussioner här. –, det är ju sånt, ansvarig utgivare fråga och det har vi ju en ansvarig utgivare som är väldigt intresserad av presskritik

Intervjuaren: Mmm, men hur tänkte du när du skrev det då?

Journalisten: Jag tänkte att , ja, jag skriver att han säger det och så... ja, jag vet inte, det, om han (redaktören) tycker att det har någon, att det är värt att tänka på.

Intervjuaren: Mmm.

Journalisten: Då tänker han ju det av, då... ja, nej jag... jag passar på den.

...

Intervjuaren: För att eh, det här är ju, det här är ju extremt känsliga frågor.

Journalisten: Mmm...

Intervjuaren: Och eh, det har ju att göra med, med, med, ibland med små etniska grupper.

Journalisten: Mmm...

Intervjuaren *citerar återigen andra*:

– Och det är ju, söker man exempelvis på, på de här brotten på olika databaser ("Mmm...") så kommer det ju då enstaka uttalanden från poliser som säger att "ja, det här är ju mest zigenare som håller på med det här", känner du igen den diskussionen.

Journalisten: Nej, inte att man får fram de svaren på databaser, men däremot om du går upp och sätter dig och går igenom stämningsansökningar och domar på den här typen av brott...

Vid denna tidpunkt tycks intervjuaren känna behov av att uttryckligen använda sig av det som Hewitt och Stokes skrivit om som "disclaimers" i samtal, dvs påpekanden som är ämnade att försvara jaget inför yttranden av känslig karaktär (Det klassiska är "Jag är inte rasist, men...")

– Mmm... jag hoppas du förstår att jag inte riktar någon som helst anklagelse mot den ena eller andra.

Journalisten : Nä, nä, nä, jag, jag förstår, men, men alltså, men alltså återigen, det där tycker jag absolut att du ska ställa den frågan där till, till nattchefen så att, för att hur de diskuterar det där, det är, det är inte riktigt, inte riktigt min sak.

Intervjuaren: Mmm... nä ja...

Journalisten: Men jag vet att det blir mycket noga övervägt.

Vi ser hur intervjuaren använder det som konversationsanalytiker kallar för "fishing", dvs man fiskar försiktigt efter information – detta gör man alltså i fall där det av olika skäl är känsligt att fråga direkt och öppet. Svaren uteblir emellertid, den intervjuade journalisten "nappar" inte – åtminstone inte helhjärtat, men visar hur hon bedömer sitt arbete i förhållande till den organisatoriska ram hon ingår i.

Samspel

En genre, möjliggör endast vissa uttryck, vissa berättelser om man så vill. I vissa fall behövs t ex uttryckligen omvärldens specifika deltagande: någon som vill medverka med sitt foto eller sin berättelse. Ibland blir det t ex ingen artikel därför att journalisten eller reportern inte hittar någon som vill iscensätta det man vill rapportera om.

I samma projekt som exemplet ovan hämtats från intervjuades en journalist som berättade om hur hon intresserat sig för "Väskryckta äldre" sedan två äldre kvinnor under en kort period dött efter att ha skadats då de blivit rånade på sin handväskor. Journalisten anar en trend och vill uppmärksamma problemet.

och då ville vi ju försöka få tag på anhöriga till de här människorna, Vårn (kvällstidningen) dramaturgi säger att vi ska alltid ha en människa med. Men då visade det sig att båda de här kvinnorna som hade dött levde ensamma och hade inga barn, så att, det fanns inga riktiga anhöriga som kunde ställa upp då. Men så låg vi lite lågt med det där – det blev ingen artikel – ända tills det var en äldre dam igen i Malmö som blev väskryckt då och skadade sig ganska så... eller hon, hon skadade sig i armen i alla fall. Och då så gick jag på det här fallet då igen, men då ville inte den här damen ställa upp med namn och bild och... Men då så lyckades jag få tag i den här kvinnan då, en kvinna då i Avesta. Jag hittade någon gammal artikel där det stod om väskryckning uppe i rätten i Hedemora, så fick jag ut de handlingarna, så fick jag tag i hennes namn, och så ringde jag henne och hörde om hon ville berätta lite om sig... i vårn tidning, och det ville hon. Så då körde vi där, och då hade jag henne, och så försökte jag ju hitta lite forskare som kunde säga varför ökar det och vilken sorts offer väljer man ut?

Journalistens beskrivning av artikelns tillkomst visar hur beroende en problemartikel är av kvällstidningens självuppfattning och av omgivningens samarbete. I det här fallet tvingade avsaknaden av brottsoffer eller anhöriga tidningen att ställa artikeln åt sidan, fram till det att intresset på grund av en ny incident, blev så stort att journalisten aktivt sökte efter ett offer som var villigt att personifiera problemet. Vid detta tillfälle kan involvera ytterligare aktörer: forskare, som kan fylla rollen som experter på det generella problem som åskådliggjorts genom det specifika exemplet.

• • •

Massmedier är i ett sociologiskt perspektiv invävt i övrigt socialt liv. De tillför en speciell form av verktyg och ger en speciell typ av information och kunskap. Genom media får vi en slags meddelande om *omgivningen*. Journalisten ovan bidrar till den del av den kunskapsproduktion som Peter Berger kallade sociologismer och psykologismer, förenklade kunskap och

resultat från vetenskapen. Därför förklarar hon varför den väskrykta damen från Malmö inte ville ställa upp genom att förklara: "Dom blir ju ofta sådana". Detta är en kunskap där man ibland ställer de egna erfarenheterna mot den bild man får genom medier. Föräldrarna till ett dövt barn uttryckte förvånat i Katarina Jacobssons studie *Retoriska strider*: "Vi har ju inte haft någon kris, men den kommer kanske" efter att ha lärt sig att man ska gå igenom en kris i dövorganisationens tidningar: de döva

Medier utgör en del – en viktig del – av vårt liv (Jag har t ex en god vän som påstår av Bamse tog hand om den moraliska fostran av hennes barn, och Fem myror är fler än fyra elefanter på TV fick dem att lära sig läsa och räkna.) Journalister, Tvproducenter, och filmmakare är inte bara "sändare" de är också mottagare: mottagare av normer, av juridiska begränsningar, av omvärldens medhjälp. "Mottagarna" – läsarna, TV-tittare är sändare – både i bred mening som delaktiga i en samtida kultur, men också så att de tar tar initiativ och gör utspel för att deras ämne skall hamna i medierna. Det är som sociolog svårt att se en dikotomi, svårt att tydligt avgränsa det ena från det andra. För att medierna skall materialiseras krävs ett samspel med omgivningen – ibland är det denna som tar initiativet, som flyktingarna i Karlskrona, ibland får någon mediarepresentant rycka i aktörer från omvärlden: de behövs inte bara för reportaget men också för gestaltningen. *Vad* man kan skriva om – ett känsligt ämne, som zigenarna är inte bara känsligt för medier, det är också känsligt för polis, myndigheter och som vi såg också för intervjuaren.

Lennart Weibull

Forskaridentitet i förändring

Några personliga reflexioner kring svensk medieforskning

För en knapp vecka sedan var jag på en konferens som ägde rum på andra sidan Sundet i Köpenhamn. Konferensen var ordnad av European Science Foundation (ESF) inom ramen för programmet *Changing Media, Changing Europe*. Key note speaker var professor Elihu Katz, en av medieforskningens stora gestalter sedan 1950-talet, nu en drygt 70-årig gentleman verksam både i Jerusalem och Philadelphia. På 1950-talet arbetade han tillsammans men en av surveyforskningens pionjärer, Paul F Lazarsfeld, och var med om att lansera tvåstegshypotesen, på 1970-talet satte han tillsammans med Jay G Blumler användningsmodellen på forskningskartan och på 1980-talet myntade han tillsammans med Daniel Dayan begreppet 'Media Events'. Det var fascinerande att lyssna på honom. Hans tal handlade om sändares strategier för att kontrollera mottagare och sammanfattade där mycket av sin egen forskning. Elihu Katz surfade elegant mellan tidiga publikstudier och aktuella analyser av mediemarknadens aktörer. Hans entusiasm för ämnet smittade av sig och det blev en livlig diskussion i anslutning till föredraget.

Vad är en medieforskare?

Att jag nämner Elihu Katz i upptakten till mina reflexioner över svensk medieforskningens identitet har att göra med att han väl illustrerar forskningsområdets förändring. Katz är nog för de flesta samhällsvetare känd som en sociolog som ägnat sig åt studier av opinionsbildning och medier. Läser man hans CV upptäcker man snart att han också har många publiceringar som inte faller inom medieområdet. För mig är Elihu Katz därför en bra representant för den första generationens forskare inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga fältet. I Sverige skulle vi på samma sätt kunna nämna en litteraturhistoriker som Otto Sylwan vid 1900-talets början, en statsvetare som Jörgen Westerståhl på 1950-talet eller en ekonom som Karl Erik Wärneryd på 1960-talet. Ingen av dessa kan rimligen kallas

– och skulle säkerligen inte heller vilja kallas så – medieforskare, men de har i hög grad bidragit till etableringen av en svensk forskning om medier och kommunikation. Westerståhl och Wärneryd byggde dessutom upp forskningsmiljöer i Göteborg respektive Stockholm där studiet av medier var en integrerad del.

Dessa samhällsforskningens 1950- och 1960-talsmiljöer var viktiga för nästa generation forskare med intresse för medie- och kommunikationsfrågor. FSMK:s förste ordförande, Kjell Nowak, var sprungen ur Wärneryds forskningsgrupp vid Handelshögskolan i Stockholm, Uppsalahistorikern Stig Hadenius hade rekryterats av Westerståhl för att bli en drivande medieforskningsgrupp. Vid sidan av dessa miljöer fanns i Lund en grupp vid sociologiska institutionen, där den tidigare litteraturvetaren Karl Erik Rosengren var den drivande. Även jag tillhör en generation som förhållandevis tidigt skolades in i medieforskning genom att Stig Hadenius ville ha med mig i ett presshistoriskt projekt. Projektet handlade om den socialdemokratiska pressens uppkomst i Sverige och resulterade i bok som utkom 1968. Ett par år senare hade vi vidgat perspektivet till aktuella massmediefrågor och publicerade boken *Press radio TV*, som senare skulle bli *Massmedier* och utkomma i många upplagor.

Den fråga som ställts inför dagens diskussion är vilken ämnesidentitet vi har som blev den första generationens ämnesföreträdare inom medie- och kommunikationsvetenskap eller journalistik, t ex Stig Hadenius och Kent Asp från statsvetenskap, Peter Dahlgren, Håkan Hvitfelt och Karl Erik Rosengren från sociologi, Olle Findahl från psykologi, Kjell Nowak från ekonomisk psykologi och Karl Erik Gustafsson från företagsekonomi. Det skall erkännas att jag inte själv funderat så mycket över frågan om ämnesidentiteten. I både utbildning och forskning har jag surfat över ämnesgränserna. Visserligen disputerade jag i statsvetenskap, men avhandlingen hade ganska lite med politik att göra och jag blev kort därefter docent i masskommunikation. Skulle jag avkrävas ett svar vill jag nog se mig som medieforskare, men då med en klar samhällsvetenskaplig profil. I det senare fallet tror jag följande att mina grundutbildningsstudier i psykologi påverkade mig mera än statsvetenskapen, liksom det tvärvetenskapliga medieseminarier i Göteborg, där litteraturvetaren Gunnar Hallingberg var förste ordförande.

Nya spännande forskningsfrågor

Det som jag uppfattar som viktigt för min orientering mot medie- och kommunikationsvetenskapen var att jag tyckte att de spännande forskningsfrågorna fanns inom det fältet. Om man ville förstå politik kändes de institutionella frågorna ointressanta, medan jag betraktade frågor om den politiska processens villkor, särskilt mediernas roll i opinionsbildningen,

som centrala. Den naturliga följdfrågan blev då vilka som egentligen var mediernas villkor – och det är fortfarande de frågorna som intresserar mig.

Att många svenska samhällsvetare under 1960- och 1970-talen samtidigt upplevde mediefrågorna som ytterst spännande måste ses i ljuset av både samhällsförändring och tidsanda. Två omständigheter var särskilt viktiga. Det ena var radikaliseringsen av samhällsvetenskapen som medförde en större betoning av de dagsaktuella frågorna, det andra var den expansion som vid denna tid skedde framför allt inom televisionen som i kombination med en allt mera ifrågasättande journalistik tydligt visade på mediernas roll som självständiga aktörer i samhället. Det var i den här situationen naturligt att samhällsvetare med skilda bakgrunder blev intresserade av att belysa dagspress, radio och TV. Mot bakgrund av samhällsvetenskapens intresse för kommunikation som en process, t ex i form av opinionsbildning, attitydpåverkan eller socialisation, var det också naturligt att det i första hand blev samhällsvetare som engagerade sig i forskningen om medier.

De sociologer, statsvetare, psykologer och ekonomer som kom i medieforskningen hade visserligen något olika utgångspunkter men ändå relativt likartade referensramar. Följden blev att redan de första mötena medförde olika typer av samverkan. Sveriges Radios dåvarande avdelning för publik- och programforskning (PUB), som i sig hade en tvärvetenskaplig uppbyggnad, spelade en viktig roll som mötesplats, t ex genom det s k lokalradioprojektet i mitten av 1970-talet. En annan plattform var 1972 års pressutredning till vars projekt knöts en rad olika samhällsvetare. Den första nordiska medieforskarkonferensen 1973 i Oslo var en ny mötesplats, där den nordiska arenan introducerades och tunga namn som Kaarle Nordenstreng, disputerad i psykologi, Sverre Høyen från statsvetenskap, och Niels Thomsen från historia, uppträdde. Den nordiska arenan skulle visa sig bli mycket viktig för medie- och kommunikationsforskningens utveckling, inte minst genom Nordicoms stora insatser.

Det som gjorde att den nordiska forskningsmiljön blev så viktig var att vi i Norden ställde i stort sett samma frågor. Området var lika spännande i alla länderna och de skilda infallsvinklarna mellan olika forskningstraditioner var i hög grad berikande. Det blev naturligt att samarbeta mellan nordiska forskningsmiljöer. Dessutom betraktades den institutionalisering som fanns inom finsk medieforskning med stort intresse i Sverige.

Forskningen institutionaliseras

Att en forskarförening började planeras 1976, av en grupp forskare som deltagit i den internationella medieforskningssymposien i Leicester, var en given konsekvens av det som hänt i mitten av 1970-talet. För initiativtagarna till det som skulle bli FSMK var det därför självklart att tvärvetenskapen skulle framhållas. Viktigt var också att få med forskare från

fler ämnen, särskilt från det humanistiska området som i Sverige forskat om medier långt innan det fanns några särskilda samhällsvetare. Men det nya och viktiga FSMK i slutet av 1970-talet var kanske ändå det att man betonade medieforskningen som en fråga för hela landet. Grunden skulle vara tvärvetenskapliga seminarier på varje universitetsort. Dessa skulle utgöra grunden i verksamheten och det skulle på varje årsmöte rapporteras vad som hände där. Föreningen var således i hög grad decentral. Tanken var enkel: vill vi skapa ett nytt ämnesområde måste det finnas vid alla universitet.

Tanken fanns tidigt att få till stånd ett självständigt ämne. Det första försöket att formellt etablera medieforskningen redovisades i ett förslag från statliga massmedieforskningsutredningen 1977, men blev inte särskilt framgångsrikt. Visserligen inrättades det en professur i massmedieforskning i Göteborg 1979, men det betraktades av ämnesområdets företrädare som helt otillräckligt. Efter ett antal uppvaktningar lyckades FSMK i början av 1980-talet att få gehör för behovet av en nationell satsning av ämnesområdet. Det blev ytterligare tre professurer: två i masskommunikationsforskning (Stockholm och Umeå) och ännu en i massmedieforskning (Lund). Till detta kom två professurer i journalistik, knutna till journalistutbildningarna i Göteborg och Stockholm. Det är karaktäristiskt för tiden att terminologin var rörig. Detta ledde till att de två professurerna vid humanistisk fakultet benämndes masskommunikationsforskning, medan de samhällsvetenskapliga blev massmedieforskning; det omvända hade möjligen varit det rimliga.

Men för dem som arbetade inom forskningen om medier och kommunikation var till en början terminologin ganska ointressant. Med den ökade institutionaliseringen av området ökade dock kraven på enhetlighet. Efter olika turer enades forskarsamhället om medie- och kommunikationsvetenskap. Det var en kompromiss, men det markerade ändå ämnets identitet i ett internationellt sammanhang.

Motivet för institutionaliseringen av medieforskningen var närmast att markera områdets stora vikt och placera det på den akademiska ämneskartan även i Sverige. Men strävan att framhäva ämnet var också påverkad av en fast tro på att medie- och kommunikationsforskning var viktig för att belysa samtidens – och framtidens – samhällsfrågor, liksom det fanns ett stort behov av att erbjuda och forskningsanknyta akademiska utbildningar inom området. Förändringen skedde inte utan motstånd från etablerade ämnesinstitutioner, främst vid de gamla universiteten. Sammantaget är etableringen av medie- och kommunikationsämnet på många sätt ett typexempel på vetenskapssociologen Thomas Brantes tes – i boken *Vetenskapens struktur och förändring* (1981) – om hur nya ämnen kommer till: det handlar om ett gemensamt synsätt bland engagerade personer i ett bestämt opinionsklimat.

Institutionaliseringens andra sida

När den som varit med berättar sin historia så slipas den av. Den historiska berättelsen är alltid en del av mytbildningen kring det som man sysslar med. Om perspektivet vidgas finns det även sådant som komplicerar bilden.

En faktor som komplicerade bilden var det breda, tvärvetenskapliga perspektivet som präglade engagemanget för medieämnet. Det fanns en ambition att humanistiska och samhällsvetenskapliga ansatser här skulle kunna smältas samman. Detta visade sig vara en längre och mer komplicerad process än vad vi trodde i mitten av 1970-talet. Exempelvis kom skillnader i kunskapssyn med åtföljande skillnader i synen på metoder att skapa osäkerhet. Visserligen var denna metoddiskussion inte unik för medie- och kommunikationsforskningen, men den kom att få större betydelse i och med att det handlade om ett ämne i uppbyggnad. Att utbildningsdepartementet valde att fördela hälften av medieprofessurerna på humanistisk och hälften på samhällsvetenskaplig fakultet gjorde inte situationen enklare.

En annan sak som jag uppfattar som en komplikation med det nya fältet är att ämnets institutionalisering i så hög grad har sammanfallit med den allmänna anglifningen av svensk forskning, både inom humaniora och samhällsvetenskap. Trots att det svenska mediesystemet – och kommunikationshistorien – i stor utsträckning är präglad av Europa har de nordamerikanska perspektiven kommit att dominera. För ett ämne som har en begränsad historia kan detta på sikt bli förödande. På sikt måste det bli viktigt att knyta fasta kontakter med andra vetenskapliga miljöer än de nordamerikanska eller brittiska.

Behovet av vidgad ämnesidentitet

Den stora ämnesexpansionen under 1980- och 1990-talen innebar att det växte fram ett MKV-ämne vilket i sin tur ändrade villkoren för FSMK som förening för svensk medie- och kommunikationsforskning. En följd var att FSMK under en del av 1990-talet snarast blev en takorganisation för MKV- och journalistikämnena och tappade något av sin ursprungliga uppgift att samla alla intresserade av ämnesområdet. Det fanns samtidigt en tendens inom det nya ämnet att skilja på dem som tillhörde fältet och dem som var utanför. Som typiskt drag för ett nytt ämnesområde ville vi framhålla vår särart och revirtänkande låg nära. Forskare som sysslade med medier men som valde att inte arbeta på de nya institutionerna hade dessutom en tendens att minska sitt intresse för medieforskning.

Med en viss tillspetsning kan påstås att institutionaliseringen av det nya medieämnet snarast bidrog till att den tvärvetenskapliga belysningen av medierna minskade. Det blev i början av 1990-talet färre medieforskare

bland ekonomer, statsvetare och sociologer av facket. Samtidigt skedde i uppbygggnadsfasen ett närmande mellan det nya ämnet och medierna. Att forskningen fick bättre kontakter med branschen var i och för sig viktigt men det går inte att bortse ifrån att det som på 1970-talet i huvudsak hade varit en mediekritisk forskning nu tenderade att bli mera av mediernas forskning. Ämnets kärna medierna som institutioner och möjligen public relations-sektorn lockades till samarbeten med inslag av klientorientering.

De redovisade problemen är till stor del naturliga konsekvenser av att det handlar om en uppbygggnadsfas. För undvikande av missförstånd vill jag gärna framhålla att jag menar att etableringen av medie- och kommunikationsvetenskap som eget ämnesområde också har inneburit en både kvantitativ och kvalitativ utveckling av utbildning och forskning. Ämnet är idag framträdande vid alla universitet och högskolor och unga, framgångsrika forskare har utbildats. Visserligen är det olyckligt att det ibland ligger under humaniora och ibland under samhällsvetenskap, men den förhoppning jag har på sikt är att denna otidsenliga fakultetsuppdelning försvinner, något som generellt skulle gynna svensk forskning.

Men ämnet måste samtidigt visa på en större inomvetenskaplig mognad. Ett uttryck för mognad är att man vågar stå på egna ben och att man har en kritisk distans till omvärlden. I praktiken menar jag att vi som medieforskare måste synas mer och att MKV som etablerat ämne i ökad utsträckning måste samverka med andra ämnen. Det är inte längre rimligt att man markerar avstånd mot andra utifrån en oro att förlora sin identitet. Tvärtom är det angeläget att öka bredden på svensk forskning om medier och kommunikation. Det är bra om fler sociologer, statsvetare, språkvetare och psykologer ägnar mer kraft åt sådana forskningsfrågor och att vi samarbetar med dem, eftersom det skulle berika teori- och metodutvecklingen också inom vårt ämne.

En avslutande reflexion

När jag läser om detta sista stycke inser jag klart var jag har min egen identitet. Det är inte i det institutionella medieämnet utan i de spännande forskningsfrågorna om medier och kommunikation, oavsett vem som ställer dem. Ämnes- och institutionsgränser, för att på nytt anknyta till vad Thomas Brante har visat, är trots allt tillfälliga – och får därför inte skymma bort de centrala vetenskapliga frågorna. Här tror jag att FSMK kan spela en ny och viktig roll, eller återupprätta sin grundläggande uppgift att vara en samlingspunkt för alla medieforskare – och mediepraktiker – inom fältet, oavsett om de forskar inom discipliner som MKV- och journalistik eller om forskningen sker inom ekonomi, litteraturvetenskap eller statsvetenskap.

Birgitta Höijer

Mångfald i medievetenskapen

Jag tror att många med mig, kanske särskilt vi som tillhör den äldre generationen av medieforskare, upplever mångfalden i medieforskningen både som en fruktbar utmaning och en stor frustration. Själv har jag min akademiska bakgrund i psykologi där jag en gång doktorerade men jag har också en bakgrund i en tvärvetenskaplig forskningsmiljö: Publik och programforskningen vid Sveriges Radio. Det var på 1970- och 1980-talet en stor forskningsavdelning och vi som arbetade där hade fått vår akademiska skolning i olika ämnen: sociologi, psykologi, kulturgeografi, litteraturvetenskap. Det blev ganska snart klart att olika ämnen kan utgå från mycket olika ontologiska och epistemologiska antaganden, antaganden som man sällan diskuterar utan tar för givna. För att ta ett exempel: psykologiska teorier kan bygga på antaganden om universalism i mänskliga fenomen, exempelvis att varje "normalt" barn genomgår bestämda stadier i sin utveckling. Med ett sådant antagande räcker det i princip med att studera ett fall för att man ska kunna förstå ett fenomen. Piaget studerade sitt eget barn och byggde universella teorier om barns tänkande. Sådana fallstudier är ganska otänkbara för den som utgår från starka antaganden om heterogenitet i form av individuella, sociala och kulturella skillnader.

Medieforskningen är mångvetenskaplig och det är viktigt att vara medveten om att vi kan arbeta utifrån olika vetenskapliga grundperspektiv. När etnologen gör en kvalitativ studie av mediernas framställningar om genetik och genteknik så lyser frågor om systematiskt urval med sin frånvaro, eftersom det finns en föreställning om kulturell homogenitet i boten.¹ Statsvetaren skulle föredra en i statistiskt mening representativ innehållsanalys för att täcka in den variation som han/hon har i åtanke och för att studera skillnader mellan medier. Hos de nya generationerna av medievetare med bas i vårt eget ämne ska många sådana grundperspektiv smälta samman. Har vi någonsin på allvar och på djupet diskuterat hur detta ska vara möjligt?

Faser i medieforskningens mångvetenskapliga utveckling

Som akademisk disciplin är medievetenskap ett ungt ämne, i Sverige knappt ett kvartssekel gammalt. Men medieforskning har funnits ända sedan 1920-talet och har alltid i någon mening varit mångvetenskaplig. Vi kan urskilja olika faser i denna utveckling.

(1) I den första långa fasen som sträcker sig från 1920-talet till 1970-talet så dominerades medieforskningen av olika samhällsvetenskapliga perspektiv. Forskarna hade sin hemvist i psykologi, sociologi och statsvetenskap och forskningen präglades av sådana perspektiv och angreppssätt.

(2) Den andra fasen är den som vi fortfarande huvudsakligen befinner oss i. Det är en fas där humanister har gjort ett inbrott och forskning med bakgrund i ämnen som litteratur, språk och film har fått stor betydelse. Perspektiv som utgår från semiotisk teori, narrativ teori och diskursteori kom in i medieforskningen. Det talas ofta om en sammansmältning av samhällsvetenskapliga och humanistiska perspektiv. I ämnet medievetenskap som vi känner idag undervisas i och läses litteratur från båda fälten och idealt sett ska de nya generationerna av medievetare behärska såväl samhällsvetenskapliga som humanistiska infallsvinklar, teorier och metoder.

(3) Den tredje fasen har vi bara nått och jämnt börjat skönja. Det är en fas där naturvetenskapen kommer in. I sitt plenarföredrag vid den 15:e Nordiska konferensen för medie- och kommunikationsforskning (Reykjavik 2001) framhöll Kirsten Drotner (2002) att den nya utmaningen för den professionella mångfalden var att intensifiera samarbetet mellan humaniora, samhällsvetenskap och naturvetenskap. Som exempel nämnde hon sitt eget forskningssamarbete – inom IT-området – med tekniker. Det kan också gälla andra områden. Jag har själv sedan ett par månader tillbaka halva min tjänst förlagd till det mångvetenskapliga forskarcentrumet och forskarskolan MTM vid Örebro Universitet. Här finns kemister, biologer, miljövetare och samhällsvetare och här bedrivs en gränsöverskridande miljöforskning. Det är en spännande, men långt ifrån problemfri, utmaning att försöka överbrygga klyftorna mellan samhällsvetenskap/humaniora och naturvetenskap. Jag har precis avslutat en forskningsansökan tillsammans med en kemist vid MTM. Det handlar dock inte om att sammansmälta perspektiv och skapa nya gemensamma teorier och metoder, därtill är våra utgångspunkter alltför olika. Men det handlar om att i forskargrupper samarbeta genom att vi närmar oss och studerar ett gemensamt fenomen, exempelvis miljörisiker, ur flera infallsvinklar. Det kan vara studier av kemiska och biologiska processer och studier av sociala och mediala processer. I vårt fall handlar det om dioxiner som miljörisiker. Ett liknande mångvetenskapligt forskningsprojekt finns sedan en tid vid Lunds universitet där etnologer och genetiker ingår.²

Jag tycker att det i grunden är positivt att vara verksam som medieforskare i Norden. Mångfalden har gjort oss toleranta och vi har sluppit en del

av de förgörande akademiska stridigheterna som traditionella ämnen kan vara behäftade med. Men det finns basala problem med vårt fält som gör att säkert fler med mig känner en stor osäkerhet inför framtiden. Med vårt fält menar jag då medievetenskapen och den forskning som kallas medieforskning. Jag tänkte här ta upp fyra problem: att medievetenskapen är en lånevetenskap, att medieforskningen är eklektisk, att medieforskningen har metodproblem samt att det finns en konformism i medieforskningen.

Medieforskningen som en lånevetenskap

Medieforskningen är i hög utsträckning beroende av lån från andra vetenskaper men det är sällan som vi i vår tur skapar något som sprids till andra. Jag tror inte bara att det har att göra med att vi är ett ungt ämne. Medieforskaren är och kommer sannolikt att förbli en lånare. Vi lånar såväl teorier som metoder från andra discipliner. Själv lånar jag gärna kulturkognitiv teori från psykologin och antropologin och när det gäller kvalitativa metoder har jag bland annat lärt mig mycket från psykologiska och antropologiska handböcker om intervjuande. De mest populära låneobjekten idag är annars teoretiker som Habermas, Bordieu, Fairclough eller så kallad "social theory" i allmänhet (exempelvis Giddens, Bauman, Castells). Ingen av de här nämnda kan vi betrakta som "vår egen". Och det är påtagligt att det inte finns någon innovatör av liknande slag i våra egna led.

Nu kan man rikta invändningar mot påståendet om att vi är en lånevetenskap genom att räkna upp en rad "teorier" som hänför sig just till medieforskningen. Vi har exempelvis dagordningsteorin ("agenda setting"), kultivationsteori, "uses and gratifications"-teori, tystnadsspiralen, "framing"-teori, osv. Men få av dessa är komplexa teorier som de teorier vi känner från andra vetenskaper. De bygger dessutom oftast på lånade teorier. Tystnadsspiralen grundar sig exempelvis på psykologiska teorier om grupptryck, social konformism och rädsla för att bli socialt isolerad. Det är också svårt att komma på någon medievetenskaplig teori som inspirerat och spritts till andra discipliner. Och det går bra att forska om medier utan att bygga på det som vi betraktar som vårt fälts litteratur. Etnologen Malin Idelands (2002) avhandling "Dagens gennyheter. Hur massmedier berättar om genetik och genteknik" hämtar ytterst marginellt från den nationella och internationella medieforskningens teorier och resultat.

Om vi ser på metoder så är vi också i ganska hög utsträckning en lånevetenskap. Vi använder oss av en mångfald metoder, ett riktigt smörgåsbord av kvantitativa och kvalitativa metoder, textanalyser och respondentanalyser. Jag skall återkomma till det senare. De flesta metoder har vi hämtat från andra discipliner. Men det finns ändå en metod som medieforskningen själv utvecklat och som i viss utsträckning används av andra. Det är den kvantitativa innehållsanalysen, som utvecklades för att studera

mediernas propaganda,³ och som alltsedan första världskriget varit en viktig metod för medieforskningen.

En slutsats när det gäller teorier och metoder är dock att vi är mer lånare än innovatörer. Det kanske inte är något att bekymra sig för, det kanske måste vara så. Men en konsekvens är ändå att vi hamnar i en eftersläpning. Nya teorier och metoder kommer senare till oss, långt efter att de fått genomslag i andra ämnen. Beteendevetenskapen har exempelvis utvecklat databaserade observationsmetoder för kodning och analys av visuell videofilmad information.⁴ Ännu har jag inte sett någon medieforskare använda dessa instrument i analyser av visuellt medieinnehåll.

Medieforskningens eklektiska bredd

Medieforskningen har egentligen alltid varit mångvetenskaplig. Historiskt sett har den haft en mångvetenskaplig bredd om vi ser över personer som ägnat sig åt sådan forskning. Där har funnits, och finns delvis fortfarande, statsvetare, sociologer, psykologer, litteraturvetare, filmvetare, historiker och språkvetare som var och en bidragit med sina perspektiv. Idag står den enskilde forskaren många gånger också för en vetenskaplig bredd. Ett exempel är receptionsforskningen som ofta brukar framhållas som ett tvärvetenskapligt fält.

Den individanknutna mångvetenskapliga bredden är kanske allra tydligast hos de nya generationerna av medieforskare. De blir genom sin utbildning i medie- och kommunikationsvetenskap skolade i en blandning av samhällsvetenskapliga och humanistiska traditioner. Det kan vara fruktbart men det finns också faror. Det fruktbara skulle kunna vara att det lär forskaren se saker och ting från flera olika håll och att se helheter. Det kan i bästa fall leda till utvecklingen av nya perspektiv.

Men frågan är om inte farhågorna är fler. Det finns en stor fara för att det hela blir ett eklektiskt smörgåsbord utan fördjupningar. Det finns en risk att man får tämligen ytliga kunskaper inom ett brett område, och vad som troligtvis är värre, man kommer att sakna ingående specifika fördjupningskunskaper. När ska fördjupningen börja i vårt ämne och hur ska den se ut? I mina ögon erbjuder vi för få fördjupningskurser. Det gäller både teori och metodologi. Under mina år vid Oslo Universitet fick jag tillfälle att en gång ha en fördjupningskurs i kvalitativ intervju och analys. Det tyckte jag själv blev en bra kurs och studenterna kom därifrån med goda kunskaper som visade sig i deras forskningsuppsatser. Men sedan skulle all slags kvalitativ metod rymmas i en och samma kurs plus vetenskapsteori. För den, som liksom jag, kommer från psykologiämnet blev kursen ett omöjligt smörgåsbord som inte förberedde studenterna för goda forskningsinsatser. Jag blev också förvånad när jag för ett knappt år sedan kom tillbaka till Sverige och blev inblandad i en kurs för nya doktorander.

Den skulle bland annat ge en bred introduktion till ämnets ursprung, traditioner och forskningsområden. Det var en bra kurs av just smörgåsbordskaraktär. Men är det rimligt att studenterna inte redan när de kommer till doktorandnivån har en överblick över ämnets traditioner och forskningsområden?

Traditionellt har akademiska ämnen anklagats för att vara för snäva med följd smala och begränsade expertkunskaper. Frågan är om vi nu riskerar en ytlighet där bredd får ersätta fördjupning.

Medieforskningens metodproblem

Medieforskningen har, enligt min åsikt, fått stora metodproblem genom att kraven på metodologisk stringens tycks bli allt lägre. När det gäller kvantitativa respondentundersökningar är det idag inte alls ovanligt med stora bortfall och det är sällan man ser bortfallsredovisningar. Många nöjer sig med enkel statistik, man kanske inte ens samkör variabler i multivariata analyser. När det gäller motsvarande kvalitativa studier har bekvämlighetsurval blivit allt vanligare. I resultatredovisningen plockar man lite citat ur sitt intervjumaterial men redovisar inte någon systematiskt genomförd analys. Interjumetodik hoppar man glatt över. Det är inte heller ovanligt med generaliserande slutsatser utifrån små kvalitativa studier, och metoddiskussionerna är ofta bristfälliga.

Textanalyser kan vi ha mycket olika uppfattning om beroende på akademisk skolning.

För humanisten som gärna arbetar med kvalitativa analyser är metodfrågor oftast perifera. Arild Fetveit (2000) påpekar att metodbegreppet är mindre relevant för humanistisk forskning och varnar för en utveckling där man försöker konstruera något som kan kallas "humanistisk metod". I hans perspektiv präglas medieforskningen av "ureflekterat empirisme" (Fetveit, 2000: 21) genom fixering vid metoder. Min uppfattning är snarare att de metodologiska förhållningssätten är oreflekterade både när det gäller vetenskapsteoretiska utgångspunkter och analytiska procedurer och angreppssätt.

Det kan vara intressant att blicka tillbaka på historiska klassiker för att se hur man tidigare förhöll sig till forskningsdesigner och metoder. Studierna var ofta mycket omfattande och man kombinerade olika metoder. Det finns många exempel, jag ska bara nämna ett. När Hertha Herzog (1944) på 1940-talet studerade amerikanska kvinnors lyssnande på radions såpoperor genomförde hon såväl enkätundersökningar som kvalitativa närstudier av lyssnandet. Och det är inga små studier. Det är fyra olika enkätundersökningar med sammanlagt nästan 12 000 personer som besvarar frågorna och det är 100 mycket ingående intervjuer. Efter att ha analyserat det materialet följde hon dessutom upp med ytterligare en represen-

tativ undersökning omfattande 2500 lyssnare och en kvalitativ studie av 150 lyssnare. Till det kan läggas projektsamarbetet med Rudolf Arnheim (1944) som innehållsanalyserade 43 olika serier, totalt närmare 600 program.

Självaste Paul Lazarsfeld betonade vikten av att studera ett fenomen från flera håll och han propagerade för integrering av olika metoder (se Rogers, 1977). Genom fyra regler formulerade han ett forskningsideal som skulle ge en allsidig belysning. Där fanns både kvantitativa och kvalitativa metoder, fallstudier och statistiska data, en historisk contextualisering av fenomenet i fråga, och en kombination av såväl naturliga som experimentella data.⁵ Han hade själv – i Österrike – arbetat med metoder som personliga livshistorier och deltagande observationer innan han kom till USA i början av 1930-talet. När vi idag framhåller behovet att kombinera metoder, ”triangulering” har ju blivit ett modeord, så är det i själva verket inget nytt vi kommer med.

Om vi jämför med de historiska klassikerna så tycks det alltså inte som om vi lärt oss särskilt mycket metodologiskt och det är svårt att se att utvecklingen har gått framåt. Enligt min uppfattning ställer vi, tvärtom, allt mindre metodologiska krav. Varför? Det finns flera skäl som samverkar:

- (1) Allt knappare resurser för de enskilda forskningsprojekten. Självklart hade Herta Herzog, Rudolf Arnheim och andra resurser till många medhjälpare i sina projekt. Det hade knappast annars varit möjligt att genomföra så storskaliga undersökningar. Idag tvingas vi anpassa oss till begränsade resurser med följd att vi skär ner på omfång och metodologiska krav.
- (2) Det brister i undervisningen när det gäller forskningsmetoder. Det kan dels bero på bristfällig undervisning överhuvudtaget i metoder dels hänföras till den mångvetenskapliga bredden som lett till ytlighet. Det är inte möjligt att klara av kvantitativa och kvalitativa metoder, respondentanalyser och textanalyser i en och samma kurs.
- (3) Metodfrågorna har nedmonterats under inflytande av dels ”cultural studies” som har ett mycket tveksamt förhållande till metoder, dels av humaniora som känner sig hotade av alltför stora krav på metodisk stringens. Samhällsvetarna har intagit en defensiv hållning av rädsla för att anklagas för positivism och enfaldig empirism. Det har också, inte minst under inflytande av ”social theory”, blivit finare med vidlyftig teori än god vetenskaplig empiri.
- (4) Bekvämligheten har också brett ut sig. Få vill idag genomföra stora innehållsstudier eller fältstudier. Det är nästan omöjligt att få exempelvis C-studenter att göra en kvantitativ innehållsanalys eller gå ut i verkligheten och samla in ett ordentligt intervjumaterial. De flesta vill göra en textanalys av ett begränsat material som ska finnas lätt tillgängligt i pappersform eller som kan lastas ner från nätet.

Medieforskningens konformism

Det kan tyckas motsägelsefullt att tala om medieforskningens konformism och samtidigt hävda att det är ett mångvetenskapligt fält. Men finns det någon annan forskning som så lyhört följer trender som det vi gör? Medieforskningen är alltför politiskt korrekt och vi behöver ett större mått av självständighet i hur vi formulerar forskningsfrågorna.

Med "cultural studies" åkte mediekritiken ut precis då kommersialiseringen av medierna ökade och populärkulturutbudet expanderade. Vem forskar idag på radions klassiska musikutbud och dess betydelse för lyssnarna? Vem analyserar kulturutbudet, vetenskapsrapporteringen eller de medieunderstödda insamlingarna för humanitära ändamål?

Det är idag politiskt korrekt att som medieforskare forska på "makt", "demokrati", "eliter" och "opinioner". Det är kunskaper som det politiska systemet efterfrågar. Eller så forskar man på populärkulturen och ser den som viktig för människors identitet. Det är kunskaper som mediebranschen gillar. Det är få medieforskare som forskar på de maktlösa, på socialt eftersatta grupper, exempelvis invandrare, på vanligt folk, på partipolitiskt obundna medborgerliga aktiviteter som engagemang i humanitära organisationer. Det sociala projektet tycks skrotat samtidigt som klyftorna i samhället har ökat.

Det finns också en teoretisk konformism. Det är sällan man stöter på nya spännande teoretiker i medieforskningens uppsatser, avhandlingar och texter. Istället använder vi ofta kända teoretiker som exempelvis Habermas, Bordieu och Fairclough. Det kanske känns tryggt att hålla sig till det som man vet att andra haft framgång med. Men det är i längden inte särskilt utvecklande och dynamiskt.

Min uppmaning blir avslutningsvis. Lyft fram underförstådda ontologiska och epistemologiska antaganden. Ryck upp metodkompetensen och bryt konformismen. Mer forskning med underifrånperspektiv och våga nya teoretiska perspektiv. Då kanske medieforskningens mångvetenskapliga bredd kan bli fruktbar och inspirera andra vetenskaper.

Noter

1. Se Malin Idelands nyligen publicerade avhandling: *Dagens gennybeter. Hur massmedier berättar om genetik och genteknik*. Lund: Nordic Academic Press, 2002.
2. Projektet "Genetik, genteknik och vardagsetik" startade hösten 1994. Inom projektet har det publicerats en rad texter, bland annat antologierna *Gene Technology and the Public. An Interdisciplinary Perspective* (Ideland & Lundin, 1997) och *Arvets kultur. Essäer om genetik och sambälle* (Lundin & Åkesson, 2000).
3. I samband med första världskriget blev man i Tyskland intresserad av tidningarnas innehåll. Vid särskilda inrättade pressinstitut utvecklades innehållsanalys som metod för att ge överblick över det omfångsrika tidningsmaterialet (Ritsert, 1975). I USA var man också intresserad av propaganda och Lasswell (1927) brukar betraktas som en pionjär när det gäller kvantitativ innehållsanalys.

4. www.noldus.com ger en inblick i tillgängliga metoder.
5. Enligt Rogers (1997: 285, se även sidans fotnot) lyder de fyra reglerna: (1) Varje fenomen bör studeras med såväl objektiva observationer som introspektiva rapporter. (2) Fallstudier bör kombineras med statistiska data. (3) Datainsamlingen bör kombineras med historisk information om det som studeras. (4) Mätningar i naturliga situationer bör kombineras med experimentella data.

Referenser

- Arnheim, R. (1944) The World of the Daytime Serial, in P.F. Lazarsfeld & F.N. Stanton (eds.) *Radio Research 1942-1943*. New York: Duell, Sloan and Pearce, pp 34-85
- Drotner, K. (2002) New Media, New Options, New Communities? Towards a Convergent Media and ICT Research. *Nordicom Information*, 24(2-3): 11-22.
- Fetveit, A. (2000) Den trojanske hest: Om metodebegrepets marginalisering av humanistisk medieforskning. *Norsk medietidskrift*, 2: 5-27.
- Hertzog, H. (1944). What do We Really Know about Day-Time Serial Listeners? in P.F. Lazarsfeld & F.N. Stanton (eds.) *Radio Research 1942-1943*. New York: Duell, Sloan and Pearce, pp 3-33
- Ideland, M. & S. Lundin (eds.) (1997) *Gene Technology and the Public. An Interdisciplinary Perspective*. Lund: Nordic Academic Press.
- Lasswell, H.D. (1927/1971) *Propaganda Technique in the World War*. New York: Knopf.
- Lundin, S. & L. Åkesson (red.) (2000) *Arvets kultur. Essäer om genetik och samhälle*. Lund: Nordic Academic Press.
- Ritser, J. (1972) *Inhaltsanalyse und Ideologiekritik. Ein Versuch über kritische Sozialforschung*. Frankfurt am Main: Athenäum.
- Rogers, E.M. (1997) *A History of Communication Study. A Biographical Approach*. New York: The Free Press.

Göran Bolin

Medieforskning mellan kultur och samhälle

För en integrativ medievetenskap

Medieforskning som utbildningsämne och forskningsområde har sedan ett drygt decennium funnit sin institutionella plats vid svenska universitet och högskolor inom ämnet medie- och kommunikationsvetenskap. Man skulle kunna säga att en period i den svenska medieforskningens historia därmed är avslutad. Ur en brokig ämnesbakgrund inom samhällsvetenskap och humaniora har det utmejslats ett ämne som samlar alla medieforskare under ett och samma paraply. En intresseförening för medie- och kommunikationsforskare (FSMK) finns etablerad sedan 25 år, och Nordicom, som utgör en annan viktig institution inom både den svenska och nordiska medieforskningen, har funnits i hela 30 år. Vid sådana tillfällen finns anledning att blicka tillbaks och se över vad som åstadkommit: Sökandet efter en identitet tycks vara över, ämnet är fast förankrat i den svenska högskolestrukturen genom institutioner, professurer, forskarutbildningar, etc.

Efter en sådan upptakt skulle man kunna ägna sig åt en genomgång där man beskrev ämnets kärna, radade upp de viktigaste landvinningarna, stakade ut de mest angelägna frågorna att ta sig an inför framtiden – för att på så vis definiera ämnets och forskningsområdets centrum. Men man kan också, vilket jag här väljer att göra, lyfta fram de ambivalenser och paradoxer som också ryms inom ämnes- och forskningsområdet. Snarare än att blicka bakåt för att se vad som smälts samman och förenats under institutionaliseringsprocessens gång, vill jag därför blicka framåt.¹ Inte för att peka ut de viktigaste forskningsfrågorna inför framtiden, utan för att lyfta fram en av de paradoxer som medie- och kommunikationsämnet för närvarande har att bearbeta, och som bl.a. springer ur ämnets historiska utveckling ur andra discipliner.

Den paradox jag vill lyfta fram består i att som ämne, i betydelsen kunskapsområde som ska förmedlas till kommande medievetare i grund- och forskarutbildning, å ena sidan försöka upprätthålla en gemensam kärna av ämneskunskaper som rör den medierade kommunikationens institutionella produktionsvillkor, textuella uttrycksformer och publika förhållnings-sätt, samtidigt som man å andra sidan har att ta hänsyn till att medierna

finns i en samhällelig och kulturell kontext – en kontext som långt fler ämnen är involverade i att studera. Å ena sidan utveckla en specialistkompetens unik för ämnet, och å andra sidan hålla dialogen med andra discipliner öppen. Varför en sådan specialistkompetens bör utvecklas inom ämnet medie- och kommunikationsvetenskap, hur den kan berika forskning inom även andra discipliner, och hur det eventuellt ska gå till att utveckla denna kompetens, kommer att diskuteras i det följande.

Forskning om medier utifrån och inifrån

Som utgångspunkt för att belysa den paradox som medieforskningen har att hantera vill jag lyfta fram en diskussion som fördes i den skandinaviska (och därigenom också i den svenska) medieforskningen under 1970-talet. Ett yttrande som stod centralt i debatten om hur medieforskning skulle bedrivas vid den tiden hade hämtats från Oskar Negt. I ett förord till en antologi med texter av Frankfurtskolans forskare, och i anslutning till den uppdelning i administrativ och kritisk forskning som Paul Lazarsfeld (1941) diskuterat relevansen av, menade han att den kritiska medieteorins centrum ligger utanför medierna själva (Negt 1973 s. ix). Särskilt inom den danska medieforskningen fördes denna utsaga fram från ideologikritiskt inriktade forskare med ursprung i humaniora (Mortensen 1977 s. 295 och 1994), vilka med detta avsåg att peka på mediernas roll i vidare samhällsprocesser (se även Andersen & Poulsen 1974 och Cheesman & Kyhn 1975). Tankarna stammar ursprungligen från Jürgen Habermas och hans tankar om vetenskapens position i samhället, där vetenskapens tyngdpunkt anses ligga "utanför sig själv, i det av konflikter fyllda samhället" (Liedman 1998 s. 129).

Denna diskussion om medieforskningens centrum kan illustrera problemen med att avgränsa forskningsobjektet för medieforskningen, och därmed fungera som utgångspunkt för att diskutera några för medievetenskapen viktiga frågor: Ska man som medieforskare studera medierna i sig, eller ska man studera fenomen som ligger utanför medierna, men som till sin karaktär innefattar medier? *Kan* man studera medier i sig, lösryckta från sin kultur- och samhällskontext? Från vilken utblickspunkt studerar vi som medieforskare medierna? Dessa frågor ska kort beröras i detta avsnitt.

Eftersom medierna idag genomsyrar så stora delar av samhälleligt och kulturellt liv, kan mycket få discipliner undgå att befatta sig med medier. Detta leder naturligtvis inte till att alla för den skull blir medievetare, men kan ibland skapa en otydlighet när man vill avgränsa medieforskning från angränsande forskningsområden. Men, man behöver inte nödvändigtvis betrakta denna gränsdragningsproblematik som problematisk. Den reflexiva process som påkallas av att ständigt konfronteras med gränsdragningsproblematiken kan snarare betraktas som en fördel än som en belastning och en otydlighetsfaktor. Inte minst mediernas föränderliga karaktär gör

att deras plats i samhälle och kultur ständigt måste omprövas och omvärderas. Här är givetvis historiska perspektiv av högsta vikt för att förstå den samtida mediegeografin: genom en förståelse av hur medierna historiskt har förändrats och ingått i olika samhällseliga och kulturella processer, kan vi som studerar medierna bättre förstå de samtida förändringsprocesserna. Och om vi saknar historiska perspektiv på medierna och medieforskningen, och den vetenskapsteoretiska reflexivitet som i bästa fall föds ur dessa kunskaper om tidigare teoretiska och metodologiska strävanden, riskerar vi att återuppfinna hjulet med jämna mellanrum (jfr. Morrison 1998).

En förståelse av påståendet om medieforskningens centrum som liggandes utanför medierna är att medierna ingår i samhällseliga och kulturella processer som går utöver och är vidare än ett studium av kommunikationsprocessen som renodlad överföring av information. Ibland har detta i medieforskningens historia tagit sig uttryck i forskning om politisk opinionsbildning, där medier har setts gripa in i den samhällspolitiska processen, men det har också i hög grad handlat om hur medierna påverkar andra fenomen: samhällsmoraliska tillstånd, relationer och attityder till olika etniska folkgrupper, förhållningssätt till fiktionsvåld, benägenhet att utveckla aggressiva sidor av mänskligt beteende, osv. Inte sällan har denna forskning initierats för att nå fram till lösningar på vad som uppfattats som dysfunktioner och negativa effekter på samhällsmaskineriet. Den typen av forskning har haft som utgångspunkt att medierna förändrat betingelserna för diverse företeelser, oavsett om det rört sig om politisk opinionsbildning i relation till nyhetsmedier, eller om skapandet av smakkulturer och upprättanden av distinktioner mellan högt och lågt inom fiktionsutbud, eller huruvida mediernas informativa och övertalande förmågor har gripit in i kommersiella, näringslivsrelaterade processer genom marknadsföringsstrategier.

Gemensamt för merparten av denna forskning har varit att betrakta medierna som något nytt, som tränger in och förändrar något redan existerande, något som ses som en "oberoende variabel" i samhälls- och kulturprocessen. Givetvis har ett sådant förhållningssätt sin relevans: det är svårt att förneka att vissa av dessa fenomen föregår de medier som uppkommer och griper in i t.ex. det politiska agerandet (politisk opinionsbildning, däremot, är svårt att tänka sig utan inslag av mediering). Eller att medierna haft stora konsekvenser för hur olika kulturella kanon har utvecklats. Eller för hur det kommersiella marknadssystemet utvecklats med hjälp av t.ex. reklam. Sålunda har forskare från statsvetenskap och sociologi, litteratur- och filmvetenskap, företagsekonomi och psykologi, och en lång rad andra discipliner, intresserat sig för dessa processer. Man har tagit sig an de problematiker som dessa aktualiserat, utifrån sitt eget ämnes specifika förutsättningar, vilket bidragit till att lägga en grund för den dynamiska mångfald som präglar ämnet och forskningsområdet. Idag blir dock ett förhållningssätt där man utgår från mediernas påverkan på redan befintliga processer allt svårare att upprätthålla, eftersom allt färre företeelser saknar medierade inslag. För att låna en uppdelning från en av dem som för

många medieveterare fungerat som en sinnebild och representant för en vidsynt medieforskning – Kjell Nowak – kan man säga att medierna ofta har betraktats ”*utifrån*, som visserligen viktiga men ändå sekundära fenomen inom de olika discipliner de studerats” (Nowak 1999 s. 67f). Nowak konstaterar att ett sådant perspektiv utgör en otillräcklig grund för en disciplin, och pekar på att ämnet medie- och kommunikationsvetenskap, för att kunna göra anspråk på en specifik inomdisciplinär kunskap, också måste studera medierna

inifrån, som företeelser vilkas specifika egenskaper förtjänar uppmärksamhet och intresse i kraft av sig själva, som en integrerad del av grundläggande sociala och kulturella processer och av den mänskliga tillvaron i dagens samhälle (och, för den delen, gårdagens). (Nowak 1999 s. 68)

Mot bakgrund av detta påstående, skulle jag vilja diskutera, eller kanske snarare plädera för, en *integrativ medieforskning* – för utvecklandet av ett kunskaps- och undervisningsområde (MKV) som tar fasta på medierna ”i kraft av sig själva”, och därigenom kan skapa en egen kunskapsmässig suveränitet och expertis inom den medierade kommunikationens område (jfr. Drotner 2002). Denna forskning bör utveckla sin expertis om just de medierade och kommunikativa inslagen i de ovan nämnda processerna och fenomenen, snarare än att studera dessa på samma sätt som görs i de discipliner varifrån medie- och kommunikationsämnet ursprungligen stammar. Samtidigt är det också uppenbart att denna forskning och kunskapsutveckling måste hålla sig öppen gentemot de delar av andra discipliner som genererar vetande om mediernas verkningar i samhälls- och kulturprocesser. Balansgången är ingalunda oproblematiske. Men om medieforskningen ska kunna hävda suverän expertis, måste den göra detta utifrån specialkunskaper som inte finns inom andra ämnen. En suverän medievetenskap måste således finna sin mening i kraft av att kunna säga *något annat* än vad man kan utifrån statsvetenskapen, litteraturvetenskapen, sociologin, ekonomin, etc. Därför är också Oskar Negts devis om medieforskningens centrum som liggandes utanför medierna problematisk, om man syftar till att uppnå ämnesmässig excellens, eftersom den inte erkänner medieringens specifika karaktär som en avskiljbar problematik i sig, utan endast ser medierna som inslag i vidare samhälleliga (snarare än kulturella) problematiker. För att uppnå en ämnesmässig excellens inom medieforskningsområdet måste man därför – i mina ögon – gripa sig an och lösa vissa disciplinära problem.

Det är möjligt att hävda att de problem som ämnet har att handskas med inför den närmaste framtiden, och som ämnet måste lösa för att kunna uppnå en sådan expertis, å ena sidan återfinns utanför ämnet (men inom akademien), och å den andra sidan inom ämnet. Mitt argument utgår således från att medieforskning som en enskild disciplin måste överskrida en rad av historiska skäl separerade, men inte nödvändigtvis inkompatibla, dikotomiska *utomdisciplinära uppdelningar*, bl.a. härrörande från fakultets-

uppdelningen mellan samhällsvetenskap och humaniora, men också uppdelningar av mer vetenskapsteoretisk och metodologisk art som följt på fakultetsuppdelningen, t.ex. mellan kvantitativt och kvalitativt inom forskningen. Men ämnet måste också överskrida åtminstone två stycken trikotomiseringar av *inomdisciplinärt* slag – den mellan nyheter, information/reklam och underhållning, samt den som upprättats mellan produktion, text och reception. Jag ska i det följande kort diskutera dessa utomdisciplinära och inomdisciplinära problematiker. Jag kommer att diskutera detta utifrån de två främsta uppgifter som akademien har – forskning och undervisning. Det vill säga både utifrån de konsekvenser som de olika uppdelningarna får för den forskningsmässiga praktiken, och de kunskaper som genereras där, och utifrån hur vi som lärare i MKV förhåller oss till dessa praktiker och kunskaper när vi undervisar. Ty som det mesta här i världen hänger även dessa ting samman med varandra.

Utomdisciplinära uppdelningar

Vad gäller de utomdisciplinära strukturer som kan sägas verka hindrande för en fullskalig förståelse av mediernas och den medierade kommunikationens plats i samhälle och kultur har den fortgående specialiseringen inom samhällsvetenskap och humaniora skapat problem för ett forskningsområde och kunskapsämne som medie- och kommunikationsvetenskap. Vad gäller den fakultetsgräns som upprättats inom universiteten mellan samhällsvetenskap och humaniora, och som härstammar från samhällsvetenskapernas successiva lösbrytande från humaniora från det sena 1800-talet och framåt (Liedman 1998 s. 12ff; jfr. Habermas 1970/1994), har den lett till utvecklandet av två olika förhållningssätt eller forskningstraditioner. Dessa kan också kopplas till den andra uppdelningen av utomdisciplinär karaktär, den mellan kvantitativ och kvalitativ forskning, eller mellan förklaring och förståelse, som uppdelningen mellan humaniora och samhällsvetenskap ibland för enkelt uttrycks som (utan att för den skull kunna reduceras till denna mer metodiska uppdelning). Utan att fördjupa mig i de vetenskapsfilosofiska grundvalarna för denna uppdelning, och de därtill hörande problematikerna vad gäller möjligheter att nå kunskap om olika fenomen i vår omvärld, vill jag lyfta fram de konsekvenser som uppdelningen fått för medieforskningen.²

Även om den administrativa uppdelningen i fakulteter är av ung slag – i Sverige sedan 1960-talet (jfr. Liedman 1998 s. 12) – har gränsdragningen inneburit att våra universitet har svårt att handskas med ämnen som likt MKV gör anspråk på att ha ett ben inom humaniora och ett inom samhällsvetenskap. Detta ställer till problem inte bara inom lärarförslagsnämnder, utan även i andra organ som är viktiga instanser i organiserandet av våra högskolor och universitet. Beredningsgrupper och liknande inom de anslagsgivande institutioner som finns för forskning är t.ex. uppdelade efter fakul-

tetsgränserna, vilket försvårar bedömningen av projekt som är mångvetenskapliga till sin karaktär, eller som rymmer teoretiska eller metodiska inslag från båda traditionerna.

En konsekvens av denna uppdelning har traditionellt gett sig till känna metodologiskt och metodiskt, där samhällsvetenskaperna i betydligt högre grad utvecklat och ägnat sig åt kvantitativa närmanden till sina studieobjekt, medan hermeneutiska förhållningssätt och tolkande perspektiv varit dominerande inom humaniora (och här menar vissa att man inte bör tala om metoder inom humaniora, t.ex. Fetveit 2000). Det finns dock all anledning att motverka den process som verkar för att inordna ämnet i endera av den samhällsvetenskapliga eller humanistiska fakulteten, eftersom den processen tenderar att begränsa de frågor som ställs. Eftersom samhällsvetenskaperna i så pass hög grad har kommit att utvecklas i administrativ riktning (Liedman 1998 s. 93ff), behövs det inom medieforskningen humanistiska perspektiv som kan ställa frågor som inte omedelbart är kopplade till målrational administrativ nytta inom det statliga eller det ekonomiska systemet, och som i den meningen kan upprätthålla den kritiska dimensionen i medieforskningen, för att låna den uppdelning som Paul Lazarsfeld (1941) gjorde redan i början av 1940-talet (jfr. Corner 2001). En viktig poäng i Lazarsfelds text, där han själv menade sig tillhöra dem som sysslade med administrativ forskning, var att båda typerna av förhållningssätt behövs (Lazarsfeld 1941 s. 14). Av bland annat den anledningen bör man kraftigt värja sig mot alla de argument som framförs om ämnets reducering till endera av dessa fakultetstillhörigheter (liksom till endera administrativ eller kritisk forskning).

Men man bör även upprätthålla de humanistiska perspektiven på grund av vissa kvaliteter i det forskningsobjekt som forskningsfältet är centrerat kring. Eftersom mediernas texter, oavsett om de betraktas som konstverk eller massproducerade varor, bär på betydelser, måste de tolkas för att göras begripliga. Texterna måste därför inte bara tolkas i det spontana vardagssemiotiska universum vari medietexternas publik lever (och vilkas tolkningar i sin tur måste tolkas av forskaren), utan texterna i sig måste även tolkas av medieforskarna. Detta tolkningsarbete pockar på förhållningssätt hämtade från den hermeneutiska tolkningstradition som finns förankrad inom många humanistiska ämnen. Att utesluta dessa influenser är att utesluta mycket av medieforskningens själva forskningsobjekt.

Det förståelseperspektiv som utgår från den hermeneutiska forskningsprocessens pendlande mellan del och helhet, t.ex. mellan medietexterna och dess produktions- och receptionskontexter, är ytterligare en viktig influens som bör tas vara på inom medieforskningen. Det finns dock, som bl.a. Paul Ricoeur (1986/1992 s. 96) visat, inte någon nödvändig åtskillnad mellan samhällsvetenskaplig förklaring och humanistisk förståelse, eftersom både förklaringen och förståelsen förutsätter varandra.

De skilda metodologiska perspektiv som utvecklats som en följd av att Sveriges universitet och högskolor vanligen delats upp längs fakultets-

gränser mellan samhällsvetenskap och humaniora visar sig även i svårigheterna att finna adekvat litteratur inom metodkurser i MKV. Metodlitteratur som försöker överskrida gränsen finns det exempel på, men ofta har dessa en samhällsvetenskaplig slagsida, och hittills har ingen metodbok lyckats ge en rättvisande bild av de humanistiska tolkande perspektiven. Något samlat försök att till fullo täcka in båda traditionerna är svårt att finna (med det enskilt lysande undantaget i Klaus Bruhn Jensens [2002] *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*). Exempel på litteratur som försöker överskrida gränsen skrivna av humanister saknas helt, troligen beroende på svårigheterna att separera teori från metod inom de kvalitativa forskningsansatserna. Här får man också instämma i vad Jostein Gripsrud (1998) påpekade för ett antal år sedan när han summerade sina erfarenheter från "ti år i bransjen": att det är många humanister som tillgodogjort sig samhällsvetenskaplig medieforskning och samhällsvetenskapliga perspektiv, men att det är betydligt färre som rört sig från samhällsvetenskapligt håll och erövrat kunskaper vunna inom humaniora (jfr. Ekecrantz 1998).

Sammanfattningsvis måste medieforskningen, för att till fullo förstå och (vidare)utveckla teoribildningen om mediernas plats i samhälle och kultur, aktivt och kontinuerligt arbeta för att överskrida gränsen mellan humaniora och samhällsvetenskap, och mer konsekvent utnyttja och integrera perspektiv från båda traditionerna (jfr. Nowak 1994). All kommunikation bär på symboliska innehåll, vilket påkallar humanistiska tolkningsperspektiv. Medierad kommunikation i form av texter som produceras och recipieras kan dock aldrig frikopplas från en omgivande kontext, vilket gör att den kommunikationsprocess som texterna utgör en del av måste analyseras och tolkas i ljuset av det omgärdande samhälls- och kulturlivet. Man bör således både ägna sig åt förståelseinriktad, fenomenologiskt grundad tolkning (av texter och produktions- och receptionspraktiker), och åt kartläggande och förklarande strukturanalys – både studera mediernas upplevelsedimension och de strukturella villkor som omger denna.

Inomdisciplinära uppdelningar

Inomdisciplinärt finns det åtminstone två olika trikotomiseringar som utgör hinder för en mer långtgående förståelse av mediernas kulturella och samhälleliga betydelse. Det gäller å ena sidan tredelningen av fältet längs det som brukar kallas mediernas dominerande makrogenrer (journalistik och nyheter, kultur och underhållning, och information och reklam), och å andra sidan den uppdelning som finns mellan de tre olika dimensionerna i kommunikationsprocessen (mediernas institutioner och produktionsvillkor, mediernas texter, och mediernas publikar eller användare).

Vad gäller den första, genremässiga inomdisciplinära uppdelning som utvecklats, kan den möjligen betraktas som ett resultat av de olika fakultetsmässiga bakgrunder som medie- och kommunikationsvetenskapen kan åberopa. Även om det finns otaliga exempel på undantag, så har tendensen ändå varit att t.ex. samhällsvetare ofta intresserat sig för nyhetsmedier och reklam, och humanister för fiktionsutbud. Men mediernas egen utveckling gör det allt svårare att på ett fruktbart sätt dela upp forskningen längs dessa rämnande genregränser. Underhållningsindustrin bygger i mångt och mycket på en kringgårdande reklamverksamhet, där produktionskostnaderna för musik och filmer bara utgör en del av den totala omsättningen kring enskilda produktioner, och där finansieringsformer inverkar på de estetiska uttrycken. Nyheter hämtar narrativ inspiration från fiktionsberättelser. Den s.k. upplevelseindustrin tränger in i skola och i läroböcker, och det blir allt svårare att skilja mediernas tilltal åt – talar de till oss som konsumenter eller medborgare, eller både och? Eller varken eller? Dylka frågor pockar på ett överskridande av gränser mellan nyheter, underhållning och informationsverksamhet, om vi på ett rimligt sätt vill förstå de processer som är involverade i dagens mediering. Alltför sällan ser man dock exempel på sådan forskning.

En annan aspekt av denna genremässiga trikotomisering är att nyhetsjournalistik ibland tycks inta en hegemonisk plats, och ses som mer central för forskningsfältet än forskning om fiktion och underhållning (och för den del även annan typ av journalistik, t.ex. kulturjournalistik), eller information och reklam. Möjligen är det ett resultat av intresseinriktningar hos en generation medieforskare som gjort att de flesta av dem som för närvarande innehar professurer kan sägas ha en inriktning mot journalistik, och möjligen kan ett sådant tillfälligheternas spel få andra utfall i framtiden. En viktigare punkt att fundera över är dock relevansen i den tredelning i ovan nämnda tre makrogenrer som ofta brukar användas i anställningsutlåtanden när man vill fastställa vilken bredd en forskare spanner över. Följer man resonemanget om genrernas sammanblandning ovan torde en nyttigare kompetens för en professor vara att denne eller denna kan applicera medievetenskapliga resonemang och teorier av ett slag som ger ett integrativt perspektiv, dvs. ett perspektiv som kan ta hänsyn till den holistiska bild som sammanblandningen av de traditionella genreuppdelningarna medför. Förmodligen kommer också mediernas egen utveckling att tvinga fram den typen av brett tänkande i framtiden.

Likaså den andra tredelningen av forsknings- och kunskapsfältet – den mellan produktion, text och reception – framstår som problematisk, vilket teoretiskt har påpekats av en lång rad personer. Redan under 1960-talets första hälft efterlyste strukturfunktionalistiskt inriktade forskare som Harold Lasswell (1964/1995) tydligare helhetsperspektiv, med syfte att skapa en bättre förståelse av mediernas och kommunikationens verkningar. Visserligen menade han att man kan studera varje led i kommunikationsprocessen för sig, men man måste samtidigt vara medveten om de kringlig-

gande delarnas existens och betydelse för processen som helhet. På ett liknande sätt formulerar Stuart Hall (1973) i sin klassiska encoding/decoding-essä kommunikationsprocessen i termer av ett antal från varandra fristående, men samtidigt med varandra oupplösligt förbundna, moment, vilka visserligen kan studeras vart och ett för sig, men där man inte kan frikoppla analysen av någon enskild del från det faktum att de hänger samman med varandra. Och man kan gå längre tillbaks i tiden än så. Redan i det sena 1920-talet menade sociologer som Paul Cressey att filmtittande måste förstås i sin sammanhängande produktions- och receptionskontext (Jowett m.fl. 1996, jfr. Cressey 1938). Även sociologen Emelie Altenlohs (1914) studie av filmreception i 1910-talets Tyskland innehöll delar om filmens produktionsvillkor, genremönster och distributionsförhållanden. Dessa historiska exempel på helhetsperspektiv har givetvis utgjort undantag, men visar ändå på att tänkande kring sådana integrativa perspektiv ingalunda är en sentida upptäckt. Värdet av ett helhetsperspektiv betingas av att kunskaper om processen som helhet skapar djupare förståelse av de ingående delarna, hur dessa kan relateras till varandra, vilka betydelser som genereras i kommunikationsprocessens olika moment, samt vilka konsekvenser detta får för de individer, kollektiv och organisationer som är involverade, och ytterst hur detta inverkar på en samhällelig och kulturell nivå. Att förstå relationen mellan den helhet i vilken mindre moment i kommunikationsprocessen ingår, utgår också från ett hermeneutiskt perspektiv, vilket ytterligare pekar på behovet av att behålla den fakultetsmässiga spännvidden inom medieforskningen.

Medieforskningens integrativitet: ett exempel

Forskning är en verksamhet som syftar till att bygga ny kunskap i relation till de kunskaper som tidigare forskning lett fram till. Forskning inom MKV måste således bygga vidare på, eller kunna relateras till, annan MKV-forskning, vilket gör att forskare inom området bör vara förtroga med vad som tidigare gjorts och uppnåtts inom fältet. Om insikter ska kunna bygga på andra tidigare nådda insikter, eller om insikter ska kunna bygga på ett brott med gamla perspektiv och traditioner, krävs det ett helhetsperspektiv, där alla genrer och delar av kommunikationsprocessen tas hänsyn till.

Medieforskningen måste därför överskrida uppdelningen mellan mediegenerna, och mellan de olika delarna i kommunikationsprocessen. Utbildning och forskning (inte minst forskarutbildning) måste upprätthålla den typen av bredd, om det ska kunna skapas identifikatoriska möjligheter för forskare inom disciplinen. Det måste uppstå en dialog *inom* fältet som helhet, där man inte fokuserar alltför ensidigt på vissa genrer eller på vissa dimensioner av kommunikationsprocessen. Annars hotas fältet av inre fragmentering, vilket utifrån Bourdieus fältteori, och med hans termi-

nologi, gör fältet som sådant svagare, mindre autonomt, och därmed också mer lättviktigt och negligerbart både inom akademien och i samhälls- och kulturlivet i övrigt. Kanske är det också så man kan förklara medieforskarnas ibland hävdade osynlighet utanför det egna fältet.

Denna strävan mot en integrativ ansats inom medieforskningen låter förstås lovvärd, möjligen utopisk, och en fråga som omedelbart infinner sig är förstås *hur* detta ska göras. Man kan inte göra allt på en gång, studera alla medier och alla genrer samtidigt. Det är förvisso riktigt, och vad som krävs är därför ett fokus kring fenomen som kan utgöra intressanta och belysande case eller fallstudier, och som utgör skärningspunkter för olika genrer och medieformer. Det behövs således *stora* projekt eller forskningsprogram, som tar sig an olika mediefenomen ur integrativa perspektiv, där *flera forskare* studerar fenomenet ur *flera olika synvinklar*, men med en gemensam målsättning där de olika delarna kan komplettera varandra (jfr. Downing 1997 s. 203). Dessa projekt bör inte begränsa sig till varken enskilda delar av kommunikationsprocessen, eller till någon av de dominerande genrer som ämnet och medierna vanligen struktureras efter. Det är således inte fråga om att skapa en additiv kunskap, där man lägger de enskilda resultaten vid sidan av varandra för att skapa en större och mer imponerande helhet (vilket man kan se i en del antologier där det finns svaga kopplingar mellan de publicerade bidragen trots att de arbetat inom samma ekonomiska projektramar). Det handlar om att skapa en integrativ kunskap, där summan av delarna genererar *något annat* än vad som kan skapas genom ren addition. Eftersom medierna genomsyrar så stora delar av samhälls- och kulturlivet finns det här unika möjligheter för medievetare att utgöra den sammanlänkande delen i mångvetenskapliga projekt och program, och att därmed utgöra den integrativa motorn till att verkligen konstruktiv tvärvetenskap växer fram.³

Det är också viktigt att betona den empiriska dimensionen i dylika projekt eller program. Eftersom medierna i så hög grad förändras, både teknologiskt och innehållsmässigt, krävs det studier som är tydligt empiriskt förankrade (och som dessutom är reflexivt metodmedvetna – något som också ställs på hårda prov på grund av den accelererande föränderligheten). Utan den föränderligheten kommer man snart att reproducera teorier som gällde gårdagens medielandskap och de förhållanden som rådde där.

Mot bakgrund av ett flerårigt engagemang i forskning kring TV-programmet *Bingolotto*, kan jag vittna om att det både är möjligt att genomföra, och i ett fall som *Bingolotto* även nödvändigt, om man vill förstå fenomenet i hela sin komplexitet.⁴ Ty *Bingolotto* må vara ett program som i förstone tycks enkelt att förklara (det har en enkel struktur, populär form, stöter inte bort någon, etc.). Men vill man till fullo försöka förstå dess samhälleliga och kulturella betydelse, måste man röra sig utanför själva programmet, ut mot de periferier som sammantaget bildar de kulturella och samhälleliga mönster i vars nav programmets betydelser därefter kan återfinnas.

Utgångspunkten för studien var TV-programmet *Bingolotto*. Det var programmet som först väckte vårt forskningsintresse, både i kraft av sin popularitet och av sina kopplingar ut i det vidare samhället genom den till idrottsrörelsen kopplade lottförsäljningen, etc. Redan under projektets planering stod det således klart att det inte gick att förstå fenomenet utifrån en snäv, innehållsanalytisk synvinkel, och att det inte heller skulle vara tillräckligt att enbart genomföra en receptionsstudie för att fånga programmets och fenomenets samhälleliga och kulturella betydelse. Att angripa det mångvetenskapligt genom att konstruera en forskargrupp från flera discipliner (medievetenskap och etnologi) var därför naturligt. Icke desto mindre fördjupades förståelsen av kontextens betydelse för programmet och av dess popularitet efter konfrontation med det empiriska materialet.

Bingolottoprojektet syftade till att studera programmets plats i svenskt kultur- och samhällsliv, och vägledades av tre kluster av frågeställningar, strukturerade efter de tre momenten i kommunikationsprocessen: text, produktion och användning/publik, sedda ur ett historiskt perspektiv. Vi ville därför för det första studera *programmets historia*, hur det framkommit och utvecklats, såsom detta framträdde i intervjuer med inblandade, och i pressklipp och annan dokumentation. Vi ville för det andra studera de *produktionsrelationer* som omgärdade programmet, t.ex. vilka kopplingar det hade till andra medier och till andra samhällsfenomen. För det tredje ville vi studera *programmets reception och användning*, både kvantitativt (hur många och vilka som tittade), och kvalitativt (hur enskilda tittare och grupper av tittare upplevde programmet och hur de förhöll sig till dess omgärdande delar som t.ex. lottförsäljningen). Slutligen ville vi studera *programmets textualitet*, dvs. hur det narrativt var konstruerat, vilken som var dess genremässiga hemvist och vilka som var programmets intertextuella relationer. Avsikten med detta tillvägagångssätt var att de tre grupper av frågeställningar som hade lett arbetet, och de kunskaper som dessa gett upphov till, tillsammans skulle ge en förståelse av fenomenet som var större och djupare än vad de enskilda delarna isolerade från varandra skulle ha kunnat ge.

Vi ville genom att relatera alla dessa områden till varandra bl.a. se hur produktionsrelationerna kunde förstås i förhållande till det estetiska uttrycket och till programmets reception. Ambitionen var således att nå fram till en integrativ kunskap som överskred de begränsningar som en analys fokuserad på antingen produktion, text och reception eller konsumtion skulle ha fört med sig. En av de slutsatser vi kunde dra i projektets slutskede var att svaret på frågan om programmets betydelse inte stod att finna i vare sig produktionen, texten eller receptionen, utan snarare i den kontext som omgav alla dessa tre moment i kommunikationsprocessen. Denna kontext innefattar åtminstone fem olika sammanhang: andra samtida medier, det svenska föreningslivet, den samhällshistoriska kontexten vid programmets lansering, den nyttopräglade mentalitetshistoriska kontexten, samt den sociala gemenskapskontexten. Jag ska kortfattat redogöra för dessa kontexter.

Det första kontextuella sammanhanget rörde *andra samtida medier*. Här handlade det i första hand om hur olika medier bands samman i närmast symbiotiska relationer med varandra. Det gällde främst kvälls- och veckopress, men även dagspress på företrädesvis lokal nivå. De olika kontroverser som funnits i programmets historia mellan det producerande bolaget Gert Eklund Television och det distribuerande företaget TV4, spelades till stor del ut med kvällspressen som arena. Och lokalpressen har haft många reportage om vinnande ordsbör och lottsäljande klubbar. Dessutom fanns (och finns) det länkar mellan TV-programmet och Internet genom programmets hemsida, där man både kan hämta information om kommande och gångna sändningar, rätta sin lott och få information om vinstplaner, etc. Kopplingen mellan TV-programmet och Internet som spelmedium kan även antas förstärkas i framtiden. Även olika reklamplattformer utanför TV-mediet var involverade, genom annonser i press, offentlig miljö och på samfärdsmedel. Olika företag, representerandes skilda varor, gick även samman i gemensamma reklamannonser (t.ex. Bingolotto, Volvo och IKEA i en gemensam annons i *IKEA Family Magazine* nr. 1/1999 s. 14). På en teknisk nivå involverar programmet, genom de inringande vinnarna, telefonoperatörer som skulle se till att den massiva anhopningen av inringande samtal fungerade.

En andra kontext var det svenska *föreningslivet*. Utan en bas i föreningslivet och folkrörelserna hade inte programmet kommit till stånd. Det är föreningslivet som hela tiden har stått för den distributionsapparat som på ett effektivt sätt sprider lotter runt hela landet, och som på många sätt kan ses som en nyckel i maskineriet. Detta är en distributionsapparat som skapats för andra ändamål, men som fanns lämpligt till hands när program- och lotteriiden lanserades. Förankringen i föreningslivet har fört med sig en rad sociala, kulturella och politiska värden som annars brukar vara betydligt mer nedtonade i kommersiell TV-produktion, och som adderats till de ekonomiska värden som där är den primära motorn. Själva den distributionsapparat som föreningslivet har tillhandahållit kan ses som en viktig del i förklaringen av *Bingolottos* framgångar, och det har också visat sig vid lansering av formatet i andra länder att det är svårt att få igång försäljning av lotter utan en sådan redan på förhand organiserad distributionskanal. Dock är inte förekomsten av en distributionsapparat med välsmort maskineri tillräcklig. Det är således en alltför enkel förklaring att säga att *Bingolottos* genomslag enkom byggt på denna koppling till idrottsrörelse och föreningsliv. Förhållandet måste kombineras med en kvalitet i texten som TV-publiken kan relatera till, och som harmonierar med olika önsningar och behov hos denna.

En sådan kvalitet kopplad till önsknings- och upplevda behov är alltid historiskt bestämd. Därför är *den mediepolitiska och samhällshistoriska tidpunkten* för lanserandet av programmet en tredje sådan kontext, som åtminstone delvis befinner sig utanför de omedelbara produktions-, text- och receptionssammanhang som har med TV-mediet att göra, och snarare

rör vidare förändringar i mediasystemet. I skiftet mellan 1980- och 90-talet öppnades ett rum, där aktörer som tidigare inte haft möjlighet att ta sig in i medieproduktionsfältet helt plötsligt fick en chans att etablera sig, på ett liknande sätt som skett i andra länder som England (jfr Robins & Cornfors 1992, Paterson 2001), och Norge (jfr Bakøy & Syvertsen 2001). Kontexten innefattar att man måste förstå framgångarna för *Bingolotto* och TV4 i ljuset av den konkurrens som då fanns med andra TV-kanaler om etablering i etern. De mediemässiga förändringarna kan vidare kopplas till en allmän samhällelig omstrukturering och värderingsförändring med en vidare acceptans av det ekonomiska systemets intrång i olika offentligheter och sfärer. Man bör således inte betrakta det som en slump att *Bingolotto* kom fram i en brytningstid för de svenska (och nordiska) etermedierna. Genom att tillhandahålla ett underhållningsprogram som kunde relatera till *både* det framväxande kommersiella medieproduktionsklimatet, och *samtidigt* erbjöd en form av underhållning som i sitt textuella uttryck låg i linje med den typ av program som tittare på SVT vant sig vid vad gäller estetisk utformning, bredd i tilltal, och folklighet i tonen, kunde TV4 sammanlänka två olika mediekulturer, och därmed både konkurrera med SVTs utbud i kraft av ett *liknande* utbud, och samtidigt utgöra ett alternativ till public service-företaget genom att tillhandahålla ett *annorlunda* utbud med reklam- och – framför allt – sponsorfinansiering. Förvisso kom *Bingolotto* även fram i en tid av ekonomisk recession, vilket möjligen kan tolkas som att det var drömmar om stora vinster för den enskilda spelaren eller tittaren som var förklaringen till populariteten och genomslaget. Men vi har hellre velat se detta som en bidragande orsak, och betonar därför de mediehistoriska förutsättningarna som viktigare.

Att just sponsorfinansieringen varit betydelsefull för *Bingolottos* publik, som i hög grad består av äldre tittare vana vid ett utbud där reklam inte bryter programmen, har framgått tydligt i materialet. Även om vi inte på statistiska grunder kan sträcka ut det till att gälla äldre tittare generellt, ligger det nära till hands att anta att de personer vi studerat inte är ensamma om sin negativa inställning till reklamavbrott. Att *Bingolottos* publik främst består av äldre är väl dokumenterat i den statistik som finns att tillgå. Där framkommer också att SVTs reklamfria kanaler är mest populära i denna ålderskategori, medan yngre i högre grad föredrar kommersiella kanaler (Jönsson 2000; Nordström 2001 s. 246). Att äldre personer med mer etablerade medievanor (och andra vanor) är mer känsliga än yngre för radikala utbudsförändringar är en tolkning som ligger nära till hands. Sponsorfinansieringen har dock inte exkluderat de delar av TV-publiken som är negativa till reklam. Sponsorfinansieringen har snarare inneburit att man kunnat bejaka ett kommersiellt drivet mediasystem, samtidigt som systemets mekanismer maskeras i själva programtexten. Ekonomins betydelse framhålls ytterligare i och runt programmet genom de ekonomiska värden som kan kopplas till de vinster som lottas ut under varje sändning, och där omnämnandet av vinsternas ekonomiska (snarare än kulturella, sociala, poli-

tiska) värde tydligt brukar framhållas av programledaren. På så sätt har en ekonomisk diskurs genomsyrat hela företeelsen, såväl intra- som extratextuellt.

Det ekonomiska, kopplat till nyttan för idrottsrörelsen, är också en viktig komponent i förståelsen av populariteten hos äldre publik. Den *nyttopräglade mentalitetshistoriska kontexten* utgör ett fjärde sammanhang, inom vilket det är fullt legitimt att ta del av underhållningsprogram av *Bingolottos* typ bland människor i äldre generationer där en puritansk arbetsetik är ett viktigt rättesnöre. Enligt en sådan etik bör man inte ägna sig åt någon form av meningslös sysselsättning (t.ex. slöa framför TVn). I ett sådant föreställningsuniversum betraktas dylika aktiviteter som meningslösa. Att denna "nytta" kopplas till arbete har också kommit fram i flera intervjuer och kommentarer under fältarbetet. Vissa pratar här om sitt mediebruk i termer som antyder att de ser på det som ett slags arbete, och att det därmed skänker mening åt sysselsättningen. Också i programledarens samtal med inringande telefonörer var det, särskilt under Lokets tid som programledare (fram till 1999), tydligt att olika aktiviteter sattes i förgrunden, t.ex. när han frågade vad den inringande hade gjort under dagen, hur detta hade upplevts, om det var något man brukade göra, etc. Detta kan troligen kopplas till specifika värderingsstrukturer hos (pensionärs)publiken. Det framhålls i annan forskning att den svenska pensionärskåren präglas av en stark nyttomoral (Ronström 1998 s. 16), och *Bingolotto* som program och som lotteri harmonierar väl med denna moralsyn. Att titta på programmet och delta i lotteriet är att göra nytta, bl.a. för att man stödjer föreningslivet (vilket också bekräftas och legitimeras i politiska uttalanden, t.ex. av statsminister Göran Persson i samband med 10-årsjubileet för programmet), medan den reklam som ligger mellan programmets olika delar kan upplevas som så plågsamt onyttig att vissa då lämnar TV-soffan, för att genom den rent fysiska aktiviteten att vanka runt i köket besvärja det onyttighetshot som reklampausen aktualiserar.

För det femte fungerar slutligen programmet som en följd av nyttoaspekten som ett socialt kitt, som binder människor samman i gemenskaper i det lokala närsamhället. I denna *sociala kontext* har man kunnat samlas i samtal om programmet (om man vunnit eller känner någon som gjort det, etc.), eller i aktiviteter kring programmet (lottförsäljning, idrottsaktiviteter som resulterar ur lottförsäljningen, etc.). Programmet har i den meningen givit upphov till en rad gemenskapsvärden, eller "att älska"-värden som den finländske sociologen Erik Allardt (1975 s. 97ff) uttrycker det i en studie av nordisk välfärd. De främsta av dessa värden som de finska forskarna pekade ut i den nordiska välfärdskontexten var sådana som centrerades kring "grannskapsrelationer och lokal gemenskap", "familjegemenskap" och "vänskapsförbindelser" (s. 36). Det vill säga den typ av värden som den amerikanske statsvetaren Robert Putnam (1993/1997 s. 201ff) menar utgör grunden för det sociala kapital som är en förutsättning för skapandet av demokratiska samhällsformer. Det är också dessa värden som kan sägas stå centrala i den text som TV-programmet *Bingolotto* utgör,

och i de kringliggande fenomen som finns i dess kontext. De uttryck för omsorg och vårdande av släktskapsrelationer som omgärdar tittandet på programmet kan sägas illustrera detta.

Genom att på detta sätt utgå från ett mediefenomen (Bingolotto), för att därefter röra oss ut i vidare kontextuella cirklar, för att via denna kontextualiserande omväg skapa en både vidare och djupare förståelse av de mekanismer som programmet aktualiserat och involverat, menar vi oss åtminstone delvis ha överskridit de begränsningar som ett ensidigt fokus på någon dimension i fenomenet skulle ha inneburit. Exemplet kan därför illustrera den vikt som måste läggas vid att skrida över de genregränser som medierna själva sätter upp, och som tyvärr ofta reproduceras i forskningspraktiken genom att enskilda forskare och forskargrupper koncentrerar sig på än den ena och än den andra makrogenren. Bara för att medierna själva delar upp sig i en nyhetsredaktion, en kulturredaktion och en annonsavdelning (vilket är en vanlig organisatorisk uppdelning inom t.ex. press- och etermedier), behöver inte forskarna med nödvändighet reproducera denna arbetsdelning. Det är, som jag försökt visa ovan, definitivt inte bara nyhetsmedierna och journalistiken som har betydelse för samhällets demokratiska välbefinnande, och inte heller enbart underhållningsmedierna som har konsekvenser för kulturella sfärer. En alltför ensidig sådan uppdelning av forskningen kan skapa blindade fläckar, där det kulturellas betydelse för politiken, eller ekonomins och politikens betydelse för estetiska former, osynliggörs, och gör att samhälleliga och kulturella sammanhang döljs bakom en alltför enögd fokusering på enskilda sfärer.

Slutord: för en integrativ medievetenskap

Jag vill inte på något vis påskina att vi i *Bingolotto*-projektet lyckades fullt ut i vår ansats att överbrygga de uppdelningar mellan produktion, text och reception som ämnet och forskningsområdet rymmer, och som man kan avhjälpa genom att inta ett integrativt perspektiv. Jag vill snarare lyfta fram det som ett *försök*, från vilket man kan dra lärdom av de misstag (och, för all del, även lyckosamma val) som vi där skapade oss en erfarenhet av. Så här i efterhand är det t.ex. lätt att se att vi skulle kunna ha gjort en mer ingående materialinsamling och analys av relationen mellan nyhets- och underhållningsgenrerna än vad vi nu gjorde, och därmed mer systematiskt försökt överbrygga uppdelningen i makrogenrer. Det är förvisso inte för sent än, materialet finns kvar för ytterligare bearbetning och analys, även om det skulle behöva kompletteras. Något annat vi kunde ha gjort var att konstruera en både större och mer heterogent sammansatt forskargrupp än de två medievetare och en etnolog som den nu bestod av.

De vinster i form av en djupare förståelse av *Bingolotto*-fenomenet som angreppssättet som sådant bibringade, övertygade om vikten och värdet

av att fortsätta på denna inslagna väg. De tillkortakommanden som projektet var vidhäftat har försökt kompenseras för i ett kommande projekt, eller snarare forskningsprogram, kring mediernas roll i den sociala och kulturella omvandlingen i östersjöregionen.⁵ För detta ändamål har konstruerats en större forskargrupp, med mer heterogen sammansättning (statsvetare, skandinavister, sociologer, medievetare, journalistikforskare, etc.), för att just söka bidra till en utveckling av teoribildningen om mediernas roll i social och kulturell förändring. Måhända når vi inte ända fram denna gång heller. Men ett mer homogent konstruerat och specialiserat forskarlag framstår inte som ett tilltalande alternativ.

I det ovanstående har jag skisserat en del av de problem som kunskaps- och forskningsfältet har att konfrontera inför den kommande framtiden. Det är min bestämda uppfattning att dessa problem kommer att kunna lösas. Det är likaså min fasta övertygelse att forskning om medier och deras plats i samhälls- och kulturliv påkallar integrativa ansatser. Och om ämnet och forskningsområdet ska kunna göra anspråk på att utgöra en egen disciplin, måste det utvecklas en sensibilitet för den paradox som jag i denna artikel har skisserat, och som bygger på det faktum att moderna, högteknologiska och ekonomiskt komplexa samhällen och kulturer inte kan separeras från de medier som bär upp de strukturer dessa samhällen och kulturer utgörs av, och vars mediala innehåll bestämmer deras karaktär. För denna utveckling krävs förutom integrativa, även historiska perspektiv, inte minst i form av kunskaper om forskningsfältets tidigare landvinningar, och om premisserna för den egna kunskapsproduktionen. Detta krävs för att skapa den ackumulerade kunskapsbas som varje forskningsfält behöver för att kunna utvecklas dynamiskt, för att utifrån historiska kunskaper om tidigare forskningsdebatt – t.ex. den som anfördes om medieforskningens relation till samhälleliga och kulturella processer i denna artikels inledning – kunna förhålla sig reflexivt till de egna forskningsresultaten och det egna kunskapsintresset. Om inte denna gemensamma kunskapsbas och samsyn i övergripande forskningssyfte upprättas kommer det heller inte att finnas något "inifrån" som fältet kan återopa. Samtidigt är det nödvändigt att upprätthålla kontakter över disciplingränserna. Ty lika lite som medierna kan separeras från samhälls- och kulturliv, kan medieforskningen utskiljas från den flora av övriga discipliner och forskningsområden som den vetenskapliga institutionen sammantaget rymmer. Medieforskningen bör därför odla denna specialistkompetens, genom vilken medieforskare kan berika forskning även inom andra discipliner.

Jag vill tacka mina MKV-kollegor vid Södertörns högskola för att genom ständiga diskussioner kring utvecklandet av nya kurser, kursplaner, litteraturlistor, forskningsprojekt, etc., ha bidragit till de tankar som diskuteras i denna artikel. Stina Bengtsson, Staffan Ericson och Michael Forsman har dessutom bidragit med konkreta synpunkter på texten, för vilket de ska ha ett särskilt tack.

Noter

1. En summerande historisk översikt över den svenska medieforskningens historia finns i Bolin & Forsman (2000).
2. Relevanta diskussioner återfinns i Bernstein (1983/1991), Snow (1965), eller inspirerad av den senare och med relevans för medie- och kommunikationsfältet, Lindstedt & Reimer (1999).
3. Jag vill här skilja på mångvetenskap, där t.ex. samma fenomen kan belysas av olika forskare från flera discipliner, och tvärvetenskap, som det resultat ett mångvetenskapligt projekt eller program kan utmyнна i. Många hävdar t.ex. att MKV-ämnet skulle vara tvärvetenskapligt, vilket i mina öron klingar motsägelsefullt. En vetenskaplig disciplin kan inte samtidigt hävda sig vara både en autonom disciplin och ett tvärvetenskapligt forskningsområde. Däremot går det förstås bra att hävda en tvärvetenskaplig bakgrund till utvecklandet av en enskild vetenskap.
4. Projektet genomfördes av undertecknad tillsammans med Michael Forsman och etnologen Karin Lövgren. Det finansierades av Riksbankens Jubileumsfond mellan 1999-2001. Det finns utförligare beskrivet och rapporterat i Bolin & Forsman (2002).
5. Forskningsprogrammet Skiftande medielandskap. Ett forskningsprogram om mediers betydelse för social och kulturell förändring vid MKV, Södertörns högskola, finansieras av Östersjöstiftelsen med början från år 2001.

Referenser

- Allardt, Erik (1975) *Att ha, att älska, att vara. Om välfärd i Norden*. Lund: Argos.
- Altenloh, Emilie (1914) *Zur Sociologie des Kino: die Kino-Unternehmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher*. Leipzig: Spamerschen Buchdruckerei.
- Andersen, Michael Bruhn & Jørgen Poulsen (1974) "Introduktion", i Michael Bruhn Andersen & Jørgen Poulsen (red) *Mediesociologi*. København: Rhodos, s. 10-53.
- Bakøy, Eva & Trine Syvertsen (red) (2001) *Sjekking på TV. Offentlig ydmykelse eller bare en lek. En studie av Reisesjekken – programformat, deltakere, produsenter, sponsorer og publikum*. Oslo: Unipub.
- Bernstein, Richard J (1983/1991) *Bortom objektivism och relativism. Vetenskap, hermeneutik och praxis*. Göteborg: Röda Bokförlaget.
- Bolin, Göran & Michael Forsman (2000) "Medien- und Kommunikationswissenschaft in Schweden. Zergliederung oder Ko-Existenz?", i *Montage/av. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation*, vol. 9:1, s. 187-201.
- Bolin, Göran & Michael Forsman (2002) *Bingolotto: produktion, text, reception*. Flemingsberg: MKV (Mediestudier vid Södertörns högskola 2002:1).
- Cheesman, Robin & Carsten Kyhn (1975) "Medvetande, masskommunikation, offentlighet", i Robin Cheesman & Carsten Kyhn (red) *Masskommunikation och medvetande-produktion – en antologi*. København: NSU, s. 9-168.
- Cressey, Paul G. (1938) "The Motion Picture Experience as Modified by Social Background and Personality", i *American Sociological Review*, vol. 3, s. 516-525.
- Corner, John (2001) "Towards the Really Useful Media Researcher?", *Nordicom Review*, nr. 1/2001, s. 3-10.
- Downing, John (1997) "Cultural Studies, Communication and Change: Eastern Europe to the Urals", i Marjorie Ferguson & Peter Golding (red.) *Cultural Studies in Question*, London: Sage, s. 187-204.
- Drotner, Kirsten (2002) "New Media, New Options, New Communities? Towards a Convergent Media and ICT research", *Nordicom-Information*, vol 24:2-3, s. 11-22.
- Ekecrantz, Jan (1998) "Medier, kommunikation och social kritik", *Nordicom-Information*, vol. 20:3, s. 11-16.

- Fetveit, Arild (2000) "Den trojanske hest: om metodebegrepets marginalisering av humanistisk medieforskning", *Norsk Medietidskrift*, nr. 2/2000.
- Gripsrud, Jostein (1998) "Ti år i bransjen. Fortid, samtid, framtid", *Nordicom-Information*, vol. 20:3, s. 17-24.
- Habermas, Jürgen (1970/1994) *Sambällsvetenskapernas logik*. Göteborg: Daidalos.
- Hall, Stuart (1973) *Encoding/Decoding in the Television Discourse*, Stencilled Occasional Paper from CCCS nr. 7, Birmingham: Birmingham University/CCCS.
- Jensen, Klaus Bruhn (red.) (2002) *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London & New York: Routledge.
- Jowett, Garth S., Ian C. Jarvie & Kathryn H. Fuller (1996) *Children and the Movies. Media Influence and the Payne Fund Controversy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jönsson, Anna-Maria (2000) *Radio och TV i allmänhetens tjänst? Allmänhetens syn på public service-verksamheten*. Göteborg: JMG.
- Lasswell, Harold (1964/1995) "The Structure and Function of Communication in Society", i Oliver Boyd-Barrett & Chris Newbold (red.) *Approaches to Media. A Reader*. London: Arnold.
- Lazarsfeld, Paul F. (1941) "Remarks on Administrative and Critical Communications Research", *Studies in Philosophy and Social Science*, vol 9: 1, s. 2-16.
- Liedman, Sven-Eric (1998) *Mellan det triviala och det outsågliga. Blad ur humanioras och samhällsvetenskapernas historia*. Göteborg: Daidalos.
- Lindstedt, Inger & Bo Reimer (1999) "Medier och Den tredje kulturen. Nya kontexter för Medie- och kommunikationsvetenskap", *Nordicom-Information*, vol. 21:4, s.101-104.
- Morrison, David E. (1998) *The Search for a Method. Focus Groups and the Development of Mass Communication Research*. Luton: University of Luton Press.
- Mortensen, Frands (1977) "The Bourgeois Public Sphere. A Danish Mass Communications Research Project", i Mie Berg, Periti Hemanus, Jan Ekecrantz, Frands Mortensen & Preben Sebstrup (red.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenaa: GMT, s. 293-354.
- Mortensen, Frands (1994) "Ideologikritik og marxisme. Hvor er medieforskningens kritiske perspektiv fra 70'erne blevet af?", *Nordicom-Information* nr. 1-2/1994, s. 45-48.
- Negt, Oskar (1973) "Massenmedien: Herrschaftsmittel oder Instrumente der Befreiung?", i Dieter Prokop (red) *Kritische Kommunikationsforschung. Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung*. München: Carl Hanser Verlag, s. i-xxviii.
- Nordström, Bengt (2001) "Public service-televisionens starka och svaga sidor", i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Land, du välsignade?* Göteborg: SOM-institutet, s. 237-256 (SOM-rapport nr. 26).
- Nowak, Kjell (1994) "Närmandet mellan samhällsvetenskap och humaniora: Medie- och kommunikationsforskningen i Norden", *Nordicom-Information*, vol 15:1-2, s. 39-41.
- Nowak, Kjell (1999) "Medieutvecklingen och vardagen", i Ulla Carlsson (red.) *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring. Professorer i journalistik och medie- och kommunikationsvetenskap reflekterar*. Göteborg: Nordicom, s. 65-68.
- Paterson, Richard (2001) "Work Histories in Television", i *Media, Culture & Society*, vol. 23, s. 495-520.
- Putnam, Robert D. (1993/1997) *Den fungerande demokratin. Medborgarandans rötter i Italien*, Stockholm: SNS Förlag.
- Ricoeur, Paul (1986/1992) *Från text till handling*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion.
- Robins, Kevin & James Cornford (1992) "What is 'Flexible' About Independent Producers?", *Screen* vol. 33:2, s. 190-200.
- Ronström, Owe (1998) "Pigga pensionärer och populärkultur", i Owe Ronström (red) *Pigga pensionärer och populärkultur*. Stockholm: Carlssons, s. 9-47.
- Snow, C.P. (1965) *De två kulturerna. En ny genomgång*. Staffanstorps: Bo Cavefors Förlag.

Jesper Falkheimer

Jag tänker kommunikation, alltså är jag

I centrum för FSMK-konferensen 2002 stod frågan om identitet hos medie- och kommunikationsvetare. I tider av ökande reflexivitet och föränderlighet är detta en spännande fråga att diskutera. Frågan föder automatiskt följdfrågor. Behövs medie- och kommunikationsvetare? Vad studerar vi som är unikt för vårt ämnesfält? Vilka metoder använder vi oss av? För ett ämne som endast har ett eller två decennium bakom sig på egna ben, är detta förstås relevanta frågor. Men samtidigt är det frågor som i huvudsak tillhör uppbyggnadsfasen av ämnet, som nog får anses passerad. Gränsdiskussioner är idag lika giltiga för andra samhälls- och kulturvetenskapliga ämnen. Ur mitt perspektiv finns det på ett kunskapsmässigt plan sällan orsak att dra upp skarpa linjer mellan forskningsdomäner, däremot finns det förstås strategiska skäl att se om sitt ämneshus.

Medie- och kommunikationsvetenskap (MKV) har expanderat radikalt som ämne, särskilt om vi tar hänsyn till studentantal och utbildningsorter. Denna expansion har medfört att det under lång tid funnits lite tid och resurser för ämnets lärare och forskare att bedriva forskning. Uppbyggnadsfasen av ämnet har bestått av konstant övertid i undervisningstimmar räknat, samt ökande frustration över för få doktorandtjänster och forskningsresurser. Min första reflektion när FSMK:s styrelse frågade om jag ville bidra med min syn på ämnets identitet illustrerar detta faktum väl: "Identitet? Vem har tid att tänka på sånt?" I den stora utvärdering som Högskoleverket genomförde 2001 får MKV godkänt, men de bristande forskningsresurserna betonas (Utvärdering 2001). Men ljuset i tunneln börjar kanske skönjas och förhoppningsvis ser vi inom ämnet framför oss en ny tid av ökande resurser och expansiv forskning.

För ett antal pionjärer inom vårt fält var betydelsen av att definiera fältets gränser och ämnets position i relation till närliggande ämnen mer central (se t.ex. Carlsson & Lindblad 1992; Rosengren 2000). Det finns en risk att dessa insatser förringas av nyare generationer, när behovet av legitimitet inte länge är lika aktuellt. Idag finns det nog få samhälls- eller kulturforskare som betvivlar behovet av ett eget ämne för studier av medier

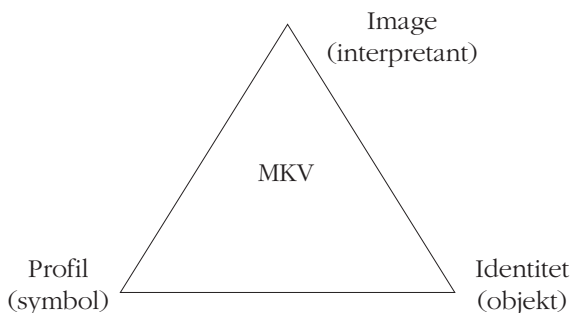
och kommunikation. Däremot finns det delområden inom vårt breda ämne, som har en mer problematisk relation till närliggande discipliner. Detta gäller främst det delområde som tidigare rubricerats planerad kommunikation, men som idag oftare kallas strategisk kommunikation (public relations, organisationskommunikation, social marknadsföring). Ett ämnesområde som länge endast förknippats med tillämpad forskning, men som förtjänar en mer betydelsefull plats inom ämnet. Det finns två primära argument för detta. För det första det faktum att den strategiska kommunikationens betydelse i samhället och för medieindustrin har ökat radikalt. För det andra vårt ansvar för studenternas senare möjligheter på yrkesmarknaden.

Det är riktigt att jag och mina gelikar inom ämnet tillhör en generation, som inte ursprungligen skolats inom någon annan disciplin, som statsvetenskap eller kulturvetenskap. Detta är dock en sanning med modifikation. Det är förstås en sanning om man ser till forskarutbildningen, men då exkluderas grundutbildningen som utgör en central socialisationsagent för dem som söker sig till vidare forskning. Vi har alla studerat andra ämnen än MKV under våra grundutbildningar – litteraturvetenskap, företagsekonomi, språk och så vidare.

Intresset för att studera MKV växte för min egen del fram genom retorikstudier i litteraturvetenskap. Mina ursprungliga förväntningar på MKV var, liksom de nog är för ganska många studenter idag, att få lära mig taktiska, tekniska och strategiska kunskaper i det moderna övertygandets konst – genom reklam och PR. Än idag bär jag med mig ett särskilt intresse för dessa retoriska kommunikationsgenrer. Men nu i huvudsak med andra – reflekterande och kritiska – perspektiv, och i kombination med intresse för forskning, som behandlar mediernas villkor, källor och struktur.

Inom public relations används ofta begreppen identitet, profil och image för att abstrahera strategiska kommunikationssituationer. I en semiotisk begreppsfas kan identitet jämföras med objekt, profil med symbol och image med interpretant (jfr Femö Nielsen 2001:19). Oftast finns någon form av organisation i centrum, men begreppen kan också appliceras på MKV som ämnesinstitution. Med identitet avses i detta sammanhang en kollektiv kulturell uppfattning, medan image representerar olika omvärldspublikers föreställningar. Profileringen sker dels via formella och medvetna kanaler – från informationsmaterial till hemsidor – dels via mer okontrollerade processer, till exempel genom den bild som förmedlas av ämnet i massmedier eller genom interpersonella kontakter studenter eller forskare emellan.

MKV kan inte betraktas som en företags- eller myndighetsorganisation och behöver inte nödvändigtvis komprimeras för att passa in i strömlinjeformade modeller. Men jag tror ändå att det finns anledning att fundera i de begreppsbanor, som presenteras ovan. Mångfalden inom ämnet är stor. MKV betyder olika saker för olika institutioner. På en del orter finns det en humanistisk förankring, med film- språk- eller historievetenskaplig inriktning. På andra orter – däribland min egen institution i Lund – är den samhällsvetenskapliga länken stark. Ofta presenteras MKV som ett samhälls-



och kulturvetenskapligt ämne. Men i realiteten handlar det ganska sällan om en förening och dialog, och oftare om en uppdelning.

Ur en strategisk synvinkel innebär trots allt mångfalden ett problem, då det gäller länken till profil och image. Att ha en tydlig profil handlar i detta sammanhang om att ta ansvar för vår huvudsysselsättning, som är undervisning inom grundutbildningen. Här tror jag att det behövs en problematisering. För det första inbillar jag mig att det ofta finns en bild av ämnet externt från studenter, som kolliderar med ämnets utbildning. För det andra tror jag att detta dels bottnar i att ämnets profil är otydlig, oklar och ofta osynlig, dels på bristande förmåga hos oss inom ämnet på att lyssna på behov och förväntningar hos studenterna. Vi står med andra ord inför ett klassiskt kommunikationsproblem, men också inför ett organisatoriskt problem. Jag tror att ämnet från studenthåll ofta förknippas med yrkesinriktad och tillämpad utbildning. Samtidigt kommuniceras den forskning som genomförs inte tillräckligt ofta till omvärlden i relevant form. Detta trots att det finns mycket att kommunicera– till politiker, allmänhet och professionell medie- och kommunikationsbransch.

I denna artikel ska jag nu särskilt behandla två frågor: (1) Hur uppfattar jag min egen identitet och position i relation till tidigare generationers medie- och kommunikationsforskare? (2) Vilken position har mitt avhandlingsprojekt i relation till det omgivande forskningsfältet?

Kommunikationsperspektiv i centrum

Vid paneldebatten under konferensen placerades vi som representanter för den nya generationen medie- och kommunikationsvetare till allmän åskådan. Frågan är om vi som satt där har något gemensamt? Tillhör vi samma generation kunskapsmässigt? Är det ålder och generation, som är avgörande variabler? I efterhand kunde jag konstatera att vi vid tillfället egentligen mer representerade våra respektive universitetsorter än någon form av generation. Istället för att relatera våra respektive identiteter till MKV som övergripande system, refererade vi till våra respektive avdel-

ningar, som under ämneskonferenser ofta tenderar att överordnas ämnesidentiteten. Denna självrefererande funktion är ett säkert grepp för att säkra det egna systemets överlevnad, konstaterar den danske kommunikationsforskaren Lars Thøger Christensen (2001:11): "Selvom alle levende systemer er åbne i den forstand, at de til stadighed interagerer med omgivelserne og udveksler stoffer og energier med dem, er selvreferencen et udtryk for en særlig form for lukkethed, der indebaerer, at systemet oplever omverdenen gennem sine egne selvskabte konstruktioner".

För min egen del poängterar jag gärna min position som *medie- och kommunikationsvetare*, inte bara medievetare. Min utgångspunkt är pluralistisk – hellre mångfald än enhetlighet. Samtidigt är jag som tidigare nämnt medveten om att detta förhållningsätt för med sig strategiska problem för ämnet, i relation till universitetsstrukturer och profileringsaspekter.

För mig utgör språkvetenskaplig, sociologisk eller socialpsykologisk kommunikationsteori – från sådana som Saussure, Pierce, Jakobson, Lazarsfeld, Habermas och så vidare – teoretisk verktygslåda. I nästa steg utgör främst samhällsvetenskapliga metoder – som enkäter, intervjuer, observationer, innehålls- och textanalyser – empiriska verktyg. Och medierad kommunikation i dess olika former – journalistik, populärkultur, reklam, PR – huvudsakliga studieobjekt. Detta utesluter inte studier av interpersonell kommunikation eller andra kommunikationsformer, särskilt inte eftersom gränserna mellan olika former blivit allt otydligare genom nya tekniker. För mig finns centrum av ämnet därför i ett *kommunikationsperspektiv*. Jag tänker kommunikation, därför är jag, kanske man kan säga.

Vid sidan av en del olikheter, finns där möjligen ett antal gemensamma karaktärsdrag för de flesta av oss i den nya generationen, enligt min tolkning. För det första finns det nog hos många av oss en förankring i den kulturella vändningen i samhällsvetenskaplig mening. I valet mellan effekt och tolkning väljer de flesta av oss det senare begreppet för att beskriva den process vi studerar. För det andra är ingen av oss särskilt intresserad av att begränsa MKV till studier av traditionella massmedier. Även om vi – däribland jag själv – främst studerar massmedier, finns det mängder av andra studieobjekt som är värda uppmärksamhet. För det tredje tror jag att de flesta av oss drivs av ett gediget samhällsintresse, som yttrar sig i nya former av feminism, nykritisk teori eller demokratiperspektiv. Samhällsintresset kan också innebära ett kulturintresse, förstås. De flesta av oss ser antagligen inte att dessa begrepp utgör någon form av motsats, snarare olika synsätt för att analysera relevanta sociala frågor.

Från "Generation X" till "No Logo"

Det finns en längtan efter att skapa kollektiva identiteter och klassificeringar. Den akademiska samhälls- och kulturforskningen har förstås mycket

att säga till om här. Men i vår tid driver den kommersiella kulturindustrin en stor del av kategoriseringen av människor – i segment, varumärkespositioner eller målgrupper. Att tillhöra en generation innebär nuförtiden ofta att tillhöra en konsumtionsgrupp: från 1980-talets *young urban professionals* (yuppies), till 1990-talets bohemiska borgerskap (bobos), till 2000-talets post-ironiska generation.

I Douglas Couplands *Generation X* (1993) beskrivs 1980-talets generation i termer av ironi, meningskollaps, retromode, främlingskap och medialisering. Utgångspunkten för författarens litterära tidsanalys är den privilegierade och köpstarka västvärlden, kan tilläggas. Idag hänger en del av denna tidskaraktistik kvar, även om det numera talas mer om reflexiv senmodernitet och ökande socialt engagemang, något jag också tror är karakteristiskt för den nya generationens medie- och kommunikationsvetare. Ett sådant medvetande har förstås också drivit tidigare generationer medieforskare, men då möjligen i mer homogen tappning. Den marxistiska synen på masskommunikation, som endast ett ideologiskt uttryck för ägande och fördelning av produktionsmedlen, finns på sätt och vis återrepresenterad i en del nygammal medieforskning (t.ex. Herman & McChesney 1997) och populär mediekritik. *Generation X* har ersatts av Naomi Kleins *No Logo* (2000), ett upprop mot varumärkessamhället.

Men bland den nyare generationens medie- och kommunikationsforskare märks ett mer komplext, pluralistiskt och i viss mening fragmenterat förhållningsätt till det som studeras. Den samhällsteori som kanske fått störst genomslag under det senaste decenniet utgår från den stora strukturomvandling som samhället genomgår, från industrisamhälle till någon form av senmodernt globalt nätverks- och risksamhälle (jfr Castells 1998; Beck 1992). Ett samhälle där medierad kommunikation i dess olika former har central betydelse och förhållandet mellan struktur och handling förändras. Men inte nödvändigtvis i emancipatorisk mening, utan kanske snarare genom utvecklingen av nya grupper av vinnare och förlorare: "Life chances in reflexive modernity are a question of access not to productive capital or production structures but instead of access to and place in the new information and communication structures" (Lash 1994:121).

Kunskapsintresset är viktigast

Medie- och kommunikationsvetare är som bekant inte ensamma om att studera medier och kommunikation. Detta faktum behöver inte längre betraktas som ett hot gentemot ämnets existens. Mer intressant är då vilken relation som finns mellan medie- och kommunikationsvetarna och (1) den dominerande sociala diskursen, (2) den dominerande synen på vetenskap. Detta är knappast två frågeställningar som kan besvaras här, men de har egentligen betydligt högre prioritet än frågan om ämnets självrefererande

identitet. Mats Alvesson och Stanley Deetz pekar på fyra idealtypiska forskningsansatser, som delvis fångar båda frågeställningarna ovan. Nedan finns en delvis förenklad variant av denna indelning.

	Normativ	Tolkande	Kritisk	Dialogisk
Syfte	Förklara kausala samband	Utforska kultur	Avslöja dominans	Återvinna konflikt
Metod	Nomotetisk, generaliserande	Ideografisk, förstående	Kultur- & dialogkritik	Dekonstruktion
Mål	Förbättra social ordning	Återskapa mening	Progressiv frigörelse	Ge plats åt förlorade röster

Källa: Alvesson & Deetz 2000:37.

De fyra ansatserna bygger bland annat på två motsättningar. I vårt fall för det första mellan att betrakta medie- och kommunikationsinstitutionerna med konflikt- eller konsensusperspektiv. För det andra mellan att anta ett rationellt-teoretiskt vetenskapligt förhållningsätt (normativ eller kritisk forskning), eller ett lokalt, situationellt och mer ateoretiskt förhållningsätt (tolkande eller poststrukturalistisk forskning). Den svåra frågan är huruvida det är möjligt att positionera olika generationers medie- och kommunikationsforskare inom endera idealtypen. Jag besparar mig den riskfyllda uppgiften i denna artikel, men tror mig kunna konstatera att det i nyare generationer finns en ökad dragning åt de tolkande, kritiska och dialogiska ansatserna, och att det som helhet finns en ökad mångfald bland antaganden och perspektiv. Det är samtidigt bland dessa fundamentala ontologiska och epistemologiska frågor som våra faktiska identiteter finns, medan relationerna till närliggande ämnen är underordnade.

Mitt avhandlingsprojekt: Den symboliska Öresundsregionen

Mitt avhandlingsprojekt behandlar konstruktionen av Öresundsregionen i danska och svenska medier. Studien utgörs dels av en text- och innehållsanalys, dels av en kvalitativ undersökning av professionella kommunikatorers avsikter, PR-strategier och föreställningar. Avhandlingens tema och tillvägagångssätt för att besvara forskningsfrågorna passar troligen ganska väl in i MKV-forskningen.

Bakgrunden till avhandlingen är Öresundsbrons tillkomst den 1 juli år 2000. Danska och svenska massmedier fylldes under åren dessförinnan och därefter i olika omfattning av Öresundsregionala aspekter, hot och möjligheter. Organisationer byggdes upp för att stödja olika sektorer inom den blivande regionen: IT Öresund, Öresund Identity Network, Öresundsuniversitetet och en mängd andra. Ett antal nya medier startades också i olika former strax före och efter denna händelse. En del på traditionell journalistisk plattform, antingen på kommersiell marknad eller inom public service. En del på strategiskt kommunikativ plattform, som ett PR-verktyg för att gynna integration ur olika aspekter. Tilltron till transnationell integration och tillväxt var och är fortfarande stor bland olika aktörer.

Inom etermedierna etablerades bland annat ett Öresundsprogram, *Öresund Direkt*, i samarbete mellan svensk och dansk public service-radio. Och några månader innan broinvigningen sjösatte *Sydsvenska Dagbladet* och *Berlingske Tidende* en unik satsning: den gemensamt producerade bilagan *Öresundsnytt*. Denna bilaga hann bara bli 20 nummer gammal innan den lades ned, främst av annonsskäl. Bron till trots, är medie- och annonsmarknaderna i Danmark och Sverige högst nationella. Ur ett historiskt perspektiv finns få goda Öresundsexempel. 1847 etablerades *Öresunds-posten* i Helsingborg under rådande liberal och radikal skandinavistisk yra. Men intresset för att etablera en svensk-dansk kanal mattades snabbt, och tidningen förvandlades till Nordvästra Skånes Tidningar (Hellstenius 1997). I mitten av 1990-talet försökte TV-profilen Lasse Holmqvist att skapa den dansksvenska Öresundskanalen, men misslyckades. Intresset för dansksvenska medier har oftast varit starkast på den svenska sidan sundet. Och i samtiden bland olika aktörer i Öresundsregionen, som vill påskynda den kulturella integrationen.

Frågan om vilka berättelser och föreställningar som har fyllt de dominerande danska och svenska dagstidningarna under åren kring brobeslut, byggstart, broöppning och tiden därefter står i centrum för avhandlingen. I samma centrum står frågan hur dessa berättelser relaterar till de professionella kommunikatörer, PR-aktörer och journalister, som producerat regionen som symbolvärld. Med andra ord – hur och av vem har Öresundsregionen konstruerats i medierna under perioden 1991-2001? För att uppfylla syftet görs ett antal nedslag i samtidshistoriens medieutbud. I centrum för den systematiska delen av analysen (dels en kvantitativ, dels en kvalitativ innehållsanalys) finns danska *Berlingske Tidende*, svenska *Sydsvenska Dagbladet* och deras bilagor *Öresundsnytt*.

Medietexter liksom andra texter existerar inte i isolerade världar, utan måste kontextualiseras. Därför behandlas också ett antal följdfrågor i avhandlingen. Hur kan mediestrukturen i regionen beskrivas? Vilka satsningar på "Öresundsmedier" har genomförts och hur har de fungerat? Hur har regionala aktörer agerat för att medverka till skapande av förväntningar, dansksvensk regionalism och en Öresundsprofil? Profileringen av regionen genom och i olika kategorier av medier ges med andra ord huvudrol-

len i avhandlingen, medan allmänhetens föreställningar på grund av avgränsningskäl ges en biroll. Istället fokuseras särskilt länken till vad som skulle kunna benämnas *konstruktörerna* av den symboliska Öresundsregionen, med andra ord medie- och organisationsrepresentanter, institutioner och aktörer. Särskilt fokus läggs på budskap, föreställningar och berättelser i ett antal medier, och de mer eller mindre medvetna konstruktörernas strategier, föreställningar och avsikter, som jag söker efter genom en kvalitativ intervjustudie.

Öresundsregionen som forskningstema är spännande eftersom flera av samtidens trender inryms i projektet, såsom transnationalisering, regionalisering och medialisering. Av modern tradition är medier i första hand nationella, om detta råder ingen tvekan, förankrade i nationalstaten som modernt projekt, även om ägandestrukturer har internationaliserats successivt. Kan Öresundsregionen möjligen vara ett exempel på en förändring? Finns där en transnationalitet i mediernas innehåll? Finns där skillnader mellan den danska och svenska bilden av Öresund?

Frågan kring transnationella medier är inte ny. I vår närmaste omvärld ökade intresset för mediernas integrationsroll under 1990-talet som ett tema inom den Europeiska Unionen. I viss mening kan en del av de projekt som studeras i avhandlingen jämföras med de satsningar på pan-europeiska medier som genomfördes under förra decenniet. Den brittiskbaserade veckonyhetstidningen *The European* och den franskbaserade satellit-TV-kanalen *Euroneus* är två intressanta jämförbara exempel. Mediernas betydelse för historiska och samtida konstruktioner av gemenskaper har behandlats av många forskare från olika fält. Det idéhistoriska perspektivet har exempelvis använts av Benedict Andersen (1992:46), som då särskilt fördjupat sig i nationalismens spridning. "Inget påskyndade mer detta sökande, eller gjorde det mer fruktbart, än tryckkapitalismen som tillät snabbt växande skaror av människor att föreställa sig själva och relatera sig till andra på radikalt nya sätt". Sociologen John B. Thompson (1995:35) har i sin tur koncentrerat sig på mediekommunikationens relation till framväxten av moderniteten: "as our sense of the past becomes increasingly nourished by media products, so too our sense of the groups and communities with which we share a common path through time and space, a common origin and a common fate, is altered, we feel ourselves to belong to groups and communities which are constituted in part through the media". Thompson utgår från ett rituellt kommunikationsperspektiv (jfr Dahlgren 1998), men lägger stor vikt vid aktörer, teknik och 'the management of visibility', vilket också är avhandlingens teoretiska plattform.

Det finns omfattande forskning inom olika discipliner om regionaliseringsprocesser. Företagsekonomen Boye (1999) konstaterar att Öresundsregionen är intressant, på grund av dess intentionella och transnationella karaktär. Det främsta kriteriet för transnationella regioner är att dessa korsar en eller flera nationella gränser, medan intentionell regionalisering avser det faktum att Öresundsregionen snarare är en strategiskt framkallad

föreställning och vision, än en realitet (jfr Boye 1999:53). Tidigare Öresunds-forskning (t.ex. Berg, Linde-Laursen, Löfgren 2000; 2002) har lyft fram regionens osäkra grund och den retorik som skapats av olika aktörer för att skapa incitament för en positiv regional utveckling. Det finns mindre studier av den profilreklam som producerats av olika organisationer, och av televisionens bilder av broinvigningen. Det som gör min avhandling medie- och kommunikationsvetenskaplig i teoretisk mening är en ganska svår (och kanske mindre intressant) fråga, men mitt fokus på medie-kommunikationens betydelse är mer kraftfull än i närliggande forskningsfält.

Avslutning

I denna artikel har jag först försökt att diskutera personliga och allmänna aspekter på medie- och kommunikationsvetarnas identitet. Något som jag ser som relativt oproblematiskt i relation till andra ämnen: ämnet existerar och expanderar vare sig närliggande ämnen vill det eller inte. Gränsdragningar är kunskapsmässigt ofruktbara, men kan förstås ha en strategisk relevans för ämnets framväxt. Av störst strategiskt intresse är relationen mellan ämnets mer eller mindre medvetna profil och omvärldens föreställningar. Länken mellan forskning, grundutbildning, omvärld och arbetsmarknad är problematisk, enligt mitt sätt att se på saken.

Kunskapsintressena varierar inom ämnet, men det finns ett ökat intresse för tolkande, kritiska och dialogiska ansatser. Från min horisont är det kommunikationsperspektiven som är kärnan inom ämnet, oftast i medierade former (jfr Falkheimer 2001). Ämnet heter trots allt medie- och kommunikationsvetenskap, inte medie- eller kommunikationsvetenskap. En förhoppning är att den strategiska kommunikationens betydelse för samhälle och medieinstitutioner också ska medföra ett ökat intresse för forskning inom detta fält.

Litteratur

- Alvesson, M & Deetz, S. (2000) *Kritisk samhällsvetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Andersen, Benedict (1992). *Den föreställda gemenskapen. Reflexioner kring nationalismens ursprung och spridning*. Göteborg: Daidalos.
- Beck, Ulrich (1992) *Risk Society : Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Beck, Ulrich, Giddens, Anthony, Lash, Scott (1994) *Reflexive Modernization : Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Oxford: Polity.
- Berg, P.O., Linde Laursen, A., Löfgren, O. (2000) *Invoking a Transnational Metropolis: the Making of the Öresund Region*. Lund: Studentlitteratur.
- Berg, P.O., Linde Laursen, A., Löfgren, O. (2002) *Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad – regionbyggare i evenemangsbranschen*. Lund: Studentlitteratur.
- Boye, Petter (1999) *Developing Transnational Industrial Platforms. The Strategic Concept of the Öresund Region*. Lund University: School of Economics and Management. (Ph.D diss.)

- Carlsson, Ulla & Lindblad, Anders (red.) (1992) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation – ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom.
- Castells, Manuel (1998) *Informationsåldern. Band II. Identitetens makt*. Göteborg: Daidalos.
- Christensen, Lars Thöger (2001) *Reklame i selvsving*. Fredriksberg: Samfundslitteratur.
- Coupland, Douglas (1993) *Generation X: sagor för en accelerad kultur*. Höganäs: Wiken.
- Dahlgren, Peter (1998) "Meaning and/vs. Information in Media Studies", *Loisir et société/Society and Leisure*, 21(1998)2, p. 43-62. Presses de l'Université du Québec.
- Falkheimer, Jesper (2001) *Medier och kommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Femö Nielsen, Mie (2001) *Under lup i offentligheten*. Fredriksberg: Samfundslitteratur.
- Hellstenius, Mats (1997) "Från fiende till broder – Skandinavistiska kontakter vid 1800-talets mitt", I Tägil, Sven, Lindström, Fredrik, Ståhl, Solveig [red.] (1997) *Öresundsregionen – visioner och verklighet*. (7) Meddelanden från Erik Philip-Sörensens Stiftelse, s. 9-26.
- Herman, Edward S. & McChesney Robert W. (1997) *Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London: Cassell.
- Klein, Naomi (2000) *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*. London: Flamingo.
- Lash, Scott (1994) "Reflexivity and its Doubles: Structure, Aesthetics and Community". I Beck, Ulrich, Giddens, Anthony, Lash, Scott (1994) *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Oxford: Polity.
- Rosengren, Karl-Erik (2000) *Communication – an Introduction*. London: Sage.
- Thompson, John B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Utvärdering av medie- och kommunikationsvetenskapliga utbildningar vid svenska universitet och högskolor* . (Högskoleverkets rapportserie 2001:25 R).

André Jansson

Tids nog märker man att man vill göra något eget

Om forskarens självförverkligande och fältets förvandling

I.

Jag tillhör vad som skämtsamt skulle kunna kallas för JMG-diasporan. Jag är en av de forskare som under de senaste åren har lämnat *Institutionen för journalistik och masskommunikation* (JMG) vid Göteborgs universitet för att bidra till etableringen av nya forsknings- och utbildningsmiljöer runt om i Sverige. Under 2001 flyttade jag till Malmö och *Området för konst, kultur och kommunikation* (K3) – en tvärvetenskaplig institution som startades 1998. Det fanns åtminstone två viktiga orsaker till min Malmöflytt. För det första ville jag komma till en akademisk miljö som stämde bättre överens med mina kulturteoretiska forskningsintressen. Och för det andra var det lockande att komma till en nyetablerad arbetsplats vars strukturer fortfarande var formbara. Det handlade om att hitta en miljö som kunde erbjuda på samma gång en känsla av hemmahörighet och utrymme för personliga initiativ.

Någon gång i samband med denna flytt fällde JMGs prefekt Kent Asp ett yttrande som jag sedan dess har tänkt en hel del på. Han sade ungefär: "Åk du till Malmö. Men tids nog kommer du att märka att du ändå vill göra något eget."

Sedan min disputation i december 2001 har innebörden av dessa ord blivit tydligare. Att fullborda en doktorsavhandling är i sig själv ett gigantiskt individuellt projekt – definitivt "något eget". Men när man fått avhandlingen godkänd befinner man sig plötsligt på en större arena. Den forskning man då väljer att satsa på ska inte bara bedömas och legitimeras av kollegor på institutionen, utan vänder sig redan från början till ett större forskarsamhälle – såväl nationellt som internationellt, såväl inomvetenskapligt som utomvetenskapligt. Det må vara hänt att det finns ett papper som intygar att man är en fullfjädrad forskare. Men i själva verket fortsätter forskarblivan- det – jag vet inte hur länge. Antagligen resten av yrkeskarriären.

En sak framstår allt tydligare för mig. För att utveckla sin identitet som forskare räcker det inte att hitta en institutionell hemvist som man trivs

med. En annan viktig drivkraft är att bygga något nytt – inte bara forskningsresultat, utan något mer levande och bestående. Det är som disputerad forskare man kan vara med och lägga grunden till nya mötesplatser, nya nätverk och nya gemenskaper – till och med nya ämnen. Det var det som hände när medie- och kommunikationsvetenskapen etablerades. Det var det som hände när K3 utformades i Malmö. Och jag tror att det var denna drivkraft som Kent Asp åsyftade.¹

I denna essä vill jag med utgångspunkt i min egen forskningsbiografi peka på att utvecklingen av såväl institutionsstrukturer som ämnesstrukturer till stor del kan ställas i relation till de enskilda forskarnas identitetsskapande – deras strävan att *göra något eget* och därigenom *bli någon*. Utifrån samma perspektiv kan man också säga något meningsfullt om medie- och kommunikationsvetenskapens framtid.

II.

Att bli forskare är inte bara en bildningsresa. Det handlar inte bara om att inhämta, producera och förmedla nya kunskaper. Att bli forskare är också ett identitetsprojekt, grundat på individens strävan till självförverkligande. Få andra yrken erbjuder så många möjligheter till expressivitet. Muntligt och skriftligt, inom och utom akademins väggar, kan forskaren skapa och återskapa sig själv – i sin profession och som människa. Och få andra yrken erbjuder så många källor till kontinuerlig bekräftelse. Forskarens produkter kommenteras, utvärderas och klassificeras – och därigenom individen. I förlängningen av dessa klassificeringsprocesser ritas den akademiska kartan om. Hela ämnesstrukturer förändras. Det exceptionella blir ordinärt och det som en gång var centrum förflyttas till periferin (låt vara att paradigmkonflikter omöjliggör att konsensus skapas kring det senare spørsmålet).

När man diskuterar utvecklingen av ett akademiskt ämne – i det här fallet medie- och kommunikationsvetenskap – ska man således inte reducera det hela till en fråga om kunskapssökande. Det är minst lika mycket en fråga om individernas sökande efter positioner. Liknande tankar har formulerats av Pierre Bourdieu i verket *Homo Academicus*.² Utifrån socialpsykologiska teorier kan man dessutom argumentera för att den mest åtråvärda positionen är den där forskaren blir *bekräftad i egenskap av att vara originell och nyskapande*. Identiteten definieras nämligen utifrån en intrikat balansgång mellan likhet och olikhet. Det originella blir originellt först när det klassificeras som originellt av omgivningen. Och det är de originella forskarna som förändrar ämnet.

Den avgörande utmaningen i forskarens identitetsarbete är följaktligen att lyckas med konststycket att bedriva forskning som är innovativ, utan att hamna utanför de gemenskaper som ska förmedla bekräftelsen. Utmaningen är att stå vid sidan om, men ändå vara en del av fältet – eller att stå

mitt på fältet och ändå vara autonom. Det är en fråga om temperament vilket av de båda alternativen man känner sig mest tillfreds med.

Identitetsarbetet, eller forskarblivandet, kan liknas vid en fortlöpande jag-berättelse som genomgår olika faser och formas i relation till olika kontexter. Faserna är inte alltid urskiljbara förrän i historiens ljus. Det är inte säkert att man som forskare alls reflekterar över vilka de är, eller varför saker och ting blev som de blev. Inte heller de signifikanta kontexterna är enkla att urskilja. De tenderar att flätas samman till en väv av meningsfulla identifikationsstrukturer och referenspunkter – människor, situationer, miljöer, texter och så vidare. För enkelhetens skull kommer jag här att uppehålla mig vid tre sammanhang.

- (a) *Ämnesstrukturer* – såväl det ämne man verkar inom (MKV), som kringliggande ämnesområden av betydelse för forskarens positionering.
- (b) *Institutionsstrukturer* – såväl den institution man verkar inom (K3), som andra institutioner inom och utom ämnet av betydelse för forskarens positionering.
- (c) *Interpersonella nätverk* – såväl de människor som forskaren samarbetar med, som de mer informella eller slumpmässiga kontakter som tas – eller inte tas.

Dessa strukturer är givetvis nära sammanlänkade med varandra. Man skulle dessutom kunna addera sådana sammanhang som ligger i gränslandet mellan privatliv och yrkesliv – såsom bekantskapskrets, föreningsengagemang och informationsmiljö. Men för att belysa *hur forskarens identitetsskapande hänger samman med ett visst ämnes utveckling*, eller *hur berättelsen om forskaren är sammankopplad med berättelsen om ämnet*, är det fruktbart att hålla fast vid dessa. Jag ska nu illustrera detta med hjälp av min egen forskningsbiografi.

III.

Sedan jag påbörjade min forskarutbildning vid JMG 1996 kan mitt forskarblivande grovt delas in i fyra faser. Jag befinner mig just nu i en position där jag även kan skönja konturerna av en femte.

Fas 1: Jag är doktorand på JMG – och stolt.

Under min första tid som doktorand vid JMG upplevde jag en stark gemenskap med såväl institutionen som ämnet. Jag hade läst grundutbildningen vid samma institution. Och det var en viktig personlig bekräftelse att bli antagen till forskarutbildningen. Jag hade alltså obetydliga nätverk kopplade till andra delar av forskarvärlden.

Fas 2: Är det egentligen medieforskare jag ska bli?

Genom individuella läskurser och kontakter med forskare utanför JMG och utanför ämnesgränserna fördjupades mitt intresse för mer kulturteoretisk forskning. Min förankring inom medie- och kommunikationsvetenskapen problematiserades. Det kändes minst lika rimligt att betrakta sig själv som till exempel kultursociolog. Kopplingen till JMG var alltjämt stark.

Fas 3: Jag passar inte in i den här miljön!

Identifikationen med JMG försvagades – vilket har flera förklaringar. Dels kom det sig av att min kulturteoretiska orientering korresponderade allt sämre med institutionens övergripande profil. Detta kan i sin tur förklaras av att det var under denna fas som flera av mina närmaste kollegor lämnade JMG – bland dem Bo Reimer och Magnus Andersson, vilka flyttade till K3 i Malmö. Dels tillbringade jag läsåret 1998/1999 vid institutioner utomlands. Dels öppnades ett nytt intressant forum vid Göteborgs universitet – *Centrum för kulturstudier* (CFK). Det framstod som allt mindre självklart att det var JMG som var rätt arbetsplats för mig.

Fas 4: Jag arbetar på K3 – och vill fortsätta att vara medieforskare!

I samband med att min doktorandtjänst vid JMG tog slut sommaren 2001 flyttade jag till Malmö och K3. Dessutom engagerade jag mig ytterligare vid CFK. Eftersom K3 är en institution (eller ett *område*, för att vara korrekt) där MKV-forskarna är relativt få och samverkar mycket nära inom den pedagogiska verksamheten, har det blivit en viktig strävan att faktiskt skilja ut sig. På JMG var inte detta något som jag aktivt behövde reflektera över – olikheten var tydlig. Det omvända förhållandet gäller nu relationen till ämnet. På grund av K3s tvärvetenskapliga uppbyggnad, där MKVs verksamheter flyter samman med andra program inom området krävs det ett visst mått av engagemang för att behålla sin ämnesidentitet. Det krävs också engagemang för att upprätthålla sin status som samhällsvetenskaplig forskare, eftersom K3s profil delvis vetter mot gestaltning.

Den femte fasen är som tidigare nämnts blott skönjbar i nuläget. Det viktigaste är att fylla ut tomrummet efter avhandlingen – att återfå förankringen i akademisk forskning. I första hand kommer detta att ske genom att driva och medverka i forskningsprojekt. På längre sikt torde även annat akademiskt utvecklingsarbete ta form – inom och/eller utom medie- och kommunikationsvetenskapen. Tids nog märker man att man vill göra något eget.

IV.

Av den kortfattade biografiska resumén framgår hur man som forskare (om generaliseringen tillåts) kontinuerligt förhandlar relationen mellan likhet och olikhet, mellan sin autonoma jag-upplevelse och de sammanhang som man är del av. Om analysen utvecklas en aning, kan man även tydliggöra hur den enskilda forskarens (i detta fall min egen) jag-berättelse sammanstrålar med berättelserna om ämnet och dess institutioner. Jag ska här lyfta fram tre argument beträffande medie- och kommunikationsvetenskapens situation idag.

(a) MKVs konsolideringsfas är förbi

Inom historiska mediestudier brukar det som regel göras fasindelningar. Och ofta kan man då urskilja en så kallad konsolideringsfas – en tidsperiod då en organisation eller en genre stabiliseras som en permanent del av en större struktur. Konsolideringsfasen brukar följas av en period av mer eller mindre omfattande förändringar, då nya tankegångar gör sig gällande.³ Något liknande kan för tillfället skönjas inom medie- och kommunikationsvetenskapen.

När ämnet etablerades i Sverige fungerade det som en samlingsplats för forskare med varierande bakgrund – forskare som drevs av ett gemensamt intresse för medier och kommunikation. Utöver den nationella ämnesutvecklingen bildades ett antal avdelningar och institutioner runt om i landet, vid vilka forskning om medier och kommunikation kunde bedrivas.⁴ Under det senaste decenniet har vi sett en konsolidering av dessa verksamheter i form av utbyggda universitetsutbildningar, ämneskonferenser, forskarutbildningar och nya professurer.

Medie- och kommunikationsvetenskapen har i Sverige varit en tradition med mer eller mindre uttalad funktionalistisk dominans – ett förhållande som tog sig tydliga uttryck vid JMG. Under mina första år som doktorand framstod både ämnet och institutionen som självklara. Efterhand blev jag emellertid varse att det konsoliderade ämnet, liksom den konsoliderade institutionen, inrymde påtagliga intressekonflikter. Det fördes regelbundna diskussioner om ämnets ”kärna” och ämnets framtid – diskussioner som inte enbart handlade om vad ämnets tematiska fokus skulle vara, utan lika mycket om legitimiteten av olika perspektiv. Att definiera ämnets kärna är till syvende och sist en fråga om diskursiv makt, en manifestation av fältets hierarkiska centrum. Och de mest tongivande rösterna i dessa kraftmätningar var av förklarliga skäl de forskare som en gång hade etablerat ämnet.

Att detta maktcentrum – som i hegemonisk anda ofta har likställts med ämnets kärna – verkligen håller på att ge vika framgår bland annat av Högskoleverkets utvärdering av landets grundutbildningar i medie- och kommunikationsvetenskap 2001. Analysgruppen menar att klyftan mellan samhällsvetenskap och humaniora håller på att överbryggas och att äm-

nets nuvarande mångfald tyder på att det "som helhet kommer att förändras starkt under åren som kommer". Man pekar också på att ämnet i ett internationellt perspektiv under de senaste tio åren har "genomgått en nästan kaleidoskopisk förändring i tema, i teoritillämpning, i filosofiska och metodologiska angreppssätt".⁵

För att förstå karaktären hos den förestående förnyelsefasen torde det vara särskilt viktigt att fokusera den yngre forskargenerationens drivkraft att göra något eget. Man ska givetvis inte sätta likhetstecken mellan progression och generation. Men i takt med att de nu äldre forskarna lämnar fältet – de som huvudsakligen vidmakthåller den konsoliderade ordningen – kommer efterföljarnas identitetsarbete att slå igenom. Genomslaget uttrycks i min egen forskningsbiografi. Och på ett mer övergripande plan kan man urskilja tre parallella former.

1. *Medie- och kommunikationsvetenskapens nuvarande "kärna", dess diskursiva maktcentrum, omdefinieras.* Denna förändring kommer i första hand att drivas fram av de forskare som befinner sig mitt på fältet, men ändå strävar efter autonomi. Vad vi talar om är alltså ett slags maktskifte (succession) inom den dominerande forskningsdiskursen.
2. *Medie- och kommunikationsvetenskapen genomgår "kärnklyvning".* De underfält som redan idag har tagit form förstärks och åtföljs av nya. Två goda exempel är det kulturteoretiska fältet och PR-fältet. Utvecklingen av nya kärnor kommer främst att genereras av de forskare som vill stå vid sidan om det dominerande fältet, men ändå befinna sig inom ämnet och åtnjuta dess bekräftelse.
3. *Medie- och kommunikationsvetenskapen får sin egen diaspora.* På samma vis som moderämnet skapades av akademiska flyktingar, kan forskare med rötter inom medie- och kommunikationsvetenskapen framgent komma att ge upphov till en konsolidering av nya ämnestraditioner. Ett exempel torde vara framväxten av centra och institutioner för tvärvetenskapliga kulturstudier. Man kan även tänka sig korsbefruktingar med till exempel ekonomi, teknik och konstnärliga ämnen.

Inget av dessa scenarion utesluter något av de andra. Och det finns knappast anledning att hysa farhågor om ämnets fortlevnad. Vad som dock är värt att poängtera, är att medie- och kommunikationsvetenskap sannolikt är ett av de ämnen som erbjuder flest kontaktytor gentemot omgivningen. Ämnet är per definition tvärvetenskapligt – ett slags tematisk specialdisciplin vars identitet formas i relation till en mängd olika ämneskontexter. Detta gör att man som medieforskare med ett slags teoretisk nödvändighet dras in i närliggande forskningsområden. Å ena sidan kan det vara en källa till frihet och rörlighet. Å andra sidan kan det skapa en upplevelse av rotlöshet – men bara om man verkligen hamnar vid sidan om, och därtill står i avsaknad av ny tillflyktsort.

(b) Institutionerna profileras medvetet

Medie- och kommunikationsvetenskapen har en kort historia som institutionaliserat universitetsämne i Sverige. Till en början existerade det blott vid särskilda avdelningar på etablerade institutioner – till exempel statsvetenskap i Göteborg och sociologi i Lund. Men med tiden har institutionerna blivit fler och bredare, vilket bland annat beror på rekryteringen av doktorander med varierande intresseområden. Jag är själv en del av denna breddningsprocess. När jag antogs till forskarutbildningen vid JMG var jag förvisso inte särskilt udda i förhållande till ämnets etablerade profil. Jag blev antagen på grundval av min magisteruppsats, som bestod i en Bourdieu-inspirerad kvantitativ studie av svenskarnas TV-tittande. Men under årens lopp bidrog min orientering mot exempelvis fenomenologi till en breddning av institutionens sammantagna intressesfär. Under samma period antogs dessutom ett antal andra doktorander, vilka stod för i JMG-sammanhang mer alternativa perspektiv.

Vi kan nu se pendeln svänga tillbaka. Om JMG vid 1990-talets mitt höll på att anta skepnaden av ett slags pluralistisk totalinstitution, har miljön under de senaste åren genomgått en profilering via självselektion. Ur ett nationellt perspektiv har JMG varit en givare av akademisk kompetens. Mottagarna har funnits runtom i landet – till exempel i Malmö, Uddevalla och Södertörn. Vart de avflyttade JMG-doktoranderna har tagit vägen kan förklaras av deras intresseområden och kontaktnät, samt hur (lärar)behovet sett ut på olika universitet och högskolor. För JMGs del har denna process främst inneburit att man förlorat kompetens inom områdena PR och *cultural studies* – eller, om man så vill, en gradvis renodling av vad som av hävd varit institutionens starkaste forskningsområden (främst kvantitativ journalistik- och publikforskning).

Min egen rörelse från JMG till K3 sammanfaller således mycket väl med medie- och kommunikationsvetenskapens institutionella utveckling under 1990-talet. Denna kan beskrivas utifrån följande tre utsagor:

- JMGs etablering manifesterade ämnets konsolidering. K3s etablering manifesterar brytpunkten till något nytt.
- JMG är idag en givare av akademisk kompetens. K3 är alltså en mottagare.
- Konsolideringsfasen kännetecknades av institutionell breddning. Nu går vi mot institutionell specialisering/fördjupning.

Att institutionerna blir mer specialiserade (om mitt antagande slår in) betyder inte att ämnets tvärvetenskapliga grund kommer att urholkas. Snarare kan man tänka sig att tvärvetenskapligheten *ser olika ut* på olika institutioner. I synnerhet gäller detta på forskarnivå, där även de nya försörjningskraven för doktorander driver på den institutionella renodlingen. Detta är en i flera avseenden tveeggad utveckling. Å ena sidan betyder den att

vissa intresseriktningar reproduceras på lokal nivå. Å andra sidan ökar möjligheterna till en fördjupning av forskarkompetensen genom upprättandet av ett slags lokala kraftcentra.

Mot denna bakgrund är det viktigt att på nationell nivå göra det så enkelt som möjligt för doktorander och forskare att röra sig mellan de olika miljöerna. Ett steg i denna riktning vore en nationell (eller till och med nordisk) samordning av forskarkurser, vilket även skulle öka de enskilda doktorandernas möjligheter att skraddarsy sin utbildning

(c) Betydelsen av interpersonella nätverk

Dynamiken i min egen forskningsbiografi beror till stor del på sociala kontakter. Det var kontakter som tog mig utomlands. Det var kontakter som tog mig till K3. Och det är genom kontakter som nya forskningsprojekt ska byggas upp. Mitt sociala nätverk har tagit form i en snöbollsliknande process, där den ena kontakten har givit den andra. Efterhand har nätverket blivit mer oberoende av institutionsgränser och ämnesgränser – vilket i sin tur har ökat möjligheterna till nya impulser.

Jag tror att mönstret är ganska typiskt. Forskarens informella kontaktnät har avgörande betydelse såväl för hans eller hennes identitet som för det akademiska samhällets föränderlighet.

Således är det i dessa nätverk vi bör påbörja sökandet efter morgondagens medie- och kommunikationsvetenskap (och dess avknoppningar). Vad som idag blott är interpersonella – och i typfallet även interdisciplinära och interinstitutionella – kontakter, kan vara grunden till framtida forskningscentra, institutioner och ämnen. De utgör skott på det medie- och kommunikationsvetenskapliga trädet. Eller frön till helt nya träd.

De informella nätverken kan i viss mån ställas i opposition till medie- och kommunikationsvetenskapens "kärna". Vanligtvis är det nämligen i kontrast till den upplevda kärnan som nya gemenskaper tar form. Forskare skapar nya mötesplatser för att tillsammans göra något eget. Den imaginära kärnan utgör ett slags avstamp för utvecklingsprocesser som på sikt kan komma att förändra ämnets konstitution. Idag ser vi detta även i institutionaliserad form. Så har till exempel JMGs identitet sin grund i medie- och kommunikationsvetenskapens konsoliderade formulering – vad som skulle kunna kallas för "kärnan". K3s identitet är däremot skapad i kontrast till denna "kärna" – dock ej i motsats.

Att fokusera nätverk betyder alltså inte att vi helt ska sluta diskutera ämnets kärna, eller kärnor. Förhållandet är nämligen följande: I det att nya forskningsmiljöer etableras i kontrast till ämnets kärna, kan man förvänta sig att just den tilltagande specialiseringen påkallar en fortsatt diskussion om vilka gemensamma nämnare som trots allt finns.

Sådana diskussioner kan givetvis ha praktisk betydelse för utformningen av de nationella grundutbildningarna. Men minst lika viktiga är diskussio-

nera i sig själva, på så vis att de artikulerar vilka olika positioner som finns på fältet – var konfliktlinjerna går och vilka maktrelationer som råder. Diskussionerna om kärnan synliggör motsättningar mellan paradig, institutioner och enskilda forskare. Det viktiga är inte att nå fram till konsensus – vilket antagligen, och *förhoppningsvis*, vore en omöjlighet – utan att hålla igång en fortlöpande, vitaliserande debatt.

Slutsatsen är alltså att kärnan som sådan (om den finns) aldrig kan säga något entydigt om framtiden. Den är per definition tillbakablickande, sammanfattande och reproduktiv till sin karaktär. Den bör dessutom inte ha något direkt inflytande över vilken forskning som faktiskt bedrivs. Däremot kan *diskussionerna* om kärnan bringa viss klarhet i vart vi är på väg. Och som komplement till dessa diskussioner föreslår jag att vi även funderar mer kring vilka alternativa nätverk som finns idag. I vilka riktningar rör sig (de yngre) medieforskarnas identitetsskapande?

Noter

1. Jag kan av förklarliga skäl inte återge exakt hur Kent Asps ord föll sig. Men jag hoppas att mitt minne är någorlunda korrekt, liksom min tolkning.
2. Se Bourdieu, Pierre (1984/1996) *Homo Academicus*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
3. Motsvarande tankegångar återfinns i Thomas Kuhns teori om vetenskapliga revolutioner – framväxten av nya paradig. Se Kuhn, Thomas (1970) *The Structure of Scientific Revolution*. Chicago: University of Chicago Press.
4. Detta är givetvis en mycket förenklad beskrivningen. Framväxten av MKV ska även förstås i relation till en mängd andra faktorer – inte minst forskningspolitiska strategier och beslut.
5. Citaten är översatta från norska, hämtade från sidan 34 i *Högskoleverkets utvärdering av medie- och kommunikationsvetenskapliga utbildningar vid svenska universitet och högskolor* (Högskoleverkets rapportserie 2001: 25).

Anna Maria Jönsson

Mångfaldens välsignelse och förbannelse

Året är 1977. Elvis dör, Björn Borg vinner Wimbledon för andra året i rad, Stjärnornas krig har premiär, Christina Stenbeck föds och på de enda två tillgängliga TV-kanalerna visas bland annat 'N.P. Möller fastighetsskötare'. Detta år organiserar sig också ett antal forskare med ett gemensamt intresse för medier och kommunikation och bildar föreningen FSMK – Föreningen för svensk medie- och kommunikationsforskning. Samtidigt, eller i alla fall samma år, börjar jag första klass och tar på det sättet mina första steg in i bildningens och utbildningens värld. En resa som så småningom efter grundskola och gymnasium mynnar ut i en fil.kand. på Göteborgs universitet med medie- och kommunikationsvetenskap som huvudämne. År 1994 skrivs jag in på forskarutbildningen i journalistik och masskommunikation i Göteborg och på den vägen är det.

Jag hade alltså inte ens för första gången mött flourtanten när arbetet med att utveckla och etablera medier och kommunikation som ett ämne och en egen disciplin inleddes. Att jag dessutom har min grundutbildning i medie- och kommunikationsvetenskap och inom överskådlig tid också kommer att disputerar inom ämnet, gör mig till en representant för den nya medieforskargenerationen. Ska man vara noga, och det ska man ju, skulle jag nog vilja påstå att jag tillhör tredje generationens medieforskare. Mellan mig och de som så att säga gjorde ämnet till ett ämne, finns den andra generationen som inte läst MKV i sin grundutbildning och kanske också skrevs in på forskarutbildningen i ett annat ämne, men som faktiskt är disputerade i ämnet medie- och kommunikationsvetenskap.

De frågor vi ombetts reflektera över inför detta symposium är å ena sidan hur vi uppfattar det egna forsknings- eller avhandlingsprojektet i relation till det omgivande forskningsfältet och å andra sidan hur vi uppfattar vår identitet och position i relation till tidigare generationers medieforskare. Jag ämnar här diskutera dessa frågor, men också ge min syn på ämnet mer generellt.

För den nya medieforskargenerationen ges idag, som arrangörerna av detta symposium påpekar, möjlighet att träda in i en etablerad forsknings-

tradition och den primära frågan är inte längre som för tidigare generationers medieforskare, att motivera existensen av en disciplin. Det är dock fortfarande både relevant och intressant att fundera över vad denna tradition egentligen innebär och vart den är på väg.

Temat för symposiet är *mångfalden i medieforskningen* och även om mångfaldsbegreppet generellt används som ett honnörsbegrepp som sällan problematiseras och nästan per definition ses som något positivt och eftersträvansvärt, står det enligt min mening i detta sammanhang klart att mångfald inte är ett entydigt positivt begrepp. Mångfalden är såväl en välsignelse som en förbannelse.

Mångfald i medieforskningen

Mångfald är ett begrepp som används ofta såväl i medieforskning som i samhället i stort och som kan definieras och värderas på en rad olika sätt. Om man lämnar värdering och kontext därhän och endast ser till ordböckernas definitioner kan konstateras att mångfald sammanfattningsvis kan definieras som 'en mängd saker av olika karaktär'. I Svenska Akademiens ordlista (SAOL) från 1998 kan man t.ex. läsa att mångfald betyder "mängd av enheter m.m". Bonniers svenska ordbok definierar i sin tur mångfald som "(stor) mängd" och det närbesläktade mångfaldig som "flerfaldig, mångdubbel; varierande; många" (Bonniers svenska ordbok, 1991:355). Det räcker alltså inte med att det finns många objekt eller företeelser, dessa måste också variera sinsemellan.

Medie- och kommunikationsvetenskap är ett tvärvetenskapligt ämne och tvärvetenskapligheten innebär en mångfald i såväl teoretiska perspektiv som metodologiska angreppssätt. Många teoribildningar som har utvecklats inom området kan ses som synteser av teorier från andra discipliner. Denna tvärvetenskaplighet medför att forskningsområdet medier och kommunikation blir belyst från en rad olika perspektiv och att nya teoribildningar som är specifika för ämnet kan formuleras. Detta är en av mångfaldens välsignelser.

Lite förenklat kan utvecklingen sägas ha gått från en tvärvetenskaplighet grundad i mångvetenskap i och med att forskare från olika discipliner bidrog med sina specifika perspektiv på medier för att så småningom närma sig varandra och anamma varandras teoribildningar. Dagens medieforskare har ofta en sådan syntetiserad teoribildning som grund och är därmed också tämligen 'breda' vetenskapligt. Bredden och tvärvetenskapligheten är dock inte enbart av godo. Ämnet såväl som den enskilde forskaren kan uppleva problem med att finna sin plats och sin identitet i forskningsvärlden och i samhället i stort. Som enskild forskare kan man också uppleva en frustration i den mångfald av möjliga perspektiv och infallsvinklar som står till förfogande för att belysa ens problemområde.

För den som läst forskarutbildning inom ämnet och kanske också har en grundutbildning i MKV, kan det vara svårt att välja ett perspektiv och kanske ännu svårare att välja bort perspektiv. 'Det ena utesluter inte det andra' är en devis som står sig stark i medieforskningen.

Bredd och tvärvetenskaplighet i all ära, men det är också viktigt att fokusera på och fördjupa det som kan anses vara kärnan i vårt område och att t.ex. arbeta med teori- och metodutveckling. Detta är några sidor av mångfaldens förbannelse.

Inom medie- och kommunikationsforskningen finns representanter för en rad olika perspektiv där såväl syn på vetenskap och samhälle kan skilja sig åt. Att kunna se till möjligheterna med de olika perspektiven och hur de kan komplettera varandra är centralt, liksom också att ställa de olika perspektiven mot varandra. Mångfalden inom forskningsområdet och dess tvärvetenskapliga karaktär gör att det finns en bredd och en öppenhet. Visst finns det forskare och forskning som står i motsättning till varandra och som förnekar relevansen i t.ex. en viss teoretisk tradition eller en viss metod. Generellt upplever jag det dock som det finns en relativt stor öppenhet inom ämnet. Sedan kan man förstås fundera på vilka frågor som är mest centrala och vilken typ av kunskap man vill nå.

En annan viktig fråga handlar om vad tvärvetenskaplighet egentligen är. Precis som mångfaldsbegreppet används detta ord flitigt och tämligen oproblematiserat. Hur tvärvetenskaplig är vår forskning egentligen och är den tillräckligt tvärvetenskaplig? Kanske finns det en rad traditioner och perspektiv som också vore relevanta men som idag inte ägnas uppmärksamhet. Själv anser jag att det är frågan om mediernas och kommunikationens roll i och samspel med samhället och kulturen som är det centrala i vårt forskningsområde och även om t.ex. naturvetenskapliga och tekniska perspektiv skulle kunna ge ny relevant kunskap om medierna, så handlar det om kunskap som inte är centralt i vårt ämne. Ett forskningsområde kan definieras såväl utifrån studieobjekt som perspektiv.

Mot bakgrund av definitionen av mångfald som en mängd saker av olika karaktär, råder knappast något tvivel om att det finns en stor bredd och mångfald i medieforskningen. En mängd olika perspektiv används för att belysa en mängd mer eller mindre besläktade företeelser. Den centrala frågan för medieforskningens del är då istället om perspektiven och objekten är så olika att det inte längre handlar om variation inom ett huvudobjekt, utan om flera olika objekt. Kanske är det inte mångfald inom ett forskningsområde vi talar om, utan om flera olika forskningsområden.

Ämnets kärna – en relevant fråga?

Frågan om vad ämnet är och bör vara har diskuterats åtskilliga gånger. I den antologi om forskningsområdet journalistik, medier och kommunika-

tion som kom i början av 1990-talet (Carlsson & Lindblad, 1992), fick ämnesföreträdarna ge sin syn på ämnet och när det gäller de övergripande frågorna föreföll de vara tämligen eniga. För det första var man överens om att det faktiskt finns ett ämne; för det andra menade man att områdets kärna är medierad kommunikation; för det tredje ansåg man att det har skett ett närmande mellan samhällsvetenskapliga och humanistiska ansatser; och för det fjärde slutligen, betonades vikten av tvärvetenskaplighet.

Mycket diskussion förs även idag kring vad forskningsområdet och ämnet medier och kommunikation egentligen omfattar och vad som är ämnets kärna. Det finns som jag ser det tre huvudfrågor såväl i ämnet som forskningsområdet medie- och kommunikationsvetenskap och det är för det första den som fokuserar på medier, för det andra den som fokuserar på kultur och för det tredje den som fokuserar på kommunikation. Därmed inte sagt att dessa frågor är varandra uteslutande. I mitt synsätt är det dock medierna som är det centrala i området och det som skiljer medievetenskapen från andra ämnen är att medierna ses som det primära.

Om jag skulle försöka beskriva forskningsområdet för någon utomstående, skulle jag alltså säga att de centrala begreppen är medier, kommunikation och kultur och att det som primärt studeras är medierna och deras samhälleliga och kulturella kontext. Mer specifikt handlar det om mediernas struktur, kontext, produktionsvillkor, innehåll och publik. I fokus står mediernas roll och betydelse för individ och samhälle på mikro- och makronivå. Beroende på syfte står också en rad metodologiska redskap till förfogande.

Medie- och kommunikationsvetenskap är idag etablerat som ett ämne på universitet och högskolor runt om i landet. Merparten av forskarna arbetar som lärare och det är ibland svårt att skilja forskningsområdet medier och kommunikation från ämnet. Liksom det i FSMK och andra forum idag diskuteras vad MKV-forskning egentligen är och bör vara, diskuteras det också i många sammanhang – ofta av samma personer – vad MKV-ämnet vid universitet och högskolor är och bör vara. En central fråga gäller relationen mellan forskningen och universitetsämnet. Vilket är det överordnade?

Relationen mellan forskning och ämne kan ses ur flera perspektiv. Ett sätt är att utgå från forskningsområdet och definiera detta tämligen brett som i princip all forskning med medier och kommunikation i fokus. Under detta forskningsområde finns sedan bland annat universitetsämnet MKV som sett på detta sätt är smalare än forskningsområdet i stort. Vissa delar av forskningsområdet undervisar man på vid andra institutioner. Dessutom finns relativt stora skillnader mellan olika institutioner i fråga om vad som inkluderas i ämnet MKV.

Denna reflektion gäller endast Sverige och blickar man utanför landets gränser ter sig forskningsområdet vidare och något annorlunda beroende på var i världen man befinner sig. Den globala organisationen IAMCR har medlemmar från i stort sett alla delar av världen och den forskning som

där inkluderas i medie- och kommunikationsforskningen är vidare än i Sverige, framför allt beroende på att kommunikation i allmänhet får större uppmärksamhet och att det inte läggs lika stor tonvikt på medierad kommunikation.

Ett annat sätt att se på forskningsområdet medier och kommunikation är att vända på kuttingen och istället utgå från ämnet och hävda att under ämnet medie- och kommunikationsvetenskap bedrivs forskning på en rad olika områden. Medie- och kommunikationsforskning blir då primärt det som bedrivs vid institutioner och avdelningar etc. för medier, journalistik och kommunikation. En institutionell snarare än en vetenskaplig definition således.

I antologin från 1992 menar Lennart Weibull att forskningsområdet medier och kommunikation både är ett fält som ska belysas från forskare från flera olika discipliner och en egen disciplin. Begreppen för att definiera och beskriva vår verksamhet är många och pendlar mellan ämne, fält, disciplin, område, etc. och det kan vara intressant att kort reflektera över begreppens faktiska innebörd. Det är förstås ingen slump att den generella betydelsen av fält är öppet område medan disciplin står för lydnad och ordning.

Är det då värt att ägna så mycket uppmärksamhet åt dessa definitioner och avgränsningar? Ja, om det primära målet för vår verksamhet är att uppbringa så mycket kunskap som möjligt om medierna och deras verksamhet, är det av stor vikt att bevara och förstärka intrycket av medier och kommunikation som ett särskilt forskningsområde och ett särskilt universitetsämne. Detta kräver en balansgång mellan å ena sidan ett bevarande av mångfalden och den tvärvetenskapliga profilen och å andra sidan en precisering och avgränsning som definierar området i relation till andra områden. En sådan avgränsning betyder dock förstås inte att man ska ta avstånd från forskning om medier och kommunikation som bedrivs inom andra discipliner.

Som forskare är det viktigt för att inte säga nödvändigt att åtminstone då och då reflektera över vad man håller på med och varför. Att syssla med medievetenskap innebär t.ex. att man bland annat bör fundera över frågorna vad är medier och vad är vetenskap. Vad är det vi studerar och varför gör vi det?

Forskningens syfte och forskarens roll

Vad som är och bör vara det primära syftet med att bedriva forskning om medier och kommunikation kan säkert diskuteras. Ett mål kan dock sägas vara att producera vetenskapligt grundad kunskap om just medier och kommunikation. Möjligen går meningarna sedan isär angående om syftet och forskarens uppgift sträcker sig längre än så. Bör det också finnas ett uttalat syfte att förändra och förbättra, t.ex. hur medierna arbetar och vilken utkomsten av denna verksamhet blir? Forskare i de kritiska traditionerna

arbetar ofta med ett uttalat sådant förändrings- och förbättringssyfte, medan andra 'nöjer sig med' att försöka öka kunskapen om medierna och deras verksamhet. En kunskap som givetvis i förlängningen också kan leda till förändringar och förbättringar.

Att forskning leder till att något blir bättre låter ju förstås mycket tilltalande, men man måste då fråga sig om det är självklart vad 'bättre' innebär. Är det upp till forskaren att bestämma och med vilken rätt gör vi i så fall detta? Man kan förstås hävda att det finns grundläggande värden i samhället, t.ex. demokratiska, som ska utgöra grunden för denna bedömning och att forskarens uppgift är att verka för att dessa värden uppfylls.

Man bör också fråga sig vem denna kunskap primärt är till för. Är det för forskarna, samhället, publiken, eller kanske för medierna? Ett rimligt krav att ställa är förstås att forskningen ska vara samhällsrelevant på något sätt. Det ska ha betydelse för någon mer än den enskilde medieforskaren vad man kommer fram till. Denna betydelse kan sedan ligga primärt på mikro- eller makronivå. Viktigt för medieforskningen är dock enligt min mening att fokusera på relationen och kombinationen mellan makro- och mikro.

Jämfört med många andra forskningsområden och discipliner har medieforskarna en tämligen speciell relation till sina studieobjekt. Inte sällan är det medierna som finansierar den forskning som bedrivs och det är också oftast via medierna som resultaten av forskningen presenteras för den större allmänheten. Detta gör att vikten av att kunna tydliggöra och motivera syftet med forskningen är oerhört stor. Det är också viktigt att kunna behålla ett kritiskt perspektiv och ett analytiskt förhållningssätt. Men, som vi brukar säga till studenterna – att vara kritisk innebär inte att man måste vara negativ.

I detta sammanhang är det på sin plats att även ta upp relationen mellan uppdragsforskning och grundforskning. Mycket av den forskning som finansieras av medier eller andra företag på mediemarknaden har karaktären av uppdragsforskning och även om denna forskning också är relevant och bidrar med mycket kunskap finns det en fara att den blir för dominerande och att grundforskningen riskerar att bli lidande. Martin Eide (1992) formulerar det som att dagsaktuella frågor riskerar att tränga undan de eviga. De eviga frågorna som inte får försummas, handlar då t.ex. om teori- och metodutveckling inom ämnet.

Om man nu ställer frågan om vad medieforskning är ligger det nära till hands att också fråga vem som är att betrakta som en medieforskare. Hur ska man avgöra detta? Handlar det primärt om institutionstillhörighet eller är det forskningsområden och vetenskapliga perspektiv som är det mest centrala? Forskningsområdet medier och kommunikation är som påpekats åtskilliga gånger tvärvetenskapligt till sin karaktär men också mångvetenskapligt. Det är inte självklart att alla som forskar om detta område per definition är medieforskare.

En variant är att låta medlemskapet i FSMK vara avgörande på samma sätt som en journalist ofta definieras som en person som är medlem i det svenska journalistförbundet (SJF). Enligt FSMKs stadgar gäller följande för att erhålla medlemskap i föreningen: *"Som medlemmar i föreningen kan antas personer som är eller har varit forskare inom området eller på annat sätt dokumenterat ett intresse för sådan forskning."* (§5 FSMKs stadgar) Enligt denna princip är det alltså forskningsinriktningen som är det avgörande. Med tanke på denna något breda definition och att personer som endast hyser ett intresse för området kan bli medlem i föreningen (vilket givetvis inte är något fel i sig), förefaller det dock som om medlemskap i FSMK inte är en bra definition på en medieforskare.

Utifrån den diskussion om ämnet som tidigare förts skulle man kunna tänka sig att identifiera olika kategorier eller typer av medieforskare mot bakgrund av utbildning, institutionstillhörighet och forskningsinriktning. Tre huvudsakliga kategorier skulle då kunna urskiljas: Kategori 1 'Den formella medieforskaren' består av de personer som har sin utbildning (grund- och eller forskarutbildning) i ämnet, som är medlem av en MKV-institution (inom universitetsvärlden) och som sysslar med forskning där medier står i fokus. Kategori 2 'Den traditionella medieforskaren' är de forskare som inte har sin utbildning i ämnet, men som tillhör en MKV-institution och som ägnar sig åt forskning med medier i fokus. Den tredje kategorin medieforskare 'Den affilierade medieforskaren' har inte utbildning inom ämnet och tillhör inte heller primärt en MKV-institution. Däremot sysslar personen i fråga med forskning där medier står i fokus. En underkategori är de som sysslar med forskning där medier endast utgör en del av problemområdet. Möjligen kan också en fjärde kategori urskiljas 'De intresserade'. Det gäller då inte personer som definieras som medieforskare utan de som endast hyser ett intresse för området. Som synes är det idag en överlappning mellan de olika generationerna och de olika kategorierna. Det finns dock inget som säger att så kommer att vara fallet även i framtiden.

En annan fråga som diskuterats är medieforskningens synlighet och varför medieforskarnas så sällan syns i medierna. Om det är så att medieforskare syns mer sällan än forskare från mer etablerade discipliner, torde detta i så fall åtminstone till viss del bero på dels att forskningsområdet är nytt (jämfört med många andra områden), dels att antalet medieforskare varit relativt litet. Om antalet medieframträdanden (som ett mått på synlighet) relateras till exempelvis antalet disputerade inom ämnet, skulle förmodligen bilden bli annorlunda.

Det är förstås också relevant att i sammanhanget fråga sig vilken roll man vill ha och om och i så fall när man vill synas. Som utgångspunkt verkar det vettigt att tänka sig att en viss synlighet är viktig. Detta om man anser att forskningen bör nå ut utanför den akademiska världen. Att nå ut är ett sätt att uppmärksamma forskningsområdet och kan i sig bidra till ökad förståelse och intresse för medierna och deras verksamhet. Den typ

av forskning som får mest uppmärksamhet torde vara uppdragsforskningen och även om det är viktigt att nå ut med den kunskap som nås via forskningen bör man inte låta synligheten styra syftet med forskningen.

Min egen position och identitet

Vi fick som sagt i uppgift att inför symposiet reflektera över vår egen position och identitet och inledningsvis kan jag bara konstatera att min egen personliga bakgrund och inriktning tämligen väl motsvarar den traditionella 'JMG-aren'. Med samhällsvetarlinjen och statskunskap i bakfickan tillsammans med medie- och kommunikationsvetenskap är jag väl mer eller mindre en stereotyp.

Det som hela tiden lockat och motiverat mig som forskare (och lärare) är ett stort intresse för medier och då framför allt för relationen mellan medier och samhälle. Min avhandling handlar primärt om nyheter och mångfald. Mångfaldsbegreppet står i fokus och de övergripande frågeställningarna är desamma som redan noterats ovan i diskussionen kring begreppet i allmänhet. Vad är då mångfald egentligen? Är det något eftersträvan svårt och hur kan det i så fall uppnås? En svår men enligt min mening viktig diskussion.

Avhandlingen består empiriskt av studier dels av innehållet i de nationella TV-nyheterna, dels av den svenska journalistkåren och har tre huvudfrågeställningar: 1) Hur ser mångfalden i de svenska TV-nyheterna ut? 2) Hur ser mångfalden i den svenska journalistkåren ut? 3) Hur påverkar olika faktorer mångfalden i nyhetsförmedlingen? Innehållsstudierna är genomgående kvantitativa och studien av journalisterna bygger på (kvantitativa) surveyundersökningar.

Ska man då se min avhandling i relation till forskningsfältet kan man nog konstatera att den ligger tämligen nära ämnets kärna såsom den traditionellt förefaller ha uppfattats av ämnesföreträdare etc. Ska den placeras in i ett fack blir det svensk samhällsvetenskaplig medie- journalistikforskning. Att avhandlingen är relativt traditionell i fråga om teoretiska utgångspunkter och metod betyder dock inte att den inte kommer att tillföra något nytt!

Tvärvetenskapligheten som man blivit bekant med genom utbildning i MKV på såväl grund- som forskarutbildningsnivå, gör att man hela tiden måste reflektera över sina val i relation till de alternativ man vet finns och att vara medveten om att de val man gör innebär att det är en viss typ av kunskap som nås, medan en annan kunskap som kunde nåts med andra teorier och/eller metoder inte kommer fram. Jag anser att min forskning bidrar med ny och relevant kunskap, men jag skulle också kunna tänka mig att studera samma problemområde med andra utgångspunkter och verktyg. Ett exempel är att göra kvalitativa textanalyser av hur några händelser skildras i olika nyhetsmedier. En sådan analys skulle vara ett intres-

sant alternativ eller komplement till de mer övergripande kvantitativa analyserna av bredd och variation i TV-nyheterna som jag gjort.

Att ha en grund- och forskarutbildning i medie- och kommunikationsvetenskap påverkar förstås ens identitet som forskare. Vid sidan av den egna utbildningen stärker också det faktum att de flesta doktorander och forskare själva undervisar i ämnet identiteten som medie(och kommunikations)forskare. Personligen känner jag en stark MKV-identitet och denna identitet är mycket tydligare än t.ex. identiteten som samhällsvetare eller humanist. Jag är (eller kommer i alla fall snart att bli) en MKV-forskare.

Och sen då...?

En utgångspunkt för detta symposium är att den nya medieforskargenerationen inte behöver ägna sig åt att etablera ett ämne och ett forskningsområde, utan istället kan 'träda in i en tradition'. På många sätt stämmer detta såväl vetenskapligt som institutionellt. Det finns speciella läroböcker i ämnet och på flera områden har en rad standardverk uppkommit. Dessutom finns särskilda organisationer, institutioner eller avdelningar för forskning och undervisning om medie- och kommunikationsvetenskap. Så långt är allting väl. Vad som kan tyckas lite problematiskt är dock det där med att 'träda in'. För oss som snart ska eller nyss har disputerat och kanske framför allt de som kommer att disputerat inom några år, är det inte självklart att man har någonstans att faktiskt träda in när man är färdig. Jag talar då i termer av praktiska förhållande snarare än om vetenskapliga. Forskningsanslagen stiger inte i takt med antalet disputerade och detsamma gäller antalet tjänster vid universitet och högskolor – konkurrensen blir allt större. Visserligen har expansionen av ämnet så här långt relativt väl täckt in den växande forskarstaben, men situationen kan komma att bli mycket tuffare. Det finns redan nu en tendens till att 'Den nya generationen' i större utsträckning kommer att befinna sig i andra branscher än den akademiska. En utveckling som ytterligare aktualiserar frågan om vad medieforskning och medievetenskap egentligen är och vem som är en medieforskare.

En blick framåt säger dock att medieforskningen och MKV-ämnet har stora möjligheter att expandera. Utveckling och förändring i medie- och samhällssystemet visar på områdets relevans, men kommer troligen också att förändra detsamma. I takt med digitalisering och ökad interaktivitet och konvergens kommer såväl mediebegrepp och publikbegrepp att förändras. Frågan är vad detta kommer att innebära för medieforskningen. En tradition som i sig kan ses som en konvergens av olika traditioner. Utvecklingen gör också att det torde bli än mer relevant med internationella och globala perspektiv samt komparativa studier. Internationella och globala organisationer och samarbetsorgan blir då allt viktigare för området.

Inför framtiden kan man också fråga sig vad medieforskningen bör ägna sig åt. Vilka områden saknas det forskning om? Handlar det primärt om nya företeelser eller nya perspektiv på redan analyserade företeelser? Självfallet finns en rad olika områden som bör belysas framöver, men jag skulle vilja lyfta fram två som enligt min mening bör uppmärksammas mer och vars relevans ökar i och med utvecklingen på mediemarknaden. Det handlar å ena sidan om att vidga gränserna, såväl teoretiskt som empiriskt och i större utsträckning anlägga ett internationellt och globalt perspektiv. Å andra sidan skulle jag vilja betona vikten av att forskningen bidrar med kritiska analyser av medierna och deras verksamhet. Denna typ av forskning är central redan idag, men blir allt viktigare med tanke på utvecklingen inom medieområdet. Att mångfalden och tvärvetenskapligheten är central men att denna bredd inte får ske på bekostnad av djup som t.ex. teori och metodutveckling, förtjänas också att påpekas ännu en gång.

Man kan slutligen fråga sig vad den fjärde generationens medie- och kommunikationsforskare kommer att och bör syssla med. Kommer vi att få se kurvor över dagstidningsläsningens utveckling och diskussioner kring public service kontra kommersiella medier ända fram inpå mitten av det här århundradet, eller kommer utvecklingen att ha gjort sådana kurvor och frågeställningar irrelevanta och obsoleta och vad ska i så fall nästa generation medieforskare egentligen forska om...?

Referenser

- Bonniers svenska ordbok (1991).
- Carlsson, Ulla & Lindblad, Anders (red) (1992) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom.
- Eide, Martin (1992) *Nyhetens interesse : nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo Universitetsforlag.
- Svenska Akademiens ordlista (1998).
- Weibull, Lennart (1992) "Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning." I Carlsson, Ulla & Lindblad, Anders (red) (1992) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom.

Amanda Lagerkvist

Fler mediehistorier!

Att värna medie- och kommunikationsvetenskapens privilegierade position

Vi har idag blivit betrodda att representera den nya generationen medieforskare och tala om hur vi förhåller oss till den "tradition" som vi nu tänks träda in i. Uppdraget är hedrande och angeläget, men också motsägelsefullt. Den 25-åriga tidsrymd som sammanfattar FSMK:s existens, vilken råkar sammanfalla med min egen utbildningsgång genom skola och universitet, har präglats av uppgörelser med just traditioner; i samhällslivet såväl som vetenskapen. Som ett barn av min tid tänker jag därför ägna mig åt att peka på värdet av denna utveckling och nödvändigheten av att den hålls vid liv. Styrkan i vårt dynamiska ämne står att finna i delaktigheten i denna process, som kanske än så länge bara har påbörjats.

Talet om "traditionen"

Talet om en ämnestradition är djupt problematiskt av flera skäl. För det första eftersom det riskerar att beskära och begränsa synfältet så att nyfikenheten, kunskapstörsten och lusten att formulera egna frågor hämmas. Som doktorand skulle det enligt min mening vara själstdödande att ängsligt behöva snegla på en s.k. "kärna". Att formulera hur ämnets ansikte utåt ska se ut, nämligen grundutbildningen, och hur man (utan att utplåna regionala särdrag och specialiseringar) ska synkronisera ämnet för att underlätta för studenter att byta studieort, är inte en uppgift för doktorander, vars roll i det akademiska systemet är att ställa *nya* frågor, ofta på tvärs och i opposition. För det andra är talet om *en* tradition en chimär – den finns helt enkelt inte i verkligheten. I medieämnet råder, som vi alla vet, veritabel mångfald.

Ett tredje skäl, och kanske det viktigaste, är att talet om "ämnestraditionen" är ett uttryck för värderingar som tillhör ett föråldrat patriarkalt forskarsamhälle. Att beskriva mediernas betydelse utifrån en enda dominerande instans eller allegori och placera denna i kärnan – eller att i en liknande

manöver ge ett medium eller medialt uttryck primat över andra i medielandskapet – liknar den akademiska karriärismens logik mer än hur den mångbottnade medieverkligheten och -historien faktiskt ter sig. Det verkliga problem som den medievetenskapliga forskningspluralismen står inför menar den amerikanske medieforskaren William Uricchio, är de centripetala krafter som strävar efter att skapa ett centrum, krafter som fixeras vid vissa återkommande praktiker och myter. Uricchio syftar mer precist på hur film- och TV-historien släpat på utvecklingsmyter som underlättat bevakningen av disciplinens gränser. Så har skett, menar han, genom att man har fäst uppmärksamheten på vissa spörsmål, medan andra frågor har relegerats till en plats i marginalen.¹

Situerat vetande

I dagens situation suddas disciplingränser obetvingligen ut i en ömsesidigt förstärkande process när många studenter och doktorander (köns- och klassmässigt mer differentierade än för ett antal decennier sedan) både möter ett mer diversifierat och ämnesöverskridande universitet än tidigare och samtidigt reflexivt låter sig vägledas av de frågor och problemställningar de drivs av, vilka ofta tar dem på en resa in i angränsande discipliner eller fält. Den feministiskt genomsyrade s.k. kulturella vändningen har givit upphov till en ny syn på kunskap.² Den feministiska vetenskapskritiken, vilken går hand i hand med samhällskritiken, har lett till att verkligheten oåterkalleligen har blivit mångröstad. Det är vid det här laget närmast en sliten kliché, men det tål att upprepas att vi alla är situerade subjekt vars kunskapsproduktion beror av våra positionaliteter: d.v.s. av vårt kön, vår klassbakgrund, etniska tillhörighet, sexuella preferens samt vår ålder och ämnesmässiga skolning etc. Kunskapen är inget slutet system, utan en process. Den produceras i en intersubjektiv dialog. Ämnet är inte "fixt och färdigt" – utan blir vad vi gör det till. Tvärvetenskap är inget modeord utan en utpräglad och faktiskt tillämpad praktik.

Just i den här epistemologiskt spännande och krävande situationen är det extra roligt att vara medieforskare. Mediernas obestridliga relevans – historiskt och i vår samtid – på många områden och i otaliga dimensioner, gör medieforskningen till ett magnetfält laddat med mängder av aktuellt och brännbart stoff. Medierna står i centrum i vår senmoderna kultur, i vår vardag, i samhällsdebatten och alltmer på den akademiska dagordningen.³ Ämnet har det förspänt skulle jag vilja hävda – om man lyfter blicken från den resursmässiga horisonten. Jag ska strax gå in på varför.

Mediehistorier i plural

Ett exempel på den eklektiska kunskapssyn som jag vill flagga för, finns inom det mediehistoriska fältet, närmare bestämt inom det område som bl.a. Kirsten Drotner kallat för en mediernas kulturhistoria. Med detta avses en historieskrivning som utgår från den åstundan Drotner uttryckte vid 1990-talets början. Hon skrev: "Vi har endnu ikke set en mediehistorie, der tager udgangspunkt i det moderna hverdagsliv, som medierna fødes samman med, og som de sælv nærer. Vi mangler en mediernas kulturhistoria."⁴ En sådan historia har sedan dess alltmer börjat att skrivas.⁵ I den typen av mediehistoria som fått utrymme i grundboken *Medier och kultur* från 1996 författad av Kirsten Drotner, Klaus Bruhn Jensen, Ib Poulsen och Kim Schrøder förenas spännande historieteoretiska perspektiv med de viktiga bidrag som den kulturteoretiska medieforskningen står för.

Det mest givande med det mediehistoriska området är att det finns så *många* mediehistorier att skriva. Här ryms en dynamisk samling ramverk för att begreppsliggöra medierna, här bryts en mångfald av antaganden och berättelser om olika sediment i våra mediehistoriska arkiv.⁶ Det gäller, för att bara nämna några områden, t.ex. olika medieteknologiers historiska framväxt, de intermediala sambanden dem emellan, den s.k. metahistorien⁷ (d.v.s. reaktioner på medieinnovationerna), genrehistorier, institutionshistorier, receptionshistorier (d.v.s. historier om publiker och ex.vis identitets-skapande)⁸ och slutligen hur "medierna som mental miljö",⁹ i historisk tid bildat underlag för olika föreställningar och praktiker som rör t.ex. sätt att se och erfara tid och rum.¹⁰ Ur den kulturteoretiska (medie)forskningens rika inspirationskälla kan man här ösa mängder av infallsvinklar, teorier och idéer för att tolka och ge det mediehistoriska materialet mening. Och, *nota bene*, inom denna brett anlagda medie- och kulturhistoria har köns-perspektivet en given plats.¹¹

Amerikabilder i efterkrigsperiodens svenska mediekultur

En viktig mediehistoria låter sig berättas när jag i min avhandling undersöker hur amerikabilder i text och bild i svenska reseskildringar från USA under 1945-65, samspelar med diskurser om de moderna mediefenomenen och om föreställningar om kön. Genom korsläsningar mot amerikaprogram i radion och televisionen, samt amerikaartiklar i veckopress och kulturdebatt, vill jag belysa hur Amerika förstods i efterkrigsårens expanderande medielandskap.¹² Den viktigaste inramningen av dessa föreställningar är alltså efterkrigsepokens accelererande medialisering. Men de studeras dessutom i ljuset av en fyllig kontext av globala och nationella historiska förändringsprocesser, som avkoloniseringen, konsumtionssamhällets fram-

växt och den bipolära världens rigida konsolidering i öst och västblock. Här undersöker jag konstruktioner av Amerika genom hur svenska rese-skildrare *såg* på denne "andre", som utgjordes av stormakten USA och hur de reagerade på dess högljudda, flagrant visuella och bjärt kolorerade (mass)kultur, men också hur landet förstods via konstruktionen av amerikanskan, amerikanen, indianer och den svarta befolkningen.¹³

Den amerikanska kulturella och mediala närvaron i många europeiska länder efter kriget – ofta beskriven med den problematiska termen "amerikanisering" – har av en rad forskare kommit att betraktas som en resurs för kreativt meningsskapande, d.v.s för "kreolisering".¹⁴ Det finns inte en monolitisk amerikansk kultur och "receptionen" av det amerikanska har tagit sig många olika uttryck när det selektivt införlivats i olika mottagande kontexter. I många länder i Europa fungerade Amerika – "segraren" och räddaren i nöden vid andra världskrigets slut – både som en kontrast till och som en spegling av den nationella identiteten,¹⁵ vilket med tydlighet manifesteras i den mediala konstruktionen av kön.¹⁶ I amerikabildernas prisma bryts en rad positioner i förhållande till vår moderna värld och till mediernas plats däri; de amerikanska medierna fungerade både som löfte och hot i efterkrigsperioden. Men jag vill trycka på ytterligare en dimension, nämligen hur det "amerikanska" kom att förstås visuellt och hur de nya och primärt visuella medieteknologierna (i sig själva amerikanskt kodade för många människor) skapade en ny situation där inte bara den vardagliga livserfarenheten och synfältet gavs amerikanska förtecken, enär det amerikanska var "Here, there and everywhere" som Ragnold Wagnletiner och Elaine Tyler May betitlat sin senaste bok om amerikanskt kulturinflytande utomlands,¹⁷ utan där dessa teknologier dessutom införlivades i människors erfarenhet så att de kom att ge sina amerikaintryck visuell form på olika sätt.

I mitt avhandlingsarbete låter jag mig således inspireras av flera viktiga medievetenskapliga problemområden som utarbetats både inom och utanför det vi kallar medie- och kommunikationsvetenskap. Som redan framgått utgår jag inte från att det finns en tradition att förhålla sig till utan flera spirande grenar på ett ständigt växande träd. Angelägna för mig är de perspektiv som erbjuds inom visuell kultur och feministisk medieteorier men också frågor som rör medier och nationell identitet.

Mediernas kulturhistoria

Mediernas kulturhistoria är, som jag definierar det, ett forskningsfält där man ger mediebegreppet en bred innebörd och intar en förmedlande hållning inför forskningsuppgift och objekt.¹⁸ Det blir inte fråga om att ställa text (i vid mening) mot kontext, tvärtom är texter, kontexter, samt publik, teknologier etc. alla värdefulla instanser i mediehistorieskrivningen. Fram-

förallt handlar det om ett perspektiv där medierna förstås som en integrerad del i hela kulturprocessen; de är inte en extern påverkansfaktor utan intimt sammanvävda med andra delar i samhället och kulturen.¹⁹ Liksom hos Clifford Geertz är mediernas kulturhistoria inriktad på att åstadkomma fylliga eller tjocka beskrivningar. Det innebär att man koncentrerar sig på att avläsa mening genom att gå djupare ned i meningslagren och förstå de kulturella uttrycken som förmedlare av t.ex. olika sociala relationer.²⁰ Det handlar om att tolka mening och samtidigt avfärda möjligheten att sammanfatta historien i en uppsättning lagar eller övergripande teorier och berättelser.²¹ Istället för att söka fånga "den dominerande amerikabilden" har jag i denna anda valt att skriva en historia genom två viktiga aspekter som präglar de förhållningssätt som svenskar haft gentemot USA, kön och medier, samt medvetet sökt fånga de olika bilder av USA som kommer till uttryck i materialet.

I fokus för en mediernas kulturhistoria står de meningsvärldar eller mediekulturer som medierna ger upphov till och konstitueras av. *Kulturer* är möjliga att förstå genom de spår som människors handlingar avsatt i texter, bilder, symboler etc., spår som vittnar om normsystem, värderingar, världsbilder och attityder.²² Här förstås alltså kultur som en kommunikationsprocess, i vilken meningsskapandet är centralt. En *mediekultur* utgörs av flera saker. För det första kan man med en mediekultur mena ett samhälle och ett vardagsliv som präglas av vissa medier. För det andra kan man åsyfta mediernas diskurser, här förstådda som mediernas verklighetsbilder, berättelser, ideologier, värderingar och hur medierna vid historiskt givna tidpunkter etablerat "sanningar", d.v.s (för att tala med Foucault) vad vi kallar "kunskap". För det tredje existerar ingen mediekultur utan människors mediebruk. Medieanvändarnas handlingar och praktiker, både i förhållande till innehållet och till hur medierna fungerar rituellt i vardagen, reproducerar mediekulturen.

Med mediernas kulturhistoria avses alltså ett mångdimensionellt forskningsfält men också ett särskilt historie- och kunskapsteoretiskt perspektiv där det ingår att forskaren på allvar reflekterar över den egna positionen.²³ Det handlar om att medvetandegöra sig om hur historieskrivningen formas av de meningsströmningar forskaren representerar och av den tid hon lever i, liksom hur narrativa konventioner bidrar till den historiska konstruktionen.

Ett levande medievetenskapligt kraftfält

Att vårt ämne i framtiden ska kunna bli lika viktigt som medierna är i sig själva²⁴ kräver att denna nya syn på kunskap, som jag tror omfattas av allt fler i vår generation och av ännu fler studenter, på allvar bejakas. Det gäller alldeles oavsett om man studerar populärkultur eller nyhetsjournalistik, medietexter eller bilder, press eller television, planerad kommunikation,

mediehistoria eller ny informationsteknologi.²⁵ Att hantera ämnets utveckling i framtiden är därför en fråga om att vägra stagnera och därigenom stävja den traditionalisering som antyds när man talar om kärnan, traditionen eller identiteten. Istället för att beskriva utvecklingen utifrån den matris som kan skönjas via andra äldre discipliners historiska framväxt – där kanon och doxan stått i centrum – kan man hålla fram en annan berättelse om ämnesetableringen där utvecklingen mot mer mångfald omfamnas. Här framträder en annan ämnesbeskrivning utifrån metaforer som "korsningar", "kraftfält" och eventuellt "kärnor".²⁶ Med en sådan ämnesbild kan visioner om *mer* utbyte och dialog inom den institutionaliserade medieforskningen och med andra medieintresserade forskare bli verklighet. Men ett levande medievetenskapligt kraftfält har också plats för meningsmotsättningar, opposition och konfrontation. Då kan ämnets dynamiska potential till fulla utnyttjas. Medie- och kommunikationsvetenskapen har egentligen en privilegierad position här, genom att dess etablering varit parallell med den kulturella/språkliga/feministiska vändningen. Mångfalden medier, tyngdpunkter, metoder och intresseområden samt fusionen av samhällsvetenskapliga och humanistiska perspektiv, skapar en ämnesbild vars rika mosaik möter varje student i MKV, åtminstone är så fallet vid JMK. Ett led i att ta examen och att bli medie- och kommunikationsvetare vid vår institution blir därför att lära sig se saker ur olika perspektiv och hålla motsatser och skilda tolkningar i spel mot varandra, men också att ibland uppmuntras ta entydig ställning. På så vis är det en både aktningsvärd och ädel pedagogisk gärning som ämnet står för.

Vårt ämne är ungt. Helt visst innebär det att vara ung, att ibland känna sig vilse och tvingas välja att ta efter de äldre och förment visare. Men det innebär kanske i ännu högre grad en position där man kan vara stolt över sin ungdomlighet och hävda dess rätt till egenart. Denna privilegierade position bör värnas, den är redan nu till fromma för den nya medieforskargenerationen. Och hur denna position förvaltas tror jag kommer att vara allt genom avgörande för ämnets betydelse i framtiden.

Noter

1. Uricchio (1997: 7-8) föreslår att historierna bör omprövas och att hittills negligerade utvecklingstendenser i ex.vis 1800-talets medielandskap vad gäller televisionens förhistoria bör inlemmas i det mediehistoriska vetandet. Dessutom bör man omvärdera mediehistorien utifrån de problemställningar som de nya digitala medierna aktualiserar. Genom att det förflutna å andra sidan får fungera som prolog till dagens debatter kan det "nya" i den s.k. informationsåldern problematiseras och relativiseras, t.ex. med avseende på interaktivitet, multimedialitet o.s.v. Uricchio förespråkar ett intermedialt förhållningssätt till specifika medieinstanser.
2. För en utförligare diskussion om den kulturella vändningens feministiska rötter se Fjelkestam och Lagerkvist (1999).
3. Intresset är tydligt inom t.ex. etnologi, historia, litteraturvetenskap och idé- och lärdoms historia.

4. Drotner (1990: 16). Michael Schudson (1991: 175-189) beskrev ungefär samtidigt huvudtraditionerna inom den historiska medieforskningen och hävdade att det historiska perspektivet överlag har haft en undanskymd position, men att när man skrivit historia har det antingen varit en sorts makrohistoria där man dragit upp grandiosa exposéer över mänsklighetens utveckling i relation till nya kommunikationsteknologiska landvinningar (t.ex. McLuhan). Annars har man gärna skrivit institutionshistoria med fokus på enskilda tidningar, medier eller personligheter i branschen. Vad man inte utvecklat i särskilt hög grad, menade Schudson, är en kulturhistoriskt relaterande egentlig historia där teknologi, samhälle och kultur betraktas i relation till varandra. Schudsons genomgång rör snarast mediehistorikernas forskningsobjekt, eller den nivå som man uppehållit sig vid och inte de historieteoretiska perspektiv som präglat mediehistorie-skrivningen. 1980- och 90-talens teoretiska intresse inom samhälls- och humanvetenskaperna har dock starkt präglats av utvecklingen av nya politiska och kunskapsteoretiska perspektiv. Vad som t.ex. kännetecknat utvecklingen inom historieämnet i stort (åtminstone i USA) har varit att de socialt orienterade historieskolorna under 1980-talet genomgått en kulturell vändning. Hunt (1989).
5. I Sverige se t.ex. Sjögren (1992); Ekecrantz och Olsson (1995) och Kleberg (1999). I Norge se t.ex. Gripsrud (1994) och Dahl (1996). I Danmark se Bruhn Jensen (red.) (1996-97) och Drotner m.fl. (1996).
6. Jfr Gripsrud (1994).
7. Drotner m.fl. (1996).
8. Se t.ex. Drotner (1999).
9. Nowak (1996).
10. Uricchio (1997); Ekström (2001).
11. Jfr Kirsten Drotner som skriver: "En sådan bredt anlagt kulturhistorie, der tager moderniteten som sin teoretiske referensramme vil vaere den, der bedst kan rumme kønsperspektivet" (1990: 16).
12. Jag sätter också in reseskildringarna i det mediekretslopp de ingår i, genom att jag diskuterar reseskildringsgenrens historia men också "amerikaresan" som genre eller "manus".
13. Ett exempel på denna sistnämnda ansats finns i Gail Dines och Jean M. Humez (red.) (1995).
14. För en diskussion om olika teorier om kulturspridning se min rapport "Från kulturimperialism till hybriditet. En översikt över teorier och litteratur om kulturspridning," Lagerkvist (2001b).
15. Schou (1992); Kroes (1996) och O'Dell (1997).
16. Lagerkvist (1999; 2001a och 2002) samt Fehrenbach och Poiger (2001).
17. Wagnleitner och May (2001).
18. Dahl (1990: 203-215) definierar mediernas kulturhistoria något annorlunda än jag gör i den här artikeln. Han söker stadfästa det unika i en sådan historia (till skillnad från en kulturhistoria i allmänhet) utifrån mediernas serialitet, reproducerbarhet och transnationella karaktär.
19. Ekecrantz mfl. (red.) (1995); Livingstone (1996).
20. Med utgångspunkt i en processorienterad kommunikationsuppfattning kan man se historien som bestående av serier av kommunikationsakter ur det förflutna kulturflöden, vilkas fossiler varsamt, ödmjukt och ibland också misstänksamt bör karvas fram och ges form.
21. Hunt (1989).
22. Framställningen av kultur och mediekulturbegreppen är inspirerad av Nowak (1992) och Fornäs (1994).
23. I Drotner m.fl. är denna epistemologi en självklar utgångspunkt. Detta markeras i bokens första del "Medier och historia": "[V]i kan endast tala om medieutvecklingen i det förflutna om vi samtidigt är medvetna om vilka historiska glasögon det förflutna betraktas och tolkas genom [...] När det gäller historiska undersökningar är denna

- självreflektion särskilt nödvändig: det finns ju ingen från förr som kan säga emot oss" (1996: 27-28). För en brandartikel för ett självreflexivt förhållningssätt gentemot den egna forskningen, se Rogoff (1998).
24. För en diskussion om medieforskningens problem att göra sig gällande i akademien såväl som i samhällsdebatten, se Ekecrantz (1998).
 25. Eller om man för den delen fokuserar på något specifikt led, t.ex. medieproduktion, innehåll eller reception.
 26. Ansatsen exemplifieras i antologierna *Kommunikationens korsningar. Möten mellan olika traditioner och perspektiv inom medieforskningen* (red.) Ulla Carlsson (1994) och *Kraftfält. Forskning om kön och journalistik* (red.) Birgitta Ney (1998).

Litteratur

- Bruhn Jensen, Klaus (red.) (1996-1997) *Dansk mediehistorie*, band 1-3, København: Samleren.
- Carlsson, Ulla m.fl. (red.) (1994) *Kommunikationens korsningar. Möten mellan olika traditioner och perspektiv i medieforskningen*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Dahl, Hans Fredrik (1990) "Hvor gammel er 'Batman'?" *Nytt norsk Tidskrift* nr 3/1990.
- Dahl, Hans Fredrik (1996) *Kinoens mørke, fjernsyns lys. Levende bilder i Norge gjennom hundre år*. Oslo: Gyldendal.
- Dines, Gail & Humez, Jean M. (red.) (1995) *Gender, Race and Class in Media. A Text Reader*. London: Sage.
- Drotner, Kirsten (1990) "Kön, modernitet och medier. Om att indrage kønet i historisk medieforskning", Skriftserie för NAVF-projektet.
- Drotner, Kirsten (1996) *Medier och kultur*. Lund: Studentlitteratur.
- Drotner, Kirsten (1999) "Medierade minnen. Radio, film och formandet av unga kvinnors kulturella identiteter", *Kvinnovetenskaplig tidskrift* nr 4/1999. Tema: *Historicitet*.
- Ekecrantz, Jan m.fl. (red.) (1995) *Nittonbundrafemtiofem. Journalistiken och folkbemmet*. Stockholm: JMK (Skriftserien 1995:2).
- Ekecrantz, Jan (1998) "Medier, kommunikation och social kritik", *Nordicom Information*, Rapport från den 13:e nordiska konferensen för masskommunikationsforskning, vol 20, nr 3/1998.
- Ekström, Anders (2000) "Konsten att se ett landskapspanorama: Om äskådningspedagogik och exemplarisk realism under 1800-talet" i Bergström, Martin m.fl. (red.) *Publika kulturer. Att tilltala allmänheten 1700-1900. En inledning*. Uppsala: Institutionen för idé- och lärdomshistoria.
- Fehrenbach Heide & Poiger, Uta (2000) *Transactions, Transformations, Transgressions. American Culture in Europe and Japan*. New York: Berghahn Books.
- Fjelkestam, Kristina & Lagerkvist, Amanda (1999) "Från temaredaktörerna", *Kvinnovetenskaplig tidskrift* nr 4/1999, Tema *Historicitet*.
- Fornäs, Johan (1994) "Medier, kommunikation och kultur", i Carlsson, Ulla m.fl. (red.) *Kommunikationens korsningar. Möten mellan olika traditioner och perspektiv i medieforskningen*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Gripsrud, Jostein (1994) "Moving Images, Moving Identities. Text and Context in the Reception History of Film and Television" i Gripsrud, Jostein & Skretting, Kathrine: *History of Moving Images. Reports from a Norwegian Project, Levende bilder* nr. 1/1994.
- Hunt, Lynn (1989) "Introduction: History, Culture and Text", i Hunt, Lynn (red.) *The New Cultural History*. Berkeley: University of California Press.
- Kleberg, Madeleine (1999) *Skötsam kvinnosyn. Hem- och familjereportage i svensk TV åren 1956-69*. Stockholm: JMK.
- Kroes, Rob (1996) *If You've Seen One You've Seen the Mall. Europeans and American Massculture*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.
- Lagerkvist, Amanda (1999) "Amerikaresan. Kön och masskultur i svenska reseskildringar från USA 1945-65", *Hjärnstorm*, Tema USA, nr 67-68.

- Lagerkvist, Amanda (2001a) "Just for fun. Bilder av masskulturkonsumtionens Amerika", i Al  x, Peder & Söderberg, Johan (red.) *Förbjudna njutningar. Spår från konsumtionskulturens historia i Sverige*. Stockholm: Podium.
- Lagerkvist, Amanda (2001b) "Från kulturimperialism till hybriditet. En   versikt över teorier och litteratur om kulturspridning", *Arbetsliv i omvandling* nr 3/2001.
- Lagerkvist, Amanda (2002) "Sådan är hon amerikanskan. Mediehistoriska perspektiv på kön, masskultur och efterkrigstid", i Camau  r, Leonor m.fl. (red.) *Bromskloss och pådrivare. Kön, medier och social förändring*. Stockholm: JMK.
- Livingstone, Sonia (1996) "On the Continuing Problem of Media Effects", i Curran, James & Gurewitch, Michael (red.) *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Ney, Birgitta (red.) (1998) *Kraftfält. Forskning om kön och journalistik*. Stockholm: JMK.
- Nowak, Kjell (1992) "Forskning om medier och kommunikation. Ett kulturteoretiskt perspektiv", i *Forskning om journalistik, medier och kommunikation*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Nowak, Kjell (1996) "Medierna som materiell och mental miljö", i Carlsson, Ulla (red.) *Medierna i samhället, igår, idag, imorgon*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- O'Dell, Tom (1997) *Culture Unbound. Americanization and Everyday Life in Sweden*. Lund: Nordic Academic Press.
- Rogoff, Irit (1998) "Studying Visual Culture", i Mirzoeff, Nicholas (red.) *The Visual Culture Reader*. New York: Routledge.
- Schou, S  ren (1992) "Postwar Americanization and the Revitalization of European Culture", i Skovmand, Michael & Schr  der, Kim Christian (red.) *Media Cultures. Reappraising Transnational Media*. London: Routledge.
- Schudson, Michael (1991) "Historical Approaches to Communication Studies", i Bruhn Jensen, Klaus & Janowski, Nicholas W. (red.) *A Handbook of Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*. London/New York: Routledge.
- Sjögren, Olle (1992) "Det bl  gula st  rnb  neret: om amerikanska sm  ltbilder i svensk film", i Lund  n, Rolf &   sard, Erik (red.) *Networks of Americanization. Aspects of the American Influence in Sweden*. Uppsala: Almqvist och Wiksell International.
- Uricchio, William (1997) "Det förflutna som prolog. En ompr  vning av mediahistorien", *Aura. Filmvetenskaplig tidskrift* nr 2-3/1997.
- Wagnleitner, Reinhold & Tyler May, Elaine (2000) *Here, There and Everywhere: The Foreign Politics of American Popular Culture*. Hanover: University Press of New England.

Annika Sjölander

Kärnproblemen och medie- och kommunikationsvetenskapen¹

Samtalet om ämnet är viktigt eftersom disciplinens ordning starkt formar det vetenskapliga arbetet (Foucault 1993). I den dagliga vetenskapliga gärningen är min erfarenhet dock den att reflektioner kring ämnets innehåll och former inte ges stort utrymme. Varken det tal eller de skrifter som undertecknats av medie- och kommunikationsvetare har exempelvis utvecklat någon praxis där behandlingen av forskningsfrågorna självklart åtföljs av kritiska diskussioner kring det egna vetenskapliga verktygets möjligheter och begränsningar.² Men med tanke på den makt vetenskapen som institution utövar över allas våra liv i det senmoderna samhället är dock (själv-)reflektion i en mängd former väl motiverad (Beck 1992; Giddens 1996; Bourdieu 1992, Bourdieu och Wacquant 1992). Frånvaron av kritiska blickar på det egna ser jag inte som ett tecken på välstånd, snarare tvärtom.

Paradoxalt nog har socialisationen till just medie- och kommunikationsvetare samtidigt krävt, och fortsätter kräva, särskilt mycket reflektion kring vad ämnet "är" och betyder. Säkerligen inget ovanligt för unga tvärvetenskapliga ämnen som försöker bereda sig plats bland sedan länge etablerade discipliner. De tillfällen då ämnets konturer lyfts fram i ljuset blir viktiga att ta tillvara. Då ges det sällsynta utrymme. Sett ur ett mångfaldsperspektiv är dessutom diskussionen kring medie- och kommunikationsvetenskapens övergripande konstitution och dominerande gränsdragningsmekanismer absolut nödvändig. Utan en sådan framstår annars det existerande som odiskutabelt och naturgivet, vilket det naturligtvis aldrig är.

Det övergripande syftet med denna text är att bidra till en kritisk diskussion kring medie- och kommunikationsvetenskapen som (forsknings-)ämne. Frågeställningarna jag arbetat med är dels hur mitt eget avhandlingsprojekt relaterar till det omgivande medie- och kommunikationsvetenskapliga forskningsfältet, dels hur jag uppfattar min identitet eller position i ämnet i relation till tidigare generationers (i huvudsak svenska) medieforskare. Texten inrymmer såväl en presentation av min egen forskning kring kärnavfallsdiskursen som några övergripande kommentarer kring det vetenskapliga arbetet och hur jag uppfattar medie- och kommunikationsvetenskapen som ämne.

Position och generationsskillnader

Personligen föredrar jag att använda benämningen position istället för identitet när det handlar om forskning. Position konnoterar mer av rörlighet, det är något man byter, medan identitet ofta betecknar något som man "har", ofta sammankopplat med egenskaper som hudfärg, kön etcetera. Det senare tolkas därför som mer fastställt och oföränderligt jämfört med det förra trots att identitetsbegreppet såväl re- som dekonstruerats av åtskilliga under de senaste decennierna. Men det jag söker, och som är vetenskapens lockelse och grundläggande motiv, är en ständigt prövande hållning. Den i sig förutsätter rörelse och en mångfald positioner.

Den som skrivs fram här är formad av den forskning jag hittills bedrivit. Perspektivet skulle säkerligen se annorlunda ut om jag studerat något annat kommunikationsfenomen än försöken till opinionsbildning i kärnavfallsfrågan i en av Sveriges norrlandskommuner. Synsättet skulle också ha formulerats på ett annat sätt om jag varit doktorand vid någon annan MKV-institution i landet. Kunskap skapas som bekant i sociala miljöer.³ Att reflektera kring på vilket sätt min institutionstillhörighet påverkat forskningssamarbetet är inte bara en uppgift för mig, utan nog så intressant för andra att bedöma (Bourdieu 1992). I denna text har jag därför medvetet försökt att möjliggöra åtminstone starten på ett sådant samtal, helt enkelt genom att i högre utsträckning än normalt synliggöra den vetenskapliga vardag jag befinner mig i. I de sammanhang det titt sig meningsfullt har jag valt att lyfta fram och diskutera konkreta Umeåerfarenheter.

Meningen med mitt och de Andra yngre medieforskarnas bidrag i detta sammanhang är att vi skall representera några av den nästkommande generationens medieforskarens perspektiv på ämnet. Jag skriver de Andra avsiktligt eftersom det vanligtvis hör till professorernas bord att presentera sin syn på ämnet. Dessa är som ämnesföreträdare anställda för att gå före och kommunicera sina uttolkningar av disciplinens historia och framtida utveckling till oss efterföljare.⁴ Men jag och de andra inviterade doktoranderna respektive yngre forskarna är inte bara de andra i sammanhanget. Vi kan också beskrivas som *privilegierade subjekt* (Scheman 1997). Detta eftersom våra stämmor blir hörda trots att vi inte besitter professorernas positionsmakt (Meurling 1999).

I upplägget på samtalet skönjs en förväntan om generationsskillnader. De yngre forskarna förväntas bryta med det äldre och istället formulera något eget, något "nytt". Den bedrägliga moderna idén om ständig utveckling lurar i bakgrunden. Skillnader mellan generationer kan lätt överdrivas. För vi bör ha i åtanke att vi befinner oss i en strängt hierarkisk organisation som snarare präglas av repetition än nytänkande (Norlander 1994).

Ironiskt nog har jag dock själv redan i första stycket bekräftat skillnadstänkandet mellan generationer i efterlysningen av en mer reflexiv hållning, det vill säga mer synlig kritik av det egna bland dagens ämnesutövare.⁵ I likhet med många andra tror jag att det finns betydande skillnader mellan

äldre och yngre medieforskare på grund av att de strukturella villkor respektive generation verkat under varit så pass olikartade. En väsentlig faktor som skiljer dået från nuet rör ämnets existens på den svenska disciplinkartan. Idag har medie- och kommunikationsvetenskap som eget ämne efter många års kamp inrättats vid de flesta högre lärosäten.⁶ Därför har den generation jag själv tillhör i mångt och mycket kunnat vila i en institutionell trygghet, om än nyvunnen. Energin har istället kunnat riktats åt andra håll.

Motmakt och mångfald

Nu, efter institutionaliseringsvågen, är det dock hög tid att resa frågan hur relationerna gentemot andra ämnen och nya fenomen och forskningsfält har påverkats. För att också framöver kunna värna om och stärka ämneskontakterna *utåt* vill jag paradoxalt nog argumentera för att medie- och kommunikationsvetarna bör rikta uppmärksamheten *inåt*. Bildandet av en egen institution för medier och kommunikation vid Umeå universitet 1993 innebar exempelvis att de tidigare ämnesöverskridande mötena mellan medieforskare verksamma inom andra discipliner minskade ganska drastiskt (om man bortser från de fördjupade kontakter som uppstått mellan institutionens egna medarbetare). Detta skedde trots att just dessa mång- och tvärvetenskapliga möten i sig utgjort en essentiell grogrund i institutionens tillblivelse.

På liknande sätt är det idag befogat att undra om det inte behövs en motmakt mot de utestängningsmekanismer som strävan efter en gemensam ämneskärna riskerar att föra med sig, bland annat när det gäller tjänstetillsättningar. ”I det svenska MKV-ämnet finns en klart uttryckt vilja rörande en gemensam kunskapskärna, som man inte finner i motsvarande ämnen i övriga nordiska länder” (Högskoleverket 2001:17, 28). Vid flera ämneskonferenser under andra halvan av 1990-talet har ämnets kärna diskuterats och 1999 antogs skrivningen:

Inom ämnet medie- och kommunikationsvetenskap studeras den medierade kommunikationen i samhället. Grunden är studier i massmedier, såsom press, radio och TV samt datormedier av olika slag, men också andra tekniker och former för offentlig kommunikation utgör ämnets studieobjekt. Studierna innefattar mediernas villkor, deras produktionsförhållanden, deras innehåll och uttrycksformer samt deras betydelse för samhället och för människors tänkande och dagliga tillvaro. Ämnet bygger på teorier och metoder från både humaniora och samhällvetenskap. (Högskoleverket 2001:27)

Praxis för att bedömas som behörig inom ämnet ser ut att förändras i linje med denna massmediecentrerade kärnbeskrivning, vilken underordnar annan typ av kommunikationsforskning. Sökande som tidigare utan tvekan skulle anses kvalificerade för MKV-tjänster bedöms idag inte vara behöriga. Utvecklingen mot en strängare tolkning är återigen uppenbar om

man studerar sakkunnigutlåtanden för lektorstjänster och forskarassistent-tjänster vid min egen institution idag jämfört med för några år sedan. Beskrivningarna av de utlysta tjänsternas innehåll har under perioden varit relativt oförändrade, men nu är det betydligt svårare för en som inte disputerat inom ämnet, eller på annat sätt kan påvisa att hon sysslat med massmedier eller masskommunikationsforskning, att bedömas som ämneskompetent. En avgörande faktor för förändringen är naturligtvis att fler och fler disputerar inom MKV-ämnet varför konkurrensen om de fasta tjänsterna ökar. Sakkunniga tvingas numer att gradera disputerade inom, såväl som utom, disciplinen. Ett sätt att göra det på är att utgå från examensämne. Den intressanta frågan att begrunda framöver är emellertid hur denna insnävning påverkar ämnets utveckling på sikt. Det finns nämligen en risk att mångfalden försvinner.

Jag är också övertygad om att det i vid mening behövs särskilda ansträngningar för att de tvärvetenskapliga ambitionerna inom ämnet inte skall underordnas själva disciplinbygget. Medie- och kommunikationsvetenskapen riskerar annars att utvecklas till en traditionell disciplin med allt vad det innebär av kanonisering, revirtänkande och – som sagt – disciplinering. Då har vi också sågat av ämnets mest vitala gren. För är det någonstans som ämnet har sitt existensberättigande och sin verkliga potential i (vetenskaps)samhället så är det i dess tvär- och mångvetenskapliga praktik, eftersom den i sig skapar rörelsefrihet i forskningen.⁷

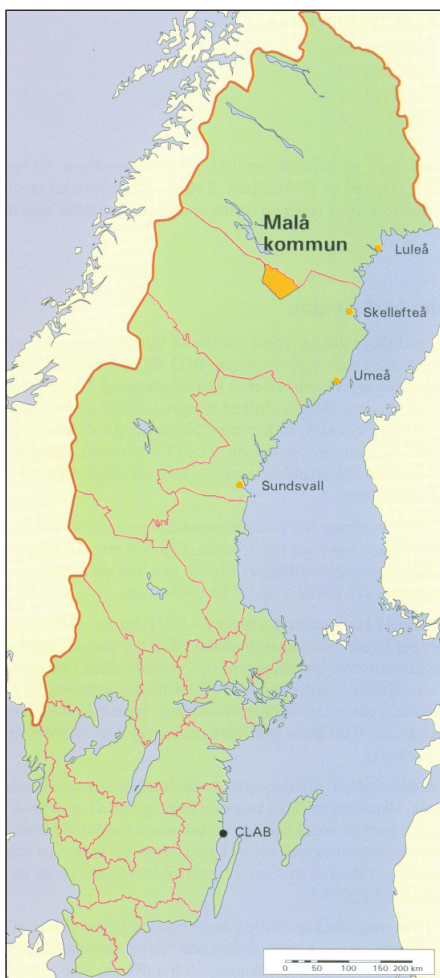
I framväxten av disciplinen har massmedier och masskommunikation varit de förenande och legitimitetsgivande elementen (Weibull 1992; Nowak 1992; Rosengren 1992; Högskoleverket 2001). Den kritiska frågan är dock om det vetenskapligt sett fortfarande är lika fruktbart att binda sig hårt vid det massmedierade, inte minst om man betänker hur medielandskapet förändrats de senaste decennierna⁸. Kommunikationsingången ter sig för mig lika oundgänglig för att verkligen kunna generera ett mångsidigt tänkande kring de fenomen som vi studerar. MKV-ämnet har också hittills stött sig på två ben, dels medier, dels kommunikation, även om det förra har varit långt mycket starkare än det senare. Utan det ena haltar vi lätt. Därför föredrar jag också den bredare benämningen medie- och kommunikationsforskning istället för medieforskning som beskrivning på det fält inom vilket jag verkar. Ett forskningsfält där både samhällsvetenskapliga och humanistiska perspektiv har sin givna plats, vilket jag hoppas gestaltas i mitt eget sätt att forska.

Kärnproblemet

I min avhandling *Kärnproblem* studerar jag en av det senmoderna samhällets allra mest kritiska frågor. Det gäller hanteringen av det långlivade radioaktiva avfallet från kärnkraftsdriften. Avfallet behöver hållas isolerat från biosfären i minst 100 000 år eftersom den joniserande strålningen är

direkt livsfarlig för allt levande. Kärnavfallet är samtidigt bara ett exempel av många på miljöfarligt avfall som följer i industri- och välfärdssamhällets spår och som nu måste hanteras på ett så säkert sätt som möjligt. Sociologen Ulrich Beck (1992a, 1992b) skulle beskriva situationen vi upplever idag som att de oönskade effekterna av moderniseringen tagit överhand. Bisak har så att säga blivit huvudsak.

Den som liksom jag verkligen undrar hur samhället – alltså *vi* – hanterar denna typ av kritiska frågor upptäcker mycket snart att kommunikation ses som en väsentlig del av lösningen på problemet. Eller rättare sagt är det information och opinionsbildning som betraktas som en framkomlig väg för att hantera kärnavfallsfrågan, det vill säga finna en plats att upp-
rätta ett förvar för högaktivt avfall på. Därför har det varit intressant att studera närmare hur meningsproduktionen kring kärnavfallet sett ut då den utgör en så väsentlig del av själva kärnavfallshanteringen.



Malå kommun i Västerbotten har
3 600 invånare.

I det svenska kärnavfallsprogrammet har opinionsmässiga förutsättningar sedan början på 1990-talet definierats som avgörande i valet av förvaringsplats.⁹ Kärnkraftsindustrins företag, *Svensk kärnbränslehantering AB* (SKB), har valt att endast göra förstudier i de kommuner som frivilligt deltagit i urvalsprocessen. Processen i en av dessa, Malå kommun i Västerbottens inland, har stått i fokus i min fallstudie.¹⁰

Kärnfrågan har alltså blivit en opinionsfråga. Detta gäller inte bara för kärnkraftsindustrin som ytterst ansvarar för avfallet, utan också för övriga aktörer på kärnavfallsarenan. Jag tänker på politiker, myndigheter, miljöorganisationer, forskare, journalister och inte minst alla medborgare som engagerat sig i frågan. Samtliga aktörer på kärnavfallsarenan, såväl på lokalt, nationellt som internationellt plan, betraktar också mediernas sätt att behandla frågan som avgörande för möjligheterna att hitta en förvaringsplats (se t ex NEA 1996 eller Lidskog och Andersson 2002). Detta gör att opinionsbildning i allmänhet och mediebevakningen i synnerhet kring kärnproblemet hamnar i mångas blickfång. Några av de centrala opinionsbildarna i Malå resonerade på följande sätt kring opinionsbildning och mediernas roll:

-Opinionsarbete bygger ju mycket på att du ska skapa det bästa möjliga spelutrymmet. Den bästa möjliga debattarenan och det gäller ju mycket då att komma ut i media, få fram vad du tycker och tänker. Det är liksom grunden för alltihopa. Så förlorar du spelet om media då förlorar du egentligen möjligheten till opinionsbildning. (Intervju med ordföranden i *Opinionsgruppen mot kärnavfall i Malå*, 981002)

-Det är ju framför allt de lokala medierna som är väldigt viktiga i det här sammanhanget därför att folk läser, malåborna läser allt som står om Malå, i det här fallet det är ju huvudsakligast i Norran då (*lokaltidningen Norra Västerbotten* min anm.). Det har ju oerhört stor påverkan. Alla läser det, alla vet om och så vidare. (Intervju med ansvarig för samhällskontakter på SKB, 971210)

-De (*medierna* min anm.) är med och formar bilden tidigt, sätter sceneriet, sätter vilka ord som skall användas för att beskriva det här och sätter mycket synvinklarna på det hela, på aktörerna och allt möjligt sånt där. De har en mycket stor roll. (Intervju med kommunalpolitiker i Malå som arbetat mycket med kärnavfallsfrågan, 980929)

- Och sen har tror jag Aktuellt och Rapport om det kommer ett inslag långt upp i de programmen så tror jag att det är också då på nått sätt, att nu talas det om för hela svenska folket att så här är det i Malå /.../ så har det en väldigt tyngd för att forma bilden av det hela, ja ha så här tacklas det, så här talas det om för svenska folket att det förhåller sig. Och det är väldigt kraftigt. Säger de då att detta splittrar Malå i två bittra delar, även om många inte upplever det så, får de det sig tillsagt via televisionen att så är det va. Denna bild ges ut till svenska folket. Det där tror jag påverkar och spelar in. (Intervju med chefen för SKB:s djupförvarsenheten, med ansvar för förstudierna, 971210)

Som framgår av utsagorna ovan är det relevant i Malåfallet att tala om det som brukar kallas tredjepersonseffekten, det vill säga att medierna ses som mäktiga, särskilt när det gäller påverkan på andra (Johansson 2000). Enligt opinionsforskaren Vincent Price (1992:68) är dock denna påverkan eller effekt på andra intressant nog ofta överdriven, det vill säga den saknar empirisk grund.

I Malå hölls många informationsmöten under processens gång och det arrangerades otaliga paneldebatter, inte minst i samband med folkomröstningen, som resulterade i att nej-sidan vann med 54 procent mot ja-sidans 44 procent.¹¹ Flera informationskontor inrättades på plats och en kort period före valet var kärnproblemet även hett nyhetsstoff i riksmidierna, särskilt dagarna före folkomröstningen. Det första informationskontoret i Malå var SKB:s eget. Även den lokala *Opinionsgruppen mot kärnavfall i Malå* öppnade ett, liksom deras antagonister *Positiva Ja-gruppen*. *Greenpeace* hade också de ett informationskontor i Malå under valkampanjen. I närheten av den kommunale samordnarens kontor i kommunhuset fanns en skärmutställning liksom olika typer av informationsbroschyrer att tillgå för intresserade medborgare, främst SKB-material, men även en del myndighetsproducerade texter. Förutom dessa mer permanenta kontor upprättades även mer tillfälliga "informationscentraler", till exempel då



Att, men också hur, kärnfrågan blev en opinionsfråga i Malå gestaltas bland annat i dessa bilder på SKB:s, Opinionsgruppen mot kärnavfall i Malås, Positiva Ja-gruppens respektive Greenpeaces informationskontor.

organisationen *Jordens Vänner* en vecka före omröstningen stod på torget vid ett stånd och spred sin information till nyfikna förbipasserande Malåbor.

Meningsproduktion som strategi

I samma ögonblick som kärnfrågan artikuleras som en kommunikations-, eller rättare sagt informations- och opinionsbildningsfråga, så har den hamnat på MKV-bordet. Kärnfrågan är därmed inte bara undersökningsvärd, utan också i allra högsta grad, undersökningsbar.¹² Den länkar dessutom till huvudfrågan inom MKV-forskningen, det vill säga den långa tradition av nyhetsstudier och opinionsbildningsforskning som bedrivits under årens lopp, inte minst i Sverige.¹³

Ambitionen i min studie har varit att kritiskt belysa de försök till opinionsbildning som skett i kärnavfallsfrågan under de dryga fem år som Malå fanns med i urvalsprocessen. Denna meningsproduktion, detta flöde av utsagor som behandlar kärnproblemet, utgör själva materialet i studiet av den svenska kärnavfallsdiskursen. De viktigaste materialtyperna i denna longitudinella undersökning är välbekant empiri för de allra flesta medie- och kommunikationsvetare.¹⁴ Jag har valt att studera lokalpress och tv-nyheter samt gjort intervjuer med opinionsbildare (ibland kallade elit-intervjuer (Kvale 1997:97)).¹⁵

Att som jag arbetar med välbekant empiri inom ett ämne har flera olika innebörder. En är att materialvalet inte ifrågasätts på samma grundläggande sätt som det gör när någon närmar sig gränslandet för det reguljära (vilket blir särskilt synligt inom MKV-ämnet när doktorander försöker sig på att studera icke massmedierad kommunikation). Tyvärr kan detta medföra att motiven till ens materialval i relation till frågeställningarna blir vaga eftersom "Approaches and methodologies are never good per se; they are good *for something*" (Rosengren 1981:14). Att arbeta med traditionell empiri betyder också att det finns mycket annan forskning utförd på liknande materialtyp att relatera till, i detta fall särskilt nyhetsmaterial. I princip är det en fördel, men när frågeställningarna är väldigt olikartade kan denna närhet bli en belastning, eftersom skillnaderna under ytan trots allt kan vara betydande. En dialog behöver därför inte vara så meningsfull som den först kan verka.

Sändarsidan, textfokus och effektfrågan

Jag har vidare, liksom majoriteten brukar göra, avgränsat mig till att enbart undersöka en del av kommunikationsprocessen. I detta fallet står sändarsidan i fokus.¹⁶ Liksom flertalet medie- och kommunikationsforskare

har jag avgränsat analysen, eller uttryckt mer kritiskt, fallit till föga, när det gäller bildanalysen och förståelsen av de visuella uttrycken i diskursen. De talade och skrivna artikulationerna i kärnavfallsdiskursen har varit överordnade de visuella när det gäller texttolkningen generellt sett.¹⁷

Att jag fokuserar på försöken till opinionsbildning betyder dock *inte* att jag lämnat den inom vårt ämne så prestigefyllda effektfrågan åt sitt öde.¹⁸ Tvärtom är jag förvånad över att så många verkar ha gjort det under det senaste decenniet. Kanske beror det på receptionsforskningens genombrutt under 1990-talet och dess genomgripande kritik av innehållsanalyser med långtgående slutsatser kring publikeffekter?¹⁹ För bakom "försöken att analysera innehållet i en text ligger i de flesta fall en mer eller mindre välgrundad förhoppning om att kunna uttala sig å publikens vägnar" (Findahl och Höijer 1981:4). Men även om sambanden mellan en text och dess påverkan är ack så svårtydda och bör artikuleras med stor försiktighet, är det väl ändå meningsfullt att tänka sig en relation dem emellan? Sen är det en annan fråga hur relationen ser ut. Det låter sig inte förutsägas, utan måste prövas från fall till fall, från situation till annan. Min utgångspunkt är att den meningsproduktion som pågår, bland annat i medierna, har betydelse för hur medborgarna bildar sig uppfattningar i frågan. Därför är innehållsanalyser viktiga att göra, för:

Viewpoints featured by the media are certainly not to be confused conceptually with those of their audiences, but there are good reasons to suspect the former play a significant role in the formation of the latter. (Price 1992:87)

Särskilt betydelsefulla blir medierna när det gäller vår förståelse av abstrakta fenomen, som radioaktivitet, eller företeelser som vi som individer inte har egen erfarenhet av, som exempelvis kärnavfallshantering (Findahl 1992:128f).

Förståelse av samtid

Att studera försöken till opinionsbildning i kärnfrågan är ett sätt att närma sig den stora viktiga frågan om hur vårt samhälle och vår kultur kan förstås. Kärnavfallsfrågans extrema art gör helt enkelt att saker ställs på sin spets och att grundläggande (makt)förhållanden i vår kultur blir synliga i kommunikationen kring kärnproblemet (jmf Anshelm 2000:15f). Analysen av kärnavfallsdiskursen handlar ytterst om att skapa en förståelse av samtiden och särskilt då den roll kommunikation, i bemärkelsen informations-spridning och opinionsbildning, spelar för samhällets reproduktion.

Att informera definieras överhuvudtaget som absolut nödvändigt av diskursens olika aktörer för att ett legitimt beslut om kärnavfallet ska kunna fattas. Vetenskapens höga status i samhället utkristalliseras också i kärnavfallsdiskursen, inte minst i den journalistiska textproduktionen. I

nyheterna lyfts resultat från undersökningar genomgående fram och allt som oftast utan att kommenteras, vilket gör att estimeringar som att "Djupförvar ger Malå 450 jobb" (Norra Västerbotten 940526) eller "Djupförvar är bra för turismen" (Nordnytt 950217) framträder som obestridbara fakta. Sanningshalten i utsagorna förstärks ofta av att källans titel (professor, oberoende expert, forskare etcetera) betonas i texterna.

Det är också uppenbart att forskare och experter nyttjar sin positions-makt för politiska syften i mötet med medierna, det vill säga de uttalar sig om förhållanden som ligger utanför deras sakområde. Ett konkret exempel är när två professorer i bergteknik vid Luleå tekniska universitet skriver en debattartikel som publicerades strax före folkomröstningen i lokaltidningen *Norra Västerbotten* (970908). I inlägget argumenterar de för en fortsättning, det vill säga ett ja till en platsundersökning. Dels skulle den enligt dessa göra Malå till ett centrum för teknikutveckling och geovetenskaplig rådgivning. Dels skulle en platsundersökning skapa arbetstillfällen och dels skulle den generera kunskap om hur man hanterar projekt med stora risker och starka motståndssintressen. Dessa kunskaper skulle malåborna sedan i sin tur, enligt författarna, kunna sälja till omvärlden. Professorerna garanterar också att universitetet är berett att "stödja och delta i framtagning och genomförande av de ideer som skisserats".

Massmediernas makt gestaltas i kärnavfallsdiskursen bland annat på grund av att de tillskrivs en väldigt betydelsefull roll av många opinionsbildare. Det finns samtidigt flera exempel i diskursen på journalisters vanmakt. Kärnproblemet är komplicerat, eller som en av journalisterna uttryckte det "tekniskt svårt", vilket i sig försvårade nyhetsrapporteringen. De lokala journalisterna upplevde det problematiskt att utföra sitt uppdrag, det vill säga att på ett opartiskt sätt spegla debatten, eftersom styrkeförhållandena mellan förespråkarna och motståndarna var väldigt ojämna. Opinionsgruppen mot kärnavfall uppfattades som en mycket svag opinionsbildare och lyckades inte formulera några alternativ till ja-sidans förståelse. För journalisterna fanns därför heller "ingen att citera". Samtidigt visste medarbetarna på den lokala tidningsredaktionen att det fanns ett motstånd bland befolkningen mot fortsatta undersökningar och de mötte i sitt arbete många malåbor, företrädesvis kvinnor, som var djupt oroad av förvaringsplanerna.²⁰ Slutskedet av processen beskriver lokalreportrarna som "väldigt hett" och att det var många som hörde av sig till dem med synpunkter, inte minst klagomål, på deras arbete. Det har "aldrig varit så mycket folk inne på redaktionen någonsin, vilket gjorde att det minsann inte var lätt att skriva" konstaterade en av de intervjuade journalisterna.²¹

På det hela taget förefaller den moderna tron på upplysning och förnuft orubbad om man analyserar kärnavfallsdiskursen.²² Alla inblandade, från den enskilda malåbon till höga tjänstemän på kärnavfallsområdet, söker målmedvetet efter den oberoende auktoriserade rösten som verkligen kan tala om hur det förhåller sig och att en sådan sanningssägare existerar förefaller otvivelaktigt.

Demokratins söndervittring får också ett ansikte i Malådebatten. Insändarsidorna är exempelvis fulla av utsagor om att folk känner sig överkörda av sina politiker. De folkvalda å sin sida har svårt att förstå vad missnöjet består i. Flera ledande politiker menade istället att förstudien endast var ett sätt att inhämta information för att överhuvudtaget kunna ta ställning i frågan vid ett senare tillfälle. Kärnavfallsdiskursen kan också ses som ett uttryck för människans herravälde över naturen. Det antropocentriska synsätt som genomsyrar den västliga kulturen, artikuleras paradoxalt nog genom frånvaron av behandling.²³ På samma sätt är samefrågan i stort sett frånvarande i diskursen. Detta var något överraskade med tanke på den relativt sett höga andelen samisk befolkningen i Malå samt att regionen drabbades relativt hårt av radioaktivt nedfall efter Tjernobylyolyckan. Tidsaspekten, att avfallet bör isoleras i hela 100 000 år, talas det också väldigt tyst om i malåkontexten.

När det gäller förståelsen av den medierade kommunikationen i ett vidare sammanhang, bortom medierna själva och som uttryck för en samtid, har den tidigare forskningen inom medie- och kommunikationsvetenskapen haft lite att erbjuda som jag upplevt den. När det gäller vissa forskningsinriktningar förefaller bristen på intresse påtagligt bland de svenska medie- och kommunikationsvetarna. Miljöproblemen har exempelvis i princip inte varit uppe på forskardagordningen det senaste decenniet och genusforskningen lever fortfarande ett förvånansvärt undanskymt liv, om man jämför med utvecklingen inom andra samhällsvetenskapliga och humanistiska ämnen. Den teoretiska förståelsen har vidare begränsats till en slags hypotesprövning, till exempel av tystnadsspiralen (Noelle-Neumann 1993), gate-keeperfunktionen (White 1950), kunskapsklyftehypotesen (Tichenor et al 1970) eller olika nyhetsvärderingprinciper (Tuchman 1978). Denna relativa teorifattigdom har också gjort att metoderna utvecklats mer eller mindre fristående från forskarnas ontologiska och epistemologiska perspektiv. För mig har situationen inneburit mycket sökande, både inom och utom disciplinens gränser.

Kritisk diskursanalys som samlande kraft

Den kritiska diskursanalytiska traditionen kom så småningom att formulera det "bästa" eller mest fyllda svaret på många av mina frågor. Detta inte minst eftersom teori och metod så tydligt länkas samman inom detta fält (Jørgensen och Philips 1999:12).²⁴ Frågan om diskursers sociala verkningar – alltså den klassiska effektfrågan i ny tappning – är lika närvarande som central i analysen. Tolkningsarbetet betonas starkt liksom makt-perspektivet, vilket varit avgörande i mitt val av perspektiv. Kärnavfallsdiskursen förstås inte blott som ett tal om kärnavfall, utan dess innehåll och form är högst kännbart för oss människor som ständigt är med och

(åter)skapar den.²⁵ Det diskursanalytiska angreppssättet erbjuder helt enkelt ett sätt att förstå språkets materiella verkningar i och med att den förenklade dikotomin, mellan tal/idé och handling/materialitet, överskrids. Diskursanalysen har vidare harmonierat med min ontologiska ståndpunkt om det konstruerbara i varat, samt det epistemologiska synsättet att det intressanta att studera är hur fenomen som kärnavfallshantering "görs", alltså skapas diskursivt. Forskningsutmaningen ligger i att försöka förstå möjlighetsbetingelserna för kärnavfallsdiskursens utformning. Det gäller att relativisera försanthållanden, att synliggöra gränsdragningar och att försöka belysa det frånvarande i diskursen genom att lyfta fram det som alltid finns – alternativen.²⁶

I mitt avhandlingsarbete blev det till slut ett syfte i sig att utforska det diskursanalytiska "forskningsprogram" som Michel Foucault formulerat i *Diskursens ordning* (Foucault 1993), i bemärkelsen att pröva dess bärighet på denna typ av studie och empiriska material. Jämfört med hans efterföljare inom medie- och kommunikationsvetenskapen, företrädesvis Norman Fairclough (se t ex 1995a, 1995b) och Teun van Dijk (se t ex 1996, 1994a, 1994b, 1993), framstår Foucault enligt mitt tycke – tväremot vad många anser – som tydlig, konkret och framför allt stringent. Därför var valet mellan att skapa en egen diskursanalytisk modell eller att utprova en redan tänkt konstruktion enkelt, om än inte komplikationsfritt. I *Diskursens ordning* presenterar Foucault sin övergripande diskursteoretiska förståelse – som jag i allt väsentligt skriver under på – sammanvävt med utarbetade förslag, eller åtminstone riktlinjer, för den konkreta tillämpningen.²⁷ Dessa har jag sedan i min tur försökt översätta till relevanta analytiska ingångar i studiet av kärnavfallsdiskursen, företrädesvis genom att inrikta analysen på diskursens yttre respektive inre procedurer för kontroll. Genom att exempelvis studera vilka ämnen som tas upp, av vem, var, och när, kan jag belysa hur olika typer av *förbud*, som tabuerade ämnen och ritualer, verkar i diskursen. För att få fatt på vad det är som (inte) får sägas, vilka det är som talar, samt i vilken ordning, har jag använt mig av kvantitativ innehållsanalys.²⁸ Dels fungerar metoden bra för att hantera och analysera ett omfattande empiriskt material, dels ligger fokus på kodningen av de manifesta budskapen i texterna, vilket i sin tur harmonierar med det foucaultianska imperativet att analysen bör utgå "från diskursen själv, hur den ter sig, dess regelbundenheter" (Foucault 1993:37). Förhoppningen är också att jag, genom att sammanvända forna antagonister, det vill säga kontinental filosofi och positivistisk angloamerikansk tradition, kan bidra till att vitalisera den text- och innehållsanalytiska traditionen inom medie- och kommunikationsvetenskapen (Rosengren 1981). Redan för tjugo år sedan poängterades behovet av att överbrygga dessa motsättningar, liksom betydelsen av en mångfald analysmodeller (Lindkvist 1981:40f), vilket fortfarande behövs.

Avslutningsvis vill jag återvända för ett ögonblick till de ursprungliga frågeställningarna, om hur min forskning om kärnproblemen uppfattas i

relation till det omgivande forskningsfältet, och hur jag uppfattar min position i relation till tidigare generationers (i huvudsak svenska) medieforskare.

Många delar i mitt projekt kring opinionsbildningen i kärnfrågan hör som sagt hemma i medie- och kommunikationsvetenskapen som Ämne. Jag tänker på val av studieobjekt, tillämpade metoder och de befintliga forskningstraditionerna. Men när det gäller själva angreppssättet och rörelsen i analysen är jag tydligt mer av en främmande fågel i de äldre kollegornas ögon. Det gör också att tystnad uppstår i mötet. Hur den skall tolkas är jag osäker på. Tystnad kan läsas som förvånat intag av den Andre. Likväl kan den avkodas som det starkaste av motstånd, det vill säga ignorans. Tystnaden kan dessutom tolkas som ett uttryck för det icke-relationella, det icke-kommunikativa tillstånd som i mångt och mycket präglar vår vetenskapliga vardag. Arbetet med denna text – den medvetna reflektionen kring disciplinen – har dock fått mig att vilja kommunicera att det står klart att medie- och kommunikationsvetenskapen behöver all möjlig mångfald.

Noter

1. Denna artikel är skriven inom ramen för projektet "Opinionsbildningen – en kärnfråga. En studie av opinionsbildningen och informationsspridningen i Malå kommun i samband med förstudien för djupförvar av använt kärnbränsle" finansierat av *Centrum för miljövetenskaplig forskning* (CMF), Umeå. Jag vill rikta ett kollektivt tack till de kollegor vid Institutionen för kultur och medier, Umeå universitet, som läst och kommenterat utkast av denna artikel. Den kritiska textresponsen är ett lika nödvändigt som lågprioriterat inlägg i den vetenskapliga författargärningen som både behöver värdesättas högre och vidareutvecklas.
2. Naturligtvis finns det undantag och situationen är inte unik för medie- och kommunikationsvetenskapen. Frånvarofenomenet känns snarare igen i många andra humanistiska och samhällsvetenskapliga ämnen. Viktiga undantag är dock olika typer av metoddiskussioner där förhållanden i undersökningsdesign och liknande problematiseras. Dessa återfinns företrädesvis i avhandlingsarbeten. Tyvärr kan deras relativt sett standardiserade form och likartade utformning få läsaren att misstänka att motiven till deras existens snarare är av disciplinär än kunskapssökande karaktär. I mina ögon framträder många metoddiskussioner mer som något "nödvändigt ont" som doktoranden måste ha med för att skapa legitimitet för sin studie (och för att visa sig medveten om sin relativa litenhet i forskarvärlden). Mer uppfriskande undantag är reflexivitetsdiskussionerna som förts en längre tid inom vissa delar av etnologin (se t ex Ehn 1985; Steier 1991; Erson 1996; Fornäs (et al) 1990; Mason 2002) liksom vetenskapssociologin (Woolgar 1998; Bourdieu och Wacquant 1992; Sundqvist 2002). I denna forskning problematiserar forskarna på olika sätt vetenskapen och dess problemformuleringsprivilegium samt för kritiska diskussioner kring (den egna) arbetet.
3. Att som jag betrakta vetenskapen som en social aktivitet formad av de specifika historiska och kulturella sammanhanget brukar betecknas socialkonstruktivistiskt. Synsättet slår bland annat hål på myten om forskaren som ett ensamt oberoende geni. Perspektivet har idag oändligt många, mer eller mindre radikala – läs konstruktionistiska – uttolkare. Berger och Luckmans bok *The social construction of reality* (1991) var när den kom på 1960-talet banbrytande och är fortfarande en viktig mötesplats för många av socialkonstruktivisterna. För en koncis beskrivning av vilken innebörd jag lägger i perspektivet se Jørgensen och Philips (1999:13f).

4. Inom medie- och kommunikationsvetenskapen liksom journalistikforskningen har professorernas perspektiv dokumenterats i Carlsson (red) (1988; 1999) respektive Carlsson och Lindblad (red) (1992).
5. Den seniora medieforskaren professor Birgitta Höijer påtalar också hon behovet av en förbättrad eller ökad metodmedvetenhet bland dagens forskare och särskilt bland oss yngre som idag disputerar inom MKV-ämnet. Delvis tror jag att vi efterlyser samma typ av reflektioner och tydlighet om än formulerad utifrån skilda horisonter.
6. För en färsk redogörelse av den svenska medie- och kommunikationsvetenskapens framväxt se Högskoleverket (2001:21-37). Andra beskrivningar av ämnets framväxt i Sverige se Carlsson (1988; 1999) samt Carlsson och Lindblad (1992).
7. Om definitioner av och skillnader mellan tvär- respektive mångvetenskap se Klein (1990).
8. Eller för den delen motsatsen som man tidigare gjorde vid Linköpings universitet på Tema kommunikation, där det som *inte* var masskommunikation utgjorde de primära så att säga "givna" studieobjektet. *Medierad kommunikation* är det mest vanliga begreppet för att beteckna (kärnan i) ämnet idag. Begreppet inrymmer olika typer av kommunikation, men tyngdpunkten ligger som sagt fortfarande på det massmedierade (se t ex Högskoleverket 2001: 28, 33).
9. Detta tillsammans med andra typer av kriterier som naturvetenskapliga förutsättningar (geologi) och teknisk säkerhet (SKB 1992). Under denna så kallade socio-politiska fas i det svenska kärnavfallsprogrammet har acceptansen i ett samhälle, alltså goda opinionsmässiga förutsättningar, haft särskilt stor betydelse i sökandet efter en plats. Tidigare har de lokala protesterna mot provbörningar varit så starka att de helt enkelt förhindrat vidare undersökningar, t ex i det numera riksbekanta Kynnefjäll (Lidskog et al 1997:226ff).
10. Kartan är hämtad från SKB:s slutrapport från förstudien i Malå (SKB 1996:22). Förutom en tydlig illustration av Malås geografiska läge indikeras här också den centrala roll SKB har som informationsförsörjare i kärnavfallsdiskursen, också för forskare.
11. Trots folkomröstningsresultatet har kommunpolitiker i Malå i efterhand tagit förnyad kontakt med SKB och försökt att väcka liv i frågan om kommunen som eventuell förvaringsort för kärnavfallet. Man har dock inte, enligt vad jag kunnat utröna, mötts av något större intresse från centralt håll, det vill säga varken från kärnavfallsindustrins eller myndigheternas sida.
12. Som forskare är det viktigt (om än ofta smärtsamt) att skilja på det undersökningsvärda och det undersökningbara. Det handlar ytterst om att kritiskt granska de egna möjligheterna att bedriva relevant forskning. Denna enkla, men ack så betydelsefulla distinktion, formulerades första gången under min studietid på informationslinjen i Sundsvall 1990-1993. Den är en av många lärdomar som jag fortfarande bär med mig. Lärarna lyckades där, tillsammans med oss studenter, att skapa verkligt goda förutsättningar för vetenskaplig praktik. Kunskapssökandet stod i centrum och dialogen var levande. Utan den positiva erfarenheten hade jag aldrig valt att söka forskarutbildningen.
13. Exempel på svensk nyhetsforskning och opinionsbildningsstudier, se t ex Andén-Papadopoulos (2000), Brännström och Lindblad (1994); Djerf-Pierre (1996); Ekecrantz och Olsson (1994); Ekström (1996); Findahl och Höijer (1994); Holmberg och Asp (1984); Hvitfelt (1989); Höijer (1987); Kleberg (1988); Johansson (1998) eller Olofsson (2002). Ett annat fält som har beröringspunkter med projektet är den framväxande riskkommunikationsforskningen, se t ex Nordlund (1994); Hedman och Trots (1997) eller Lidskog et al (2000).
14. För att avancera teoretiskt menar Vincent Price (1992:89), och jag tror det ligger mycket i hans analys, att det behövs longitudinella processinriktade studier som följer en frågas formering från början till slut och som inte bara studerar tvärsnitt.
15. Totalt sett har jag analyserat 1 514 texter publicerade i *Norra Västerbotten* (alla genrer: från politiska satirteckningar till insändare) samt 113 inlägg i det regionala nyhetsprogrammet *Nordnytt*. Dessutom har jag gjort 32 intervjuer med olika opinionsbildare

- som politiker, journalister, tjänstemän, informatörer och engagerade medborgare under förstudien samt strax innan och efter det att folkomröstningen hölls. Ett starkt skäl till att jag valt att fokusera på den så kallade elitens meningsskapande är att opinionsbildare på ett område ofta är det också på andra (Price 1992:42).
16. Trots att jag gjort denna avgränsning, företrädesvis av pragmatiska skäl, sympatiserar jag starkt med synpunkten som Göran Bolin framför att MKV-forskningen bör försöka undvika att göra (ännu fler) reduktiva studier som endast ser till en isolerad del i hela kommunikationsprocessen/miljön. Det finns dock lyckligtvis mottagar- och receptionsstudier gjorda i Malå (som jag själv delvis arbetat med) vilket i alla fall möjliggör "hela" processtudier i framtiden.
 17. Däremot har jag, vilket kan vara viktigt att påpeka, analyserat bilderna i materialet. Jag har kodat de sända tv-inslagen och inte enbart använt textutdrag, så kallade programprotokoll, som kodningsunderlag (vilket förekommer ganska ofta i så kallat kvantitativa innehållsanalyser).
 18. Om effektfrågans centrala roll i masskommunikationsforskningen se Asp (1986:30-59). En av de allra mest lästa medieforskarna Dennis McQuail menar också han att masskommunikationsforskningen i sig bygger på förutsättningen att medierna påverkar individerna på ett eller annat sätt även om det är en fråga som det råder stor osäkerhet och lite samstämmighet om (Jarlbro 2001:26).
 19. Om receptionsforskning se t ex Dahl (1994), Jensen (1988) eller Höijer (1990).
 20. För en feministisk analys av den könade kärnfrågan, det vill säga kärnavfallsdiskursen som konstruktion av (hegemonisk) maskulinitet se Sjölander (2001).
 21. Citaten i stycket ovan är samtliga hämtade från intervjuer med lokaltidningsreportrar i Malå utförda 970917, 980930 respektive 981001.
 22. Om innebörden i det moderna se Thörn (1992).
 23. Om antropocentrism och naturumgängets idéhistoria se t ex Sörlin (1991).
 24. De senaste åren har tillämpningen av kritisk diskursanalys blivit mycket vanlig inom humaniora och samhällvetenskapen. Detta skapar ett behov av att kunna särskilja de olika inriktningar ifrån varandra, eftersom olikheterna sinsemellan är stora (Sjölander 1998). Synen på vad diskursen eller diskurserna är ämnade att beteckna skiljer sig exempelvis åt mellan olika forskare, liksom fokus i analysen, synen på makt och motstånd, etcetera. Idag finns dock bra fältöversikter att tillgå, vilka också tar kritik mot perspektivet, se till exempel Jørgensen och Philips (1999), Bergström och Boréus (2000:221-268) eller Howart (2000).
 25. Kärnavfallsdiskursen definieras i min forskning kort uttryckt som alla yttranden och handlingar som utgår från den diskursiva formationen *kärnavfallsshantering*. Jag som kärnavfallsforskare är därför i allra högsta grad en del av diskursen, även om min position inom den skiljer sig ganska markant från de olika aktörer, vars opinionsbildning eller meningsproduktion jag studerar.
 26. Om de diskursanalytiska motiven i min studie se också Sjölander (2000).
 27. Att på detta sätt använda en synnerligen välkänd, men också mycket kontroversiell filosof, är i sig betydelseladdat och delvis problematiskt. Det är lätt att drabbas av rädsla i relation till externa, dels eftersom det existerar oändligt många "auktoriserade" uttorkningar av deras "egentliga betydelse", dels för att det finns väldigt många förutfattade meningar om deras innehåll – läs Foucault- i omlopp. Förutom *Diskursens ordning* (1993) har framför allt *Vetandets arkeologi* (1972) och "Vad är en författare?" (1991) varit centrala Foucaultkällor i mitt arbete. För en gedigen introduktion till Foucault och hans omfattande vetenskapliga produktion se Eribon (1991).
 28. För beskrivningar av den (kvantitativa) innehållsanalytiska traditionen se Findahl och Höijer (1981), Rosengren (1981) eller Bergström och Boréus (2000:44-88).

Referenser

Tryckta källor

- Andén-Papadopoulos, K. (2000) *Kameran i krig. Den fotografiska iscensättningen av vietnamkriget i svensk press*. Stockholm: Symposion.
- Anshelm, J. (2000) *Mellan frälsning och domedag. Om kärnkraftens politiska idéhistoria i Sverige 1945-1999*. Stockholm: Symposion.
- Asp, K. (1986) *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademi-litteratur.
- Asp, K. (1992) "Journalistik som forskningsområde", i Carlsson, U och Lindblad, A. *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige, s. 59-69.
- Beck, U. (1992a) "From Industrial Society to Risk Society: Questions of Survival, Social Structure and Ecological Enlightenment", *Theory, Culture and Society* 1, s. 97-123.
- Beck, U. (1992b) *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Berger, P. och Luckmann, T. (1991/1966) *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books.
- Bergström, G. och Boréus, K. (2000) *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Bourdieu, P. (1992) *Texter om de intellektuella*. Stockholm: Symposion.
- Bourdieu, P. och Wacquant, L. (1992) *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: Polity Press.
- Brännström, I. och Lindblad, I-B. (1994) "Mass Communication and Health Promotion: The Power of the Media and Public Opinion", *Health Communication* 1, s. 21-36.
- Carlsson, U. (red) (1988) *Forskning om journalistik*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Carlsson, U. och Lindblad, A. (red) (1992) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Carlsson, U. (red) (1999) *Medierna i samhället. Kontinuitet och förändring*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Dahl, H. (1994) "Nogle kritiske spørgsmål til receptionsanalysen", i Højbjerg, L. *Reception av levende billeder*. Denmark: Akademisk Forlag, s. 174-184.
- van Dijk, T. (1993) "Principles of Critical Discourse Analysis", *Discourse and Society* 2, s. 249-283.
- van Dijk, T. (1994a) "Discourse and Cognition in Society", i Crowley, D. och Mitchell, D. *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press, s. 107-126.
- van Dijk, T. (1994b) "Critical Discourse Analysis", *Discourse and Society* 4, s. 435-436.
- van Dijk, T. (1996) "Discourse, Power, Access", i Caldas-Coulthard, C.R. & Coulthard, M. *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. London: Routledge, s. 84-104.
- Djerf-Pierre, M. (1996) *Gröna nybeter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961-1994*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Ehn, B. och Klein, B (1985) *Från erfarenhet till text. Om kulturvetenskaplig reflexivitet*. Stockholm: Institutet för folklivsforskning.
- Ekecrantz, J. och Olsson, T (1994) *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnufts historia*. Stockholm: Carlsson.
- Ekström, M. (1996) "Nyhetsjournalistikens etik i praktiken", i Nohrstedt, S-A. *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Rabén & Prisma, s. 88-139.
- Eribon, D. (1991/1989) *Michel Foucault (1926-1984)*. Stockholm: Symposion.
- Erson, E. (1996) "Ett oskrivet samarbetsavtal. Forskningsdeltagarnas upplevelse av ett avhandlingsprojekt", *Kulturella perspektiv* 1: 24-35.
- Fairclough, N. (1995a) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1995b) *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Findahl, O. (1992) "Chernobyl – the Scandinavian Case", i Wober, J.M. (red) *Television and Nuclear Power. Making the Public Mind*. Norwood: Ablex: 125-144.

- Findahl, O. och Höijer, B. (1981) *Text- och innehållsanalys. En översikt över några analys-traditioner*. Stockholm: Sveriges Radio, PUB.
- Findahl, O. och Höijer, B. (1984) *Begriplighetsanalys. En forskningsgenomgång och en tillämpning på nyhetsinslag i radio och TV*. Lund: Studentlitteratur.
- Fornäs, J., Lindberg, U. och Sernhede, O. (1990) *Speglad ungdom. Forskningsreception i tre rockband*. Stockholm: Symposion.
- Foucault, M. (1972/1969) *Vetandets arkeologi*. Stockholm: Cavefors.
- Foucault, M. (1991/1969) "Vad är en författare?" i Entzenberg, C och Hansson, C. *Modern litteraturteori. Del 2*. Lund: Studentlitteratur, s. 329-347.
- Foucault, M. (1993/1971) *Diskursens ordning*. Stockholm: Symposion.
- Giddens, A. (1996) *Modernitetens följder*. Lund: Studentlitteratur.
- Hedman, L. och Trots, J. (1997) *Risikommunikation*. Karlstad: Räddningsverket.
- Holmberg, S. och Asp, K. (1984) *Kampen om kärnkraften*. Stockholm: Liber.
- Howart, D. (2000) *Discourse*. Buckingham: Open University Press.
- Hvitfelt, H. (1989) *Nybeterna och verkligheten. Byggstenar till en teori*. Göteborg: Journalisthögskolan.
- Högskoleverket. (2001) *Utvärdering av medie- och kommunikationsvetenskapliga utbildningar vid universitet och högskolor*. Stockholm: Högskoleverket.
- Höijer, B. (1987) *Tjernobylylyckan i människors medvetande. En studie av informationsinbäm-tande och upplevelser*. Stockholm: Sveriges Radio, PUB.
- Höijer, B. (1990) "Studying Viewers Reception of Television Programmes. Theoretical and Methodological Considerations", *European Journal of Communication* 5, s. 29-56.
- Jarlbro, G. (2001) *Forskning om miljö och massmedier. En forskningsöversikt*. Lund: Lunds universitet.
- Jensen, K. B. (1988) "Answering the Question: What Is Reception Analysis?" *Nordicom-Information*, 3, s. 3-5.
- Johansson, B. (1998) *Nybeter mitt ibland oss. Kommunala nybeter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Johansson, B. (2000) "Tron kan försätta berg. Tredjepersons-effekter och politisk kommuni-kation", *Nordicom-Information* 3-4, s. 77-86.
- Jørgensen, M.W. och Philips, L. (1999) *Diskursanalyse som teori och metod*. Frederiksberg: Roskilde universitetsförslag/ Samfundslitteratur.
- Kleberg, M. (1988) "Kvinnor och nyheter – förenklad teori i praktiken", *Kvinnovetenskaplig tidskrift* 3, s. 40-48.
- Klein, J.T. (1990) *Interdisciplinarity*. Detroit: Wayne State university press.
- Kvale, S. (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Lidskog, R. och Andersson, A-C. (2002) *The Management of Radioactive Waste. A Description of Ten Countries*. Stockholm: Svensk kärnbränslehantering AB.
- Lidskog, R. och Norhstedt, S-A, och Warg, L-Å. (red) (2000) *Risker, kommunikation, medier. En forskarantologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Lidskog, R. och Sandstedt, E. och Sundqvist, G. (1997) *Sambälle, risk och miljö*. Lund: Student-litteratur.
- Lindkvist, K. (1981) "Approaches to Textual Analysis", i Rosengren, K.E. (red) *Advances in Content Analysis*. Beverly Hills: Sage, s. 23-43.
- Mason, S. (2002) *Life in the Labyrinth*. Umeå: Umeå universitet.
- Meurling, B. (1999) "Kvinnorum i fadershus – om kvinnliga prästers könsskapande", *Kultu-rella perspektiv* 3, s. 36-48.
- NEA. (1996) *Informing the Public about Radioactive Waste Management*. Paris: NEA/OECD.
- Noelle-Neumann, E. (1993/1984) *The Spiral of Silence. Public Opinion – Our Social Skin*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Nordlund, R. (1994) *Ett triangeldrama. Myndigheter, medborgare och medier i kris*. Stock-holm: SPF.
- Norlander, K. (1994) "Vad gör strukturerna med oss? Feminismens akademiska dilemma" *Häftan för kritiska studier* 4, s. 25-33.

- Nowak, K. (1992) "Forskning om medier och kommunikation. Ett kulturteoretiskt perspektiv", i Carlsson, U. och Lindblad, A. (red) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige, s. 37-57.
- Olofsson, A. (2002) *Waves of Controversy. Gene Technology in Dagens Nyheter 1973-96*. Umeå: Umeå universitet.
- Price, V. (1992) *Public Opinion*. Newbury Park: Sage.
- Rosengren, K.E. (red) (1981) *Advances in Content Analysis*. Beverly Hills: Sage.
- Rosengren, K.E. (1992) "Medie- och kommunikationsvetenskap. E pluribus unum!", i Carlsson, U. och Lindblad, A. (red) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige, s. 7-20.
- Scheman, N. (1997) "Queering the Center by Centering the Queer. Reflections on Transsexuals and Secular Jews", i Meyers, D.T. (red) *Feminist Rethinking the Self*. Boulder: Westview Press, s. 124-162.
- Sjölander, A. (1998) *Grepp om diskursanalys. En diskussion kring en diskursanalytisk studie*. Umeå: Umeå universitet.
- Sjölander, A. (2000) "Att undra kring kärnavfall", *Kulturella perspektiv* 2: 60-65.
- Sjölander, A. (2000) "En könad kärnfråga", i Lundgren, B. och Martinsson, L. (red) *Bestämma, benämna, betvivla. Kulturvetenskapliga perspektiv på kön, sexualitet och politik*. Lund: Studentlitteratur, s. 105-128.
- SKB. (1992) *Kärnavfallens behandling och djupförvaring. Program för forskning, utveckling, demonstration och övriga åtgärder*. Stockholm: SKB.
- SKB. (1996) *Förstudie Malå. Slutrapport*. Stockholm: SKB.
- Steier, F. (1991) *Research and Reflexivity*. London: Sage.
- Sundqvist, G. (2002) *The Bedrock of Opinion. Science, Technology and Society in the Siting of High-Level Nuclear Waste*. Dordrecht: Kluwer Academic Publisher.
- Sörlin, S. (1991) *Naturkontraktet. Om naturumgängets idéhistoria*. Stockholm: Carlsson.
- Thörn, H. (1992) "Vad är det 'moderna'?", *Häften för kritiska studier* 4, s. 57-76.
- Tichenor, P.J. och Donohue, G.A. och Olien, C.N. (1970) "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge", *Public Opinion Quarterly* 34: 159-170.
- Tuchman, G. (1978) *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Weibull, L. (1992) "Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning." i Carlsson, U. och Lindblad, A. (red) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige, 21-35.
- White, D.M. (1950) "The 'Gate-keeper': A Case Study in the Selection of News", *Journalism Quarterly* 27, 383-90.
- Woolgar, S. (1998) *Knowledge and Reflexivity. New Frontiers in the Sociology of Knowledge*. London: Sage.

Muntliga källor

- Göran Bolin: Föredrag på symposium Mångfald i medieforskningen, Malmö, 020424.
- Birgitta Höjjer: Föredrag på symposium Mångfald i medieforskningen, Malmö, 020424.
- Intervju med ansvarig för samhällskontakter på SKB, 971210.
- Intervju med chefen för SKB:s djupförvarsenhet, 971210.
- Intervju med kommunpolitiker i Malå, 980929.
- Intervju med ordförande i Opinionsgruppen mot kärnavfall i Malå, 981002.
- Intervju med journalist på Norra Västerbotten, 970917.
- Intervju med journalist på Norra Västerbotten, 980930.
- Intervju med journalist på Norra Västerbotten, 981001.
- SVT, Nordnytt, 950217.
- Norra Västerbotten, 940526.
- Norra Västerbotten, 970908.

Dino Viscovi

Kommunikation och praxis

Eller min svenska MKV-historia

Mitt första möte med medie- och kommunikationsvetenskapen ägde rum på Högskolan i Växjö där jag några år under 80-talet läste på kulturvetarlinjen.

Delar av kurslitteraturen finns ännu kvar i min hylla, bland annat antologin *Ungdomskultur*¹ där cultural studies – eller Birmingham-skolan som det oftast hette vid den här tiden – presenteras, liksom Thomas Ziehes ”väst-tyska socialisationsteori”. Kvar finns också Mats Trondmans *Normativ informationsteknik: från prostituerad till autonom information*, liksom Swen Windahls och Denis McQuails *Kommunikationsmodeller*. Kursen var specialgjord för kulturvetare – vi lärde oss också skärmutställningens principer – men den avspeglar nog ändå något av karaktären hos informations-tekniken, som ju fortfarande var ämnets officiella namn.

Jämfört med andra akademiska discipliner verkade informationsteknik minst sagt brokigt och spretigt. Själv kom jag närmast från litteraturvetenskap och nordiska språk. Trondman diskuterade informatörens roll och arbetssätt och bedrev existentiell sociologi. Windahl och McQuail visade på olika sätt att fånga det gemensamma och det särskiljande i kommunikativa processer med abstrakta modeller. Ziehe liksom cultural studies-forskarna försökte förstå unga människors livsvillkor och medvetandeformer i Väst-europas välfärdsstater, och uppmärksammade därför populärkulturens många användningsområden och innebörder, sådant vi idag kallar för reception och tillägnelse.²

Jag hade svårt att se hur de olika sakerna hängde samman. Men som uppfostrad inom humaniora fann jag befriande och avgörande skillnader. Ämnet var i tillblivelse, ’a work in progress’, det tyngdes inte av traditioner, och framförallt: det riktade sig inte bara mot den lärda världen. Här fanns en vilja att förstå samtiden, det vardagliga, och en ambition att tänka makroteoretiskt – ett ord jag för övrigt aldrig tidigare hört talas om. Här fanns till och med en diskussion om makt och ideologi.

Jag hade mött samhällsvetenskaperna. Till hösten började jag Informationsteknik, 1-20 poäng.

En samhällsvetenskap

Sedan dess har min akademiska gärning mest handlat om att på olika sätt fördjupa förståelsen av samhället, av människors medvetandeformer och de kommunikativa processer som frambringar dem.

Men är medie- och kommunikationsvetenskap (i fortsättningen MKV) nödvändigtvis en samhällsvetenskap?

MKV borde vara en samhällsvetenskap, det är min ståndpunkt. Med detta menar jag att vi bör ansluta oss till de forskningstraditioner som analyserar olika aspekter av det sociokulturella – och gör det med sikte på att få fördjupade kunskaper om hela samhällsformationen. MKV:s uppgift i ett arbetsdelat forskarsamhälle är att visa vad medier och kommunikativa processer betyder i det sammanhanget.

Det här innebär att vi har stor frihet, både teoretiskt och metodologiskt. Vi kan bedriva medieetnografi som Göran Bolin i *Filmbytare* eller studera opinionsbildning som Bengt Johansson i *Nyheter mitt ibland oss* – och mycket, mycket mer. Men vad vi än studerar måste fenomenen betyda något utöver sig själva; de måste relateras till det sociala. Här är vi dessvärre inte riktigt övertygande, och kanske är det därför vi har en ganska undanskymd position i forskarsamhället.

Rent allmänt refereras ju MKV-forskning ganska sparsamt utanför den egna disciplinen. Ibland sker det som i sociologen Bengt Larssons doktorsavhandling, *Bankkrisen, medierna och politiken* eller historikern Per-Olof Anderssons, *Den kalejdoskopiska offentligheten* eller språkforskaren Per Ledins, *Arbetarnes är denna tidning*. Här sker det av naturliga skäl, vi delar ju studieobjekt. Men MKV-forskarna har ingen central plats i deras analyser; de tycks över huvud taget utöva mycket litet inflytande över deras tankeliv. Man lånar mest enklare bakgrundsdata, ibland är det fråga om rent rituella referat för att visa att man en smula satt sig in i medieforskningen.

Att det ser ut så här i avhandlingar är kanske inget att förvånas över. Ofta är ju den egna disciplinens krav på kanonbehärskning så stark att doktoranden har svårt att nå utanför den. Liten kraft finns kvar för att sätta sig in i andras tänkande – även om det skulle vitalisera forskningen.

Än mindre nämns vi – vilket är det verkligt allvarliga – i brett upplagda samhällsanalyser. Ett litet undantag men samtidigt ett typiskt exempel är Göran Ahrne mfl, *Det sociala landskapet: en sociologisk beskrivning av Sverige från 50-tal till 90-tal*. Här refereras visserligen svensk medieforskning: ett par artiklar ur *Mediesverige 1993* och *Kommunikationens korsningar* samt *Massmedier*.³ Men återigen är det fråga om enklare upplysningar av bakgrundskaraktär.

Mer omsorg ägnas alltså inte medierna när utvecklingen i Sverige och de typiska inslagen i samhället från 50-tal till 90-tal ska genomlysas. Medierna liksom forskningen om dem förefaller betydelselösa.

Det svaga intellektuella genomslaget beror naturligtvis inte bara på MKV-forskarna själva. Det säger också något om andra samhällsvetare. John B.

Thompson har diskuterat frågan från sociologins horisont och menar att samhällsteoretiker fortfarande: "hämtar sina referensramar i verk skrivna av författare som under 1800-talet och i början av 1900-talet försökte göra de industrisamhällen som tog form runt omkring dem begripliga. De klassiska samhällstänkarna tillskrev sällan kommunikationsmediernas utveckling någon viktig roll."⁴

Klassikerna – skulle vi kunna säga för att travestera en av dem – tycks hänga som en mara över de samtida sociologernas medvetanden. Visst kan de undantagsvis studera medier och kommunikation, men när de ska fånga de väsentliga dragen i samhället hamnar detta i bakgrunden.

Tittar vi vidare i *Sociologiskt lexikon* och den för sociologin centrala artikeln 'institution', nämns ekonomin, politiken och familjen, men inte medierna.⁵ Beaktar man dem som Anthony Giddens i översiktsverket *Sociology* blir de bara en kulturproducerande institution.⁶ Inom socialpsykologin uppfattar man vanligen medier som en tertiär socialisationsagent.⁷

I den mån medier uppmärksammas är det alltså som en uteslutande kulturell instans som förmedlar mer eller mindre korrekta bilder av skeendet – ett skeende som i stort sett skulle haft sin gilla gång medierna förutan.

Så här ser det oftast ut inom sociologin och socialpsykologin, liknande saker kan sägas om andra samhällsvetenskaper.

Vore detta den enda förklaringen till mediernas frånvaro, var problemet endast deras, inte medie- och kommunikationsvetenskapens. De lämnar ju, som jag ser det, fältet fritt till oss att bedriva den verkligt vitala samhällsvetenskapen.

Men likgiltigheten beror nog inte bara på traditionens makt och disciplineringen av doktorander. Det handlar också om MKV-forskningen själv. Vi förmår nog inte tillräckligt ofta övertyga som samhällsforskare.

I många studier kan vi numera se referenser till Giddens, Beck, Bourdieu eller Habermas, vilket indikerar att vi kontextualiserar och blivit mera makro- och samhällsteoretiskt medvetna än tidigare, men på vilket sätt? Inte sällan blir analysen att samhälleliga förändringar *återspeglas* i medierna. Vi accepterar sociologerna som auktoriteter, och modifierar inte deras utgångspunkter i någon vidare omfattning – trots deras tydliga aspektblindhet. Moderniteten, för att ta ett vanligt tema, kan avläsas i medierna, säger vi, men vi säger inte på vilket sätt som medierna är en aktiv och *medkonstituerande institution i moderniseringsprocessen*. All förändringskraft förläggs till samhället. Medierna blir mer eller mindre ett bihang, som alltså producerar bilder av ett skeende som haft sin gilla gång även medierna förutan.

Här bör MKV-forskningen skärpa sig och skaffa sig lite större självförtroende.

John B. Thompson tillhör numera standardreferenserna inom ämnet. Han ska tas på allvar, inte minst det han skriver i *Medierna och moderniteten*: "Om vi vill förstå modernitetens natur – det vill säga de moderna samhällenas institutionella drag och de levnadsvillkor som skapats genom

dem – måste vi lägga stor vikt vid kommunikationsmediernas utveckling och verkningar.”⁸

Resonemanget kunde lika gärna gälla identitet, etnicitet, genus, globalisering, kort sagt, många av de problemområden som är och varit aktuella inom samhällsvetenskap och humaniora.

MKV måste våga bedriva samhällsanalys. Vårt studieobjekt utgör inte bara en delsektor av samhället. Vi studerar en institution, medierna, som är central för samhällelig förändring på alla nivåer och ett fenomen, kommunikation, som ingår som en aspekt i snart sagt all mänsklig aktivitet. Vi borde därför befinna oss i samhällsvetenskapernas centrum.

En kommunikationsvetenskap

Länge, alltför länge menar somliga, förekom Osmo Wiios *Kommunikation – vad är det?* på litteraturlistorna runtom i landet. Vad man än anser om Wiios bok, så är i alla fall hans fråga fortfarande relevant för hela ämnesområdet, vare sig vi betraktar det som en medievetenskap eller en kommunikationsvetenskap. Men den diskuteras nog lite för sällan, i all fall inte på ett sådant sätt att teoretiska skiljelinjer blir uppenbara.

För mig har det varit oerhört viktigt, men svårt, att finna rimliga svar. Den positivistiska och beteendevetenskapliga kommunikationsuppfattning som finns hos Wiio har aldrig övertygat mig, och egentligen inte heller de modeller som presenteras i Windahl och McQuail – de är åtminstone otillräckliga. Ett centralt problem, som jag ser det, är att man inom det tidigare så kallade dominerande paradigmet⁹ för ofta undviker att klargöra vad språk egentligen är. Man saknar helt enkelt språkteori. Shannon och Weaver är ett känt undantag, men deras teori är snarast en abstrakt informationsteori, som inte är särskilt klargörande när det gäller att förstå hur människor skapar och utbyter mening med naturliga språk.¹⁰

I allmänhet är språket i den tidigare mainstream-forskningen underteoretiserat. Språket, förefaller det, uppfattas som ett verktyg, ett system där information kan inkodas, distribueras och avkodas. Ett slående exempel är Bernard Berelsons standardverk *Content Analysis in Communication Research* som knappast ägnar några rader åt att fastställa vad studieobjektet – i huvudsak verbalspråk – har för grundläggande egenskaper. Mellan raderna kan man emellertid ana att en förenklad version av den logiska empirismen är tagen för given. Boken handlar egentligen mest om reliabilitetsproblem, och idealfallet tycks vara när forskaren lyckas inta samma position som det optiska ögat i butikskassan.

Man kan undra varför kommunikationsforskarna inte gick till språkvetenskapen.¹¹ Tittar vi närmare på den förstår vi mer. Inom traditionell språkvetenskap har man nämligen tömt språket på betydelse. Man har mest varit intresserad av språket som abstrakt system: av regler på olika

nivåer för att kunna beskriva korrekta eller möjliga strukturer i ett visst språk.

För att använda Saussures begrepp har *la langue* varit viktigare än *la parole*, eller Chomskys, *competence* viktigare än *performance*.¹² Och därför har det *kommunikativa*: språket som betydelseskapande och meningsbärande system hamnat i bakgrunden – just den aspekt som har den mest omedelbara relevansen för MKV-forskarna. För oss är det onekligen intressantare att se hur fenomenet X konstrueras med hjälp av språk, än att veta att substantivfrekvensen i nyhetsspråket ökat med 3,2 procentenheter mellan 1945 och 1985.¹³ Vi vill i det senare fallet veta mer om vilka substantiv som används, i vilket sammanhang – och vad de kan tänkas betyda för människors medvetanden och handlande.

Cultural studies innebar en viktig teoretisk förnyelse. Här presenterades en hel teori om den *sociala* produktionen av betydelse, och i den uppmärksammades språket, främst genom Saussure, som kom att användas för delvis nya syften. Med honom, skriver Graeme Turner i sitt arbete om brittisk cultural studies, kunde verkligheten göras relativ.¹⁴

Saussure visade att språket inte är någon enkel avspegling av verkligheten. Den ligger inte där ute, öppen för alla att koda språkligt. Betydelse, menar han, skapas som en inomspråklig relation. Språket vilar på konventioner, och dessa varierar från samhälle till samhälle och därmed människors verklighetsuppfattningar.

Kontentan av utgångspunkten – för att göra en lång och känd historia kort – sammanfattar James W. Carey i en flitigt refererad essä, *A Cultural Approach to Communication*, från 1975: "Communication is a symbolic process whereby reality is produced, maintained, repaired and transformed."¹⁵

Ungefär här står vi idag, få forskare finner Carey kontroversiell. Att medierna konstruerar snarare än speglar har blivit common sense, nästan en truism, likaså att verkligheten är relativ.

Men det är viktigt att gå vidare och klargöra skiljelinjer, alla kan knappast ha blivit radikala postmodernister? Hur relativ är verkligheten och språket? Kan till exempel vilka ord som helst – när som helst och av vem som helst – introduceras och accepteras? Hur etableras egentligen konventioner? Kommer de till genom demokratiska förhandlingar eller genom andra processer med asymmetriska maktförhållanden?

Cultural studies slutade för tidigt att diskutera språk i dessa termer, i synnerhet verbalspråket. Man blev också, menar jag, oklarare i sin maktanalys, bland annat som en följd att man utvecklats mot en postmodern kulturvetenskap där sociala och ekonomiska strukturer hamnar i bakgrunden.¹⁶

Förankring i praxis

MKV, har jag sagt, bör ansluta sig till de forskningstraditioner som analyserar olika aspekter av det sociokulturella – och gör det med sikte på att få fördjupade kunskaper om hela samhällsformationen.

För mig har det varit berikande att återvända till en av cultural studies förgrundsgestalter, Raymond Williams. I exempelvis *Marx och kulturen*¹⁷ behandlas problem som jag menar alltså är fruktbara och vitaliserande för vårt ämne. Williams försöker hitta en position bortom traditionellt marxistiska såväl som positivistiska återspeglings teorier, liksom idealistiska språkuppfattningar som på olika sätt gör gällande att språket kan formas hur som helst. I ett mera samtida sammanhang kunde vi säga att han söker en position utanför positivism och postmodernism.

Språket måste förankras i praxis, i människors vardagliga praktik, menar Williams, och citerar härför *Den tyska ideologin* där Marx och Engels resonerar om språkets uppkomst:

Språket är lika gammalt som medvetandet – språket är praktiskt medvetande, eftersom det finns till för andra människor och av den anledningen verkligen börjar finnas till för mig personligen; för språket, liksom medvetandet, uppstår endast ur behovet, nödvändigheten av umgänge med andra människor.¹⁸

Språket emanerar ur tvånget att kommunicera; människan måste ju träda i förbindelse med andra för att framställa sina livsförnödenheter. Språket är ”*oupplösligt* förenat med människans självförverkligande”, skriver Williams.¹⁹ Vi kan alltså inte låta språket föregå människan, lika lite som vi kan låta människan föregå språket eller samhället – teorier om samhällskontrakt förutsätter ju bland annat detta. *Samhället, människan*, hennes *medvetande* och *språket* blir till i samma process; de är delar i samma totalitet. Detta måste vara vägledande för analysen.

Språket kan inte heller reduceras till ett redskap eller ett system som avspeglar verkligheten och ligger fast. Det måste, skriver Williams, betraktas som en *konstitutiv* aktivitet, något som människor aktivt skapar och återskapar. Men det sker genom förhandling – utifrån olika positioner – i en konkret social och materiell verklighet.

Språket kan vi, för att göra tanken lite mera bekant, betrakta som en strukturerad social praktik, det är både möjliggörande och begränsande. Regelsystemet, *la langue*, och praktiken, *la parole*, blir en ganska bra illustration av det som Giddens kallar för *the duality of structure*, strukturens dubbelhet.²⁰ Språkliga handlingar är dels produktion, dels reproduktion, de står både för kontinuitet och förändring, är både socialt formade och formande.

Här tycker jag mig ha funnit en utgångspunkt, som är rimlig genom att vi undviker statiska språkuppfattningar, men vi säger inte heller att allt är relativt. Vi har förankrat det kommunikativa i praxis och därmed i samhället.

På många sätt låter sig det här förenas med tankegångar från den språkligt inriktade diskursanalysen som vi känner den från bland andra Hodge och Kress, Fowler, Fairclough, Ledin, Vagle.²¹ Men vi undviker flera av de krångligheter som brukar uppstå när språklig aktivitet ska kopplas samman med institutioner och strukturer.²²

Låt oss titta på deras gemensamma nämnare: M.A.K Halliday, som med sin funktionella grammatik bröt mot den gängse språkvetenskapens intresse för språket som ett formellt och betydelsetomt system. Halliday ägnade sig istället åt att analysera hur språket skapar mening och hur det faktiskt fungerar när det brukas för *kommunikation*. "We study language", skriver han:

partly in order to understand language and how it works, and partly in order to understand what people do with it. The two questions are closely connected: the way language is organised has been determined, over the million and more years of its evolution, by the functions it is called on to serve. Like any other tool, it is shaped by its purposes. A 'functional' theory of language is a theory that brings this out.²³

Språkets mest grundläggande funktioner är att det *gör något* och *handlar om något*. Det sätter oss i förbindelse med andra människor och det representerar världen. "Like the office memorandum", skriver Halliday, "language is either 'for action' or 'for information'".²⁴

Vidare, menar Halliday i min läsning, bör språket i huvudsak inte studeras isolerat, eftersom det alltid uppträder i kontext. Bara analytiskt, inte i realiteten, kan vi skilja på text och kontext. För texter är inte enbart inbäddade i sociala aktiviteter utan *är* ju på många sätt den sociala aktiviteten. Vad vore en föreläsning utan språk? Text och kontext bär upp och förutsätter varandra.

Det vi traditionellt kallar för kontexten beskriver Halliday som en semiotisk struktur bestående av "field", (verksamhet) "tenor" (deltagare) och "mode" (kommunikationssätt)²⁵, vilka går igen i språkets tre metafunktioner: den ideationella, den interpersonella respektive textuella metafunktionen.²⁶

Den ideationella funktionen syftar på att vi med språket kategoriserar och därmed konstruerar världen. Den interpersonella syftar på att vi med språket sätter oss i förbindelse med andra och därmed upprättar relationer och roller. Den textuella funktionen är av annat slag, den är möjliggörande, och ska kopplas till vår förmåga att realisera de två andra funktionerna.

Sammantaget utgör funktionerna själva grunden i vår verbalspråkliga förmåga, att vi kan: "reflektera över världen, att handla i världen och koda vår reflexion och handling som text".²⁷

När den akademiska läraren föreläser om kommunikationsteori tillhandahåller den ideationella funktionen begreppen som gör kommunikation synligt och möjligt att tänka på, den interpersonella konstituerar språkligt läraren och studenterna i sina respektive roller och upprättar relationen dem emellan, samtidigt som allt detta alltså fordrar en textuell funktion.

Föreläsningen är en strukturerad social aktivitet – som naturligtvis förutsätter existensen av en akademisk institution – men föreläsningen är samtidigt en av de många aktiviteter som återskapar institutionen.

Situationen är inte statisk; den rymmer både kontinuitet och förändring. Det pågår en förhandling både om vad kommunikationsteorin ska innehålla – vi kan kalla det en ideationell förhandling – och en interpersonell förhandling om hur rollerna och relationerna mellan akademisk lärare och student ska se ut. Föreläsningen är, kort sagt, en språklig social praktik som både reproducerar och omformar institutionen.²⁸

Jag ska inte fortsätta att utveckla det betydande teoretiska fält som den språkligt inriktade diskursanalysen har blivit, inte heller beskriva den sofistikerade textanalytiska apparat som den tillhandahåller. Men om Hallidays tankar förenas med Williams, kommer man dels ifrån det statiska och odialektiska i den funktionella grammatiken, och framförallt får man ett enkelt sätt att visa på hur "reality is produced, maintained, repaired and transformed".²⁹ Vi har förankrat det kommunikativa i praxis och därmed i samhället. Här finns fundamentet i min medie- och kommunikationsvetenskap (som alltså inte enbart är en medievetenskap).

Ekonomi: diskursiv och ekonomisk praktik

I mitt avhandlingsarbete undersöker jag journalistiken om ekonomi som under de senaste tio åren blivit så påtaglig i svenska och internationella medier. Jag har av den anledningen haft skäl att reflektera en del över hur ekonomibegreppet som sådant, och senare den ekonomiska diskursen, förhåller sig till praxis.

Analysen har bland annat bedrivits utifrån sociologen Karl Polanyis 'minor classic', *Den stora omdaning*.³⁰ Polanyi talar om, här förenklar vi lite, tre faser i den ekonomiska historien: (I) det traditionella marknads-samhället (II) det renodlade marknadssamhället och (III) det reglerade samhället.³¹

Den första fasen beskriver tiden före kapitalismen och den industriella revolutionen, och denna har en väsentligen *inbäddad* ekonomi. I nästa fas har det skapats en självständig ekonomisk sfär med marknader för kapital, arbete och jord, och här är ekonomin *urbäddad*. Polanyi hävdar att inget samhälle egentligen tål en urbäddad ekonomi; när samhället blir ett bihang till marknaden, skapas så orimliga villkor att till sist hotas både dess egen och hela samhällets fortlevnad. Därför kommer mot slutet av 1800-talet och början av 1900-talet ekonomin i den tredje fasen att *återinbäddas* – detta på initiativ av både sociala rörelser och arbetsgivare.

Hur förhåller sig ekonomibegreppet till dessa omvälvningar? Låt oss börja med att gå bakåt till förhistorisk tid och jägar- och samlarsamhällena. Här saknas ekonomibegrepp helt, liksom för övrigt ord för arbete, efter-

som ekonomin är inbäddad. Produktion, distribution och konsumtion av nyttigheter uppfattas över huvud taget inte som ekonomisk verksamhet, utan som utövande av sociala relationer – i vissa samhällen som det gamla Egypten till och med som religion – och därför utvecklas ingen vokabulär om den.

I ett förhistorisk sammanhang vore det över huvud taget svårt att införa ett ord som ekonomi i det gängse språkbruket. Språksamfundet skulle inte finna det meningsfullt – eller för att låna uttryck från Johan Asplund – ordet ekonomi skulle inte skapa *intelligibilitet* och mötas med *bifall*.³² För att ord ska accepteras måste de ju organisera erfarenhet på ett meningsfullt sätt.

Detta betyder naturligtvis inte att språkliga konventioner alltid skapas i en anda av allmän konsensus, varken i tidigare eller samtida samhällen. De diskursiva resurserna, möjligheter att föreslå betydelser, måste i likhet med andra tillgångar alltid kopplas till strukturer och sociala positioner.

Det är ganska uppenbart att abstrakta ord som ekonomi först kan bildas i mera tydligt arbetsdelade samhällen, inte minst för att somliga där kan specialisera sig på att reflektera. Man förvånas knappast över att ekonomibegreppets ursprung står att finna i det antika Grekland. *Oikonomia* är en sammansättning av *oikos* (hus) och *nomos* (lag), vilket på svenska blir ungefär *huslag*³³ eller *hushållsförvaltning*³⁴. Ekonomi betydde vid den här tiden nämligen inte bara hushållning med resurser i konkret mening, i ett mer eller mindre självförsörjande gods eller jordbruk, det hade också med hur husfadern skulle styra och leda sina underställda – kvinnorna, barnen och slavarerna – att göra.

Denna ekonomins dubbla innebörd av hushållning och förvaltning kom att dominera i det traditionella marknadssamhället och leva kvar länge. Ännu för Adam Smiths lärare, Francis Hutcheson, innefattade ekonomi förutom hushållning saker som äktenskap och skilsmässa, barns och föräldrars skyldigheter, och tjänstefolks och herrskaps relationer.³⁵

Under feodala förhållanden med svagt utvecklad penningekonomi är det alltså det stora hushållet med patriarken i toppen, som blir tankefiguren som kan ge mening åt ekonomibegreppet.³⁶ Detta är påtagligt också i den tidiga svenska ekonomiska litteraturen, där är jordbrukshushållet eller snarare godset den givna ekonomiska enheten. Nationen betraktades mer eller mindre som kungens hushåll.³⁷

1700-talet brukar vara den tid som industrialismens och kapitalismens barndom förläggs till. Detta är naturligtvis en förenkling. Men vi kan säga att resultaten av en lång förändringsprocess då börjar bli tydligare, framförallt i England och Skottland. Polanyi beskriver kapitalismens och det renodlade marknadssamhällets uppkomst som en *urbäddningsprocess*. Ekonomin frikopplas nu från det sociala och blir ett autonomt system. Det skapas marknader för arbete, jord och kapital. Urbäddningen skedde inte smärtfritt, detta är Polanyi noggrann med att betona. Resoluta politiska åtgärder krävdes för att förändra ekonomin. Man var till exempel tvungen att av-

skaffa understödet till fattiga för att få människor att uppträda som arbetskraft och bli lönearbetare i fabriker.

I det här sammanhanget börjar Adam Smith omforma ekonomibegreppet och den ekonomiska diskursen. Tanken på en självreglerande marknad börjar ta form. Det är hos Smith vi för första gången hittar en sammanhållen teori som till stor del bygger på antagandet om den *ekonomiska människan*, den *osynliga handen* och *laissez-faire*. Det är genom arbete välstånd skapas, menar Smith, och det är naturligt att människor vill förbättra sin ställning. Låter man bara var och en bejaka detta kommer alla motstridiga viljor balansera varandra och harmoni uppstår snarare än konflikter. Staten, det vill säga kungamakten, ska inte hindra detta, utan understödja en sådan utveckling.³⁸

Den ekonomivetenskap Smith grundlägger är, som Göran Therborn påpekat, inte tillfällig, utan intimt förbunden med uppkomsten av en ny ekonomisk praktik, det vill säga med själva urbäddningsprocessen: "The rise of economics was directly related to the rise of a new type of economy."³⁹

Smiths verksamhet är en del av ett aktivt omformande av det traditionella marknadssamhället till ett renodlat marknadssamhälle, en del av den intellektuella – kommunikativa – kampen mot den rådande samhällsordningen.

"Ekonomisk praxis och motkulturell kamp flätas ihop", sammanfattar Billy Ehn och Orvar Löfgren i sin analys av det borgerliga kulturbyggets roll i moderniseringsprocessen.⁴⁰

Med ett överförenklat historiematerialistiskt resonemang skulle man kunna säga att det var den allt ökande handeln som omdanade samhällets bas – en kvantitativ förändring övergick i en kvalitativ – och därmed kom överbyggnaden, tankelivet, kulturen, lagarna, vetenskapen att förändras. Ett likaså förenklat idealistiskt resonemang, skulle ge vid handen att det är Smith och hans gelikars idéer som omformar samhället i riktning mot marknadsekonomi.

Båda ståndpunkterna är förstås orimliga. Relationen mellan ekonomisk praktik och ekonomisk teori, eller relationen mellan diskurs och praxis, måste förstås dialektiskt. Båda är lika nödvändiga för urbäddningsprocessen.

Egentligen hade redan Aristoteles förändrat ekonomibegreppet i modernare riktning. Det antika samhället hade parallellt med jordbruksökonomi också, om än svagt utvecklad, en penningekonomi. Aristoteles skilde därför på varors bruksvärde och bytesvärde. Men distinktionen kom inte att få någon vare sig teoretisk betydelse förrän Adam Smith börjar beskriva den så kallade värdeparadoxen.⁴¹ Återigen ser vi hur ord och praxis hänger samman.

Det här är inte platsen att följa förändringen fram till våra dagar, och visa hur det renodlade marknadssamhällets urbäddade ekonomi hamnade i kris, och att ekonomin återinbäddas sedan sociala rörelser liksom arbetsgivare ställt krav på regleringar – vilket dessutom understöddes av den keynesianska revolutionen som ju på flera sätt förändrade grunderna i det klassiska ekonomiska tänkandet.

Det här är heller inte platsen att visa hur det under 1970-, men framförallt 1980- och 1990-talet, sker en ny urbäddning – och här tas det klassiska tänkandet åter i bruk – när förutsättningarna för välfärdsstaternas konsensuspolitik brutits.

Marknaden har i våra dagar blivit en dominerande tankefigurer långt utanför den ekonomiska sfären. Den är inte bara en teoretisk idealtyp, utan uppfattas som ideal, förebildlig för snart sagt all slags verksamheter.⁴²

Vad medierna har haft för betydelse och förhållande till den här processen i våra dagar försöker jag analysera i min avhandling.

• • •

Det är inte min avsikt att hävda att MKV ska börja bedriva idéhistorisk analys, inte ens i en Williamsk (eller Asplundsk) anda. Jag vill bara visa på ett som jag ser det enkelt och intressant sätt att teoretiskt hantera den sociala produktionen av mening; hur verkligheten genom kommunikation produceras, upprätthålls, repareras och omvandlas.

Analysen måste naturligtvis utvecklas. Det räcker inte med att bara tala om en allmän kulturell och samhällslig förändring där "bas" och "överbyggnad" står i ett dialektiskt förhållande till varandra. Vi måste också ha en preciserad samhällsteoretisk utgångspunkt, och framförallt mera exakt visa hur produktionen av mening går till i olika institutioner eller hur den ingår som en aspekt i olika sociala praktiker.

Medieinstitutionen är naturligtvis central, inte minst i det sammanhang som ovan beskrivits. Men detta märks knappast alls i Polanyis, liksom i de flesta sociologers analyser. Medierna är nämligen inte bara ett resultat av urbäddningsprocessen, utan är en i allra högsta grad *medkonstituerande* institution. Den har därtill en dubbel karaktär, som John B. Thompson påpekat⁴³, och har därigenom *både* ekonomisk och kulturell betydelse för processen.

Polanyi uppmärksammar inte att de tidiga tryckeri- och förläggarorganisationerna, vilket Eriksen och många med honom understrukt, var "bland de första att organisera rationella, kapitalistiska företag med kontakter över internationella handelsvägar, agenter, underleverantörer, kreditförsäljning, betalning mot check, korrespondenter och depositioner."⁴⁴ Nyhetsbladen från Venedig och Augsburg, liksom senare böcker och tidningar, tillhör ju de tidigaste industriellt framställda produkterna att säljas på en konsumtionsmarknad.⁴⁵ Pressen fick vidare direkta konsekvenser för handeln och urbäddningen genom att tidigt bli ett annonsmedium⁴⁶ och kom härigenom att upphäva den lokala marknadens rumsliga begränsning vilket påverkade den för kapitalismen så centrala fria prisbildningen.

Nyhetsförmedlingen som ursprungligen emanerat ur handelns informationsbehov, har förstås också varit central för att förändra människors medvetanden. Här har väsentliga delar av det kulturella förarbetet bedrivits. Wayne Parsons, exempelvis, har tittat på finanspressens betydelse för sprid-

ningen av ekonomiska idéer, och han visar att nästan alla betydande ekonomer, från Smith och Ricardo till Galbraith och Friedman, har varit verk samma i pressen. De har därigenom kunnat påverka journalister, allmänheten, politiken, företagen och dessutom det akademiska samhället.⁴⁷ Expertsystemen, kunde vi säga, har varit beroende av medierna för att få verklig betydelse.

Allt det här är mer eller mindre allmängods inom medieforskningen. Men kunskaperna måste vi bli bättre på att ta de samhällsteoretiska konsekvenserna av, och visa andra discipliner att betydande delar av den samhällsvetenskapliga diskussionen kan modifieras och föras utefter nya linjer.

Noter

1. Fornäs mfl red. 1987.
2. Jfr Thompson 2002.
3. Carlsson red. 1993, Carlsson red. 1994 respektive Hadenius och Weibull 1993.
4. Thompson 2002 s 12.
5. Brante, Andersen, Korsnes red. 1997 s 132.
6. Giddens 2001.
7. Se Angelöw och Johnsson 1990. Johansson 2001 däremot utgör ett litet undantag.
8. Thompson 2002 s 11.
9. Uttrycket, dominerande paradigm, använder McQuail 1994. Numera är det kanske inte rimligt att se den nordamerikanska traditionen som dominerande. "Alternativa paradigm" som cultural studies, har ju en minst lika stark ställning internationellt – samtidigt som olika traditioner på ett påtagligt sett tar intryck av varandra och gränser suddas ut.
10. Shannon och Weaver 1949.
11. Man kan naturligtvis fråga sig varför filosofin inte konsulterades, Wittgenstein, Austin och Quine mfl presenterar ju kommunikationsteorier i det att de försöker reda ut hur människor skapar och utbyter mening med hjälp av naturliga språk.
12. Jfr Norrby 1996.
13. Exemplet är taget ur Svensson 1993 s 126 men inte för att på något sätt förringa hans imponerande forskargärning. Om Svensson 1993 kunde man säga att han i studien ställer MKV-frågor, men använder den traditionella språkvetenskapens analysverktyg och gör en lexikogrammatisk beskrivning av det offentliga språket. Men begreppsapparaten, vilket Svensson också säger, är inte helt lämpad för att komma åt kvalitativa betydelseförändringar i den politiska offentligheten och nyhetsspråket. I senare studier av Svensson sker en utveckling mot diskursanalysens i sammanhanget mera adekvata språkteori.
14. Turner 1992 s 14.
15. Carey 1975/1989 s 23.
16. Detta är på intet sätt en nödvändig följd av exempelvis Fredric Jamesons tankar, jfr Anderson 1998.
17. Williams har tagit starka intryck av Vološinovs epokgörande arbete: *Marxism and the Philosophy of Language*. Om den boken hade lästs lite noggrannare och oftare, tror jag att den språkliga vändningen inom ämnesområdet fått en annorlunda karaktär.
18. Marx och Engels ur Williams 1977/80 s 28.
19. Williams 1977/80 s 28.
20. Giddens 1984.
21. Hodge och Kress 1993, Fowler 1991, Fairclough 1995, Ledin 1995, Vagle 1995.

22. Se till exempel Fairclough 1992 respektive 1995 som har uppenbara svårigheter att analysera relationen mellan kommunikativ praktik och institutioner och strukturer.
23. Halliday och Hasan, 1989 s 44.
24. a.a s 44.
25. Den relativt fria översättningen är hämtad från Hellspong och Ledin 1997.
26. Halliday 1996.
27. Hellspong och Ledin 1997 s 258.
28. Naturligtvis kan och bör språkliga förhandlingar av det här slaget analyseras som maktrelationer. Institutionen har stor makt över ämnet och relationerna, men inte oinskränkt; i det samtida universitetet reses ofta krav på både popularisering av ämnet och informallisering av undervisningen, vilket naturligtvis ger strukturella återverkningar.
29. Carey 1975/1989 s 23.
30. Polanyi 1944/89.
31. Se Gunnar Olofssons förord till Polanyi a.a s vii.
32. Asplund 1970.
33. Therborn 1974 s 63.
34. Dahlkvist 1984 s vi f.
35. Therborn 1974.
36. Begreppet tankefigur är hämtat från Asplund 1979.
37. Lönnroth 1993 kapitel I.
38. Hirschman 1997 visar att idén om den självreglerande marknaden och den osynliga handen i själva verket går tillbaka på en äldre tankefigur som i en religiös föreställningsvärld handlade om hur motstridiga passioner och lustar kunde balansera varandra. Med Smith ersätts passionerna av egenintresset i utilitarismens tappning.
39. Therborn 1974 s 59.
40. Ehn och Löfgren, 1982 s 71.
41. Se Pålsson Syll 1998.
42. Se tex Hugemark 1994 för en utmärkt analys av den etablerade ekonomivetenskapens effektivitetsuppfattning.
43. Thompson 2002 s 75.
44. Eriksen 1989 s 116.
45. Se till exempel Briggs och Burke 2002 s 54 ff.
46. a.a s 55.
47. Parsons 1989.

Referenser

- Ahrne, Göran; Roman, Christine; Franzén, Mats (1996) *Det sociala landskapet. En sociologisk beskrivning av Sverige från 50-tal till 90-tal*. Göteborg: Korpen.
- Andersson, Per-Olof (2001) *Den kalejdoskopiska offentligheten. Lokal press, vårdemonster och det offentliga samtalets villkor 1880-1910*. Växjö University Press.
- Angelöw, Bosse; Johnson, Thom (1990) *Introduktion till socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Anderson, Perry (1998) *The Origins of Postmodernity*. London: Verso.
- Asplund, Johan (1970) *Om undran inför sambället*. Uppsala: Argos.
- Asplund, Johan (1979) *Teorier om framtiden*. Stockholm: LiberFörlag.
- Berelson, Bernard (1952/71) *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner.
- Bolin, Göran (1998) *Filmbytare. Videoväld, kulturell produktion och unga män*. Umeå: Boréa.
- Brante, Thomas; Andersen, Heine; Korsnes, Olav (red.) (1997) *Sociologiskt lexikon*. Stockholm: Universitetsförlaget.
- Briggs, Asa; Burke, Peter (2002) *A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press.

- Carey, James W (1975/1989) 'A Cultural Approach to Communication'. *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York: Routledge.
- Carlsson, Ulla (red.) (1993) *MedieSverige. Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Carlsson, Ulla (red.) (1994) *Kommunikationens korsningar*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Dahlkvist, Mats (1984) 'Jürgen Habermas teori om privat och offentligt'. Förord till Habermas, Jürgen: *Borgerlig offentlighet*. Lund: Arkiv.
- Ehn, Billy; Löfgren, Orvar (1982) *Kulturanalys. Ett etnologiskt perspektiv*. Stockholm: LiberFörlag.
- Fairclough, Norman (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, Norman (1995) *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fornäs, Johan; Lindberg, Ulf; Sernhede, Ove (1987) *Ungdomskultur. identitet och motstånd*. Lund: Symposion.
- Fowler, Roger (1991) *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony (2001) *Sociology*. Oxford: Polity Press
- Giddens, Anthony (1984) *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Hadenius, Stig; Weibull, Lennart (1993) *Massmedier. En bok om press, radio och TV*. Stockholm: Bonniers.
- Halliday, M.A.K. & Hasan, Ruqaiya (1989) *Language, Context, and Text. Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Halliday, M.A.K (1996) 'Language as Social Semiotic', in Cobley (ed.) *The Communication Theory Reader*. London: Routledge.
- Hellspong, Lennart; Ledin, Per (1997) *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Hirschman, Albert O. (1996) *The Passions and the Interests. Political Arguments for Capitalism before Its Triumph*. Princetown, NJ: Princeton University Press
- Hodge, Roger; Kress, Gunther (1992) *Language as Ideology*. London: Routledge
- Hugemark, Agneta (1994) *Den fängslade marknaden. Ekonomiska experter om välfärdsstaten*. Lund: Arkiv Förlag.
- Johansson, Bengt (1998) *Nybeter mitt ibland oss. Kommunal nybeter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Göteborg: Göteborgs universitet, JMG.
- Johansson, Thomas (2001) *Socialpsykologi. Subjektivitet, överskridande och förändring*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsson, Bengt (2001) *Bankkrisen, medierna och politiken. Offentliga tolkningar och reaktioner på 90-talets bankkris*. Göteborg: Göteborgs universitet, Sociologiska institutionen (Göteborg Studies in Sociology).
- Ledin, Per (1995) *Arbetarnes är denna tidning. Textförändringar i den tidiga socialdemokratiska pressen*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International
- McQuail, Denis (1994) *Mass Communication Theory. An Introduction*. London: Sage
- Norrby, Catrin (1996) *Samtalsanalys. Så gör vi när vi talar med varandra*. Lund: Studentlitteratur.
- Parsons, Wayne (1989) *The Power of the Financial Press. Journalism and Economic Opinion in Britain and America*. Aldershot: Elgar.
- Polanyi, Karl (1944/1989) *Den stora omdaning. Marknadsekonomins uppgång och fall*. Lund: Arkiv Förlag.
- Pålsson Syll, Lars (1998) *De ekonomiska teoriernas historia*. Lund: Studentlitteratur.
- Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949) *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- Svensson, Jan (1993) *Språk och offentlighet. Om språkbruksförändringar i den politiska offentligheten*. Lund University Press.
- Therborn, Göran (1976) *Science, Class and Society. On the Formation of Sociology and Historical Materialism*. London: NLB.

- Thompson, John B. (2002) *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Daidalos.
- Trondman, Mats (1984) *Normativ informationsteknik. Från prostituerad till autonom information*. Lund: Dialogos
- Turner, Graeme (1992) *British Cultural Studies. An Introduction*. New York: Routledge.
- Vagle, W (1995) 'Kritisk Tekstanalyse'. Svennevig, J Sandvik, M & Vagle, W, *Tilnærminger til tekst. Modeller for språklig tekstanalyse*. Landslaget for norskundervisning (LNU), Oslo: Cappelen Akademisk forlag.
- Vološinov, V.N. (1929/1986) *Marxism and the philosophy of language*. Harvard University Press.
- Wiio, Osmo (1983) *Kommunikation – vad är det? Grundbok om information, språk och massmedier*. Stockholm: Natur och kultur.
- Williams, Raymond (1980) *Marx och kulturen. En diskussion kring marxistisk kultur- och litteraturteori*. Stockholm: Bonniers.
- Windahl, McQuail (1979) *Kommunikationsmodeller*. Lund: Studentlitteratur

Författarna

Göran Bolin, docent, högskolelektor, MKV, Södertörns högskola,
goran.bolin@sh.se

Ulla Carlsson, docent, institutionschef, Nordicom, Göteborgs
universitet, ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Peter Esaiasson, professor, Statsvetenskapliga institutionen,
Göteborgs universitet, peter.esaiasson@pol.gu.se

Jesper Falkheimer, doktorand, MKV, Sociologiska institutionen,
Lunds universitet, jesper.falkheimer@soc.lu.se

Erik Hedling, professor, Litteraturvetenskapliga institutionen,
Lunds universitet, erik.hedling@litt.lu.se

Birgitta Höjer, professor, MKV, Humanistiska institutionen,
Örebro universitet, birgitta.hojer@hum.oru.se

André Jansson, fil. dr., högskolelektor, Konst, kultur och
kommunikation, Malmö högskola, andre.jansson@k3.mah.se

Anna Maria Jönsson, doktorand, Institutionen för journalistik
och masskommunikation, Göteborgs universitet,
annamaria.jonsson@jmg.gu.se

Madeleine Kleberg, docent, universitetslektor, Institutionen för
journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet,
kleberg@jmk.su.se

Amanda Lagerkvist, doktorand, Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation, Stockholms universitet,
lagerkvist@jmk.su.se

Annika Sjölander, doktorand, Institutionen för kultur och
medier, Umeå universitet, annika.sjolander@kultmed.umu.se

Sverker Sörlin, professor, Institutionen för historiska studier,
Umeå universitet; direktör, SISTER – Institutet för studier av
utbildning och forskning, Stockholm, sverker@sister.nu

Dino Viscovi, doktorand, Institutionen för journalistik och
masskommunikation, Göteborgs universitet; universitets-
adjunkt, MKV, Institutionen för samhällsvetenskap, Växjö
universitet, dino.viscovi@svi.vxu.se

Lennart Weibull, professor, Institutionen för journalistik och
masskommunikation, Göteborgs universitet,
lennart.weibull@jmg.gu.se

Malin Åkerström, professor, Sociologiska institutionen, Lunds
universitet, malin.akerstrom@soc.lu.se



NORDICOM

Nordic Information Centre for Media and Communication Research

Göteborg University

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sweden

Telephone +46 31 773 10 00

Fax +46 31 773 46 55

E-mail: nordicom@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se

ISSN 0349-1242

ISBN 91-89471-17-2



NORDICOM
är en institution inom
Nordiska Ministerrådet



GÖTEBORGS
UNIVERSITET