

Recensioner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

**Ragnar Waldahl, Michael Bruun Andersen
& Helge Rønning:**

TV-nyhetenes verden

Oslo, Universitetsforlaget AS, 2009, 224 s., ISBN 978-82-15-01364-0

TV-nyheterna är en central institution i det samtida samhället. Nyheterna har varit en självklar del av programutbudet i TV och har haft en given plats på bästa sändningstid under det drygt halva sekel som TV:n funnits där som en viktig del av våra vardagsliv. Nyheterna har varit viktiga för public service och för journalistikens identitet; de har definierat ”dagens nyheter” och den politiska agendan. Nyhetsprogrammets format har förändrats, men viktiga komponenter har också levt kvar över tid: nyhetsankaret i studion; mixen av direktsänd nyhetsuppläsning och filmade/bandade inslag; intervjuer i olika former; den avslutande väderleksrapporten etc.

Denna centrala position gör det särskilt relevant att studera hur TV-nyheterna nu förändras i en tid av teknologisk utveckling och konvergens; förändrade villkor för journalistik och nyhetsproduktion; tilltagande konkurrens och kommersialisering etc. I boken TV-nyhetenes verden presenteras en sådan studie. Boken följer upp en tidigare studie, *Nyheter först och främst*, publicerad 2002. Det empiriska materialet hämtas från studier av nyheterna i NRK och TV 2 från 1993 till 2007. Med studiens komparativa upplägg utnyttjar författarna möjligheten att undersöka hur TV-nyheterna förändrats i den nya konkurrenssituation som skapades med TV2.

TV-nyheterna studeras ur ett brett perspektiv som inbegriper publiceringsformer, programformat, sättet att kommunicera med tittarna, de journalistiska arbetssätten, sändningarnas komposition och nyheternas innehåll på ett flertal områden. Inledningsvis diskuteras förhållanden som påverkat TV-nyheterna. Det gäller t ex huvudsändningarnas roll i relation till andra publiceringsformer och omställningen till nyhetssändningar dygnet runt. Konkurrensen mel-

lan mediebolagen behandlas men också t ex CNN:s roll som trendsättare. Bloggverksamheten beskrivs som en av orsakerna till att den professionella journalistiska kulturen ”har mistet selvtilliten” och att journalistiken översvämmas av ”amateurism og saerintressen” (s 15).

I bokens kapitel presenteras många viktiga iakttagelser och resultat av de studier som genomförts. Jag ger några exempel. I analyser av TV-nyheternas form konstateras att så kallade ”stand ups” och dialoger mellan nyhetsankare och nyhetsreportrar har blivit vanligare i nyhetsrapporteringen. Reportrarna har blivit mer synliga och deras roll som uttolkare och experter har förstärkts. I kapitel om nyheternas innehåll visas att konkurrensen från TV2 knappast lett till betydande förändringar av innehållet i NRK:s nyheter. De två kanalerna täcker i huvudsak samma händelser och mångfalden har knappast ökat. I ett annat kapitel visar de att kvinnor är fortsatt kraftigt underrepresenterade i nyhetsintervjuer. Sedan början av 1990-talet och fram till 2007 har kvinnornas utrymme i nyheterna legat på en konstant låg nivå trots att kvinnor, som författarna påpekar, tillkämpat sig mer framträdande positioner på många områden i samhället (s 124). I andra kapitel beskrivs politiska nyheter, utrikesnyheter, kriminalnyheter och sportnyheter. I ett avslutande kapitel diskuteras TV-nyheternas framtid. Här diskuteras t ex utmaningen som TV står för då det gäller att behålla tittare i en situation med konkurrens från nya plattformar, samt de etiska och demokratiska aspekterna på vad de beskriver som framväxten av en populistisk ”citizen journalism”. Här ställer de också frågan om inte de alltmer vanliga studointervjuerna inneburit att den kritiska journalistiken minskat. De tycker sig se att

intervjuobjekten vanligtvis behandlas mycket vänligt. Jämförelsen mellan NRK och TV2 landar i slutsatsen att nyhetsutbudet präglats av vissa variationer men inom gemensamma ramar och en gemensam journalistisk kultur.

TV-nyhetenes verden är ett värdefullt bidrag inte minst som en översiktlig beskrivning av norska TV-nyheter. Men det breda greppet gör den samtidigt bitvis ytlig. Boken innehåller en ambitiös presentation av tidigare forskning. Här saknas förvisso referenser till vissa viktiga studier under senare år (t ex Montgomerys ”The Discourse of Broadcast News”), men mer begränsande är att forskningsöversikten inte leder fram till tydliga frågeställningar, teoretiska preciseringar och analytiska avgränsningar. Detta blir ett problem i flera av de delstudier som presenteras i boken där kopplingarna till den internationella forskningen blir svaga och de teoretiska perspektiven oklara. Jag ger några exempel.

I kapitel fyra slås fast att ”medierad kommunikation” till skillnad från mellanmänsklig kommunikation är ”principiellt monologisk”. Detta är inte bara ett alltför generellt påstående utan stämmer också dåligt med mycket forskning om TV (t ex Scannell 1996 och Hutchby 2006). Det blir också oklart i relation till andra argument i boken som snarare lyfter fram TV-nyheternas dialogiska aspekter (t ex s 39, 90). I boken görs intressanta iakttagelser gällande hur nyhetsankaret talar till publiken, hur den nya teknologin används i de dialoger som skapas och hur nyhetsproduktionen orienteras mot det som i forskningen ofta beskrivs med begreppet *liveness*. En tydligare koppling till aktuell forskning hade ökat analysernas kvalitet avseende TV-nyheternas förändrade former och sätt att kommunicera med tittarna.

Intervjuns centrala roll i TV-nyheterna uppmärksammas. Men även här blir de analytiska och begreppsliga oklarheterna ett problem. I ett kapitel studeras längden på soundbites för att kunna dra

slutsatser om hur långa yttranden olika grupper får göra i nyheterna. Definitionen av soundbite är oklar. Det sägs att soundbite är den tid en person får prata utan att bli avbruten. Men man skiljer inte tydligt på yttranden som avbryts i intervjusituationer och yttranden som klipps ner i redigeringen av bandade inslagen. Man spekulerar om varför vissa grupper får prata längre utan att redovisa tydliga analyser av avbrott. Vad som utmärker ett avbrott definieras inte heller. Kopplingar till aktuell forskning saknas.

Det råder ingen tvekan om att denna bok ger oss information om väsentliga aspekter av TV-nyheternas utveckling i Norge (en utveckling som i många avseende skett parallellt i andra länder). Men i boken blandas systematiska analyser med ganska ytliga beskrivningar och analyser med bristande precision och svag förankring i aktuell forskning. Detta gör att bokens bidrag till pågående forskning begränsas. Det blir oklart vilka ambitioner och vilken målgrupp boken egentligen har. Är den skriven för undervisning, för en intresserad allmänhet och yrkesverksamma journalister, eller för forskarsamhället? Boken kan definitivt vara värdefull för olika målgrupper, men risken med att göra både och är att det istället blir varken eller.

Mats Ekström

*Medie- och kommunikationsvetenskap
Örebro Universitet*

Referenser

- Hutchby, Ian (2006) *Media Talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. Berkshire: Open University Press.
- Montgomery, Martin (2008) ‘The discourse of the broadcast news’, *Journalism Studies*, 9(2), pp. 260-277.
- Scannell, Paddy (1996) *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.

Ib Bondebjerg:
Virkelighedens fortællinger
 – Den danske tv-dokumentarismes historie
Fredriksberg, Forlaget Samfundslitteratur, 2008, 565 s.,
ISBN 978-87-593-1321-3

Det er et nasjonalt øye Ib Bondebjerg diskuterer og analyserer i boken *Virkelighedens fortællinger – Den danske tv-dokumentarismes historie*. Det nasjonale er ikke bare rammen om bokens innhold, men det antydes allerede på bokens første side at utgangspunktet for prosjektet nærmest var en nasjonal mangel eller brist. Ikke bare er det forsket for lite både på film- og tv-dokumentarisme i Danmark, skriver Bondebjerg i forordet, men han fortsetter: ”Men vi har ikke som nordmændene og svenskerne en samlet historisk fremstilling” (s. 7). Dette vil Bondebjerg bøte på, og han har dermed skrevet en større samlet historisk framstilling av den danske tv-dokumentarismen.

Virkelighedens fortællinger er en stor og ambisiøs bok. Den er betydelig mer omfattende enn de norske og svenske framstillingene til Diesen og Furhammar, og Bondebjerg ser tv-dokumentarismen fra en rekke vinkler som overlapper på en god måte. Samlet gir de et rikt og grundig bilde av fjernsynets virkelighetsbilder. Bondebjerg skriver godt, er svært grundig, men har også falt for fristelsen å inkludere materiale som i seg selv er utmerket, men som ikke alltid virkelig inkorporeres i selve det historiske prosjektet. Dette gir boken en noe stiv og omstendelig karakter, som kan dempe den begeistrede grundighet og nyanserike framstilling som boken også rommer.

Bondebjerg presenterer dansk tv-dokumentar fra 1951 til 2007. Denne periodens omfattende materiale av sendinger analyseres gjennom tre hovedperspektiv. Det første er et institusjonelt perspektiv, hvor historien om tv-kulturens organisatoriske utvikling skisseres. Dette er de rammene som har hatt avgjørende betydning for utviklingen av tv-dokumentaren. Spesielt i bokens siste deler, som diskuterer situasjonen etter kanalkonkurransen i 1988, er dette helt avgjørende for analysen, men også monopoltidens sendinger knyttes på en god måte til institusjonelle og organisatoriske faktorer.

Det andre hovedperspektivet er et sosial- og kulturhistorisk perspektiv, der utviklingen av det danske samfunnet benyttes for å gi perspektiv på de dokumentarer som har blitt laget. Dette er også et sentralt og viktig perspektiv, der ikke minst dokumentarene selv bidrar til å skape forestillingen om det nasjonale. Virkelighetsbildenes nasjonale og kulturelle identitet kan kun diskuteres på bakgrunn av sosialhistorien, som de selv har satt noen klare spor i. Spesielt i mo-

nopolperioden bidrar den danske tv-dokumentarismen til å skape selve det nasjonale rommet. Om dette skriver Bondebjerg bl.a: ”Derved var tv-mediet ikke bare en slags etnologisk, regional seismograf, der bragte bilder fra de regionale hjørner. Tv bidrog også til selve konstruksjonen af bevidstheden om det nasjonale fællesskab” (s. 198).

Det tredje hovedperspektivet er genreorientert. Tv-dokumentarismens estetikk, stil og ulike former diskuterer i lys av det han peker på som dokumentarismens fire fundamentale hovedtyper: den autoritative dokumentar, den observerende dokumentar, den dramatiserte dokumentar og den poetisk-refleksive dokumentar. Disse hovedtypene er gode innganger til å diskutere det vell av sendinger som er bokens materiale, men dette peker også på at Bondebjergs ambisjoner er større enn å skrive tv-dokumentarismens historie.

Ser man Bondebjergs bok kun som en historieframstilling framstår den som svært fortung. Den første delen av boken, som er på godt over hundre sider, er en meget grundig og ambisiøs diskusjon av ulike teoretiske perspektiver på tv-dokumentarismen. Her ser Bondebjerg ikke bare nærmere på den kompliserte relasjonen mellom filmens og fjernsynets dokumentarproduksjon, men også på tv-dokumentarismens mediehistoriske inspirasjonskilder, dokumentarismens sosiologi samt dets genreteoretiske landskap. Bokens første del ender dermed med det Bondebjerg karakteriserer som en ny genre teori for dokumentarismen.

Denne første delen framstår langt på vei som en bok i boken. Spesielt diskusjonene av det genre teoretiske landskapet er preget av en befriende balansert common sense, der de fleste store dokumentarfilmteoretikere trekkes inn i en kompleks diskusjon. Bondebjerg viser her klar skepsis til mange av de sentrale teoretikernes arbeide, og spesielt Bill Nichols, men trekker fram arbeidene til John Corner og Carl Plantinga i sitt forsøk på å trekke opp en ny genre teori. I disse diskusjonene er Bondebjerg svært grundig, og selv om resultatet er meget godt, og Bondebjerg også senere har en meget god og velutviklet sans for kategoriseringer som er brukbare på sitt materiale, får man av og til følelsen av at alt det som står i del 1 ikke er riktig nødvendig for den kommende historiefremstillingen. Mange av de perspektivene som

finnes i del 1 blir ikke aktualisert i de påfølgende delene av boken. Det gjør boken noe uformelig som historiefremstilling, men lest for seg selv er bokens første del utmerket. Som enhetlig bok svekkes dermed historiefremstillingen av den store innledende første del, men dette gjør selvsagt at den lettere kan brukes som pensumlitteratur på ulike kurs om både film- og tv-dokumentarisme. Et hovedperspektiv følges imidlertid opp gjennom hele boken, både implisitt og eksplisitt, og det er dokumentarismens pendelende bevegelse mellom kreativitet og autentisitet, som også framstilles på en grundig og god måte av Bondebjerg.

Etter den store grundige teoretisk-historiske innledningen, er bokens historiske framstilling organisert i tre deler. Den første delen er årene mellom 1951 og 1964, som Bondebjerg benevner som den danske tv-dokumentarismens pionertid. Den neste delen skildrer monopoltidens klassiske public service-kultur fra 1964 til 1988. Den tredje og siste delen skildrer så overgangen fra klassisk dokumentarisme til reality-tv, i kanalkonkurransens tid etter 1988. I disse tre delene står selve fjernsynsprogrammene i sentrum, og de analyseres og presenteres gjennom et institusjonelt, et sosial- og kulturhistorisk og et genreperspektiv.

Det mest fascinerende og interessante med bokens historiske hoveddel er å følge noen hovedgenerer, som har utviklet seg gjennom de skisserte periodene. Flere sentrale gener i tv-dokumentarisme behandles dermed meget grundig. Spesielt portrettdokumentaren er løftet fram på en god måte, og dermed diskuteres ikke bare hvem som til enhver tid blir portrettert av fjernsynets dokumentarister, men også de institusjonelle, historiske og genremessige rammene for disse portrettene. Dermed kan Bondebjergs bok også med hell leses av de som ikke bare er interessert i dansk tv-dokumentarismes historie og utvikling, men også de som er interesserte i de ulike genrene i film- og tv-dokumentarismen.

Det er en meget rik og interessant bok Bondebjerg har skrevet. Den legger fram både overraskende funn, som det svake samspillet mellom film- og tv-dokumentaren i Danmark, og går i detalj på spesielle gener og enkeltprogram. Også de avsluttende diskusjonene, som til dels blir litt av en forfallshistorie om både DR og TV2, er gode og oppslagsrike. Også her lager Bondebjerg gode kategorier som løfter teksten over en enkel historiefremstilling.

Som historiefremstilling gir dessuten Bondebjergs bok ikke bare en spennende skildring av tv-dokumentarismens utvikling, men de ulike filmene og sendingene blir et godt redskap i en annerledes samfunns- og kulturhistorie. Dokumentaren benyt-

tes dermed like mye for å si noe om utviklingstrekk i det danske samfunnet, som disse benyttes for å gi perspektiv på dokumentaren.

Virkelighedens fortællinger er en bok det er lett å imponeres og begeistres av. To gode indikasjoner på dette er den lyst man får som leser etter å se mange av disse filmene, og en annen er hvordan mange av Bondebjergs kategorier med hell kan løftes ut av sine spesifikke danske kontekst og brukes i andre nasjonale eller internasjonale sammenhenger.

Selv om dette er en imponerende bok, er det likevel noen innvendinger man kan rette til Bondebjergs prosjekt. At den første delen nok er altfor lang, og for detaljert, er én ting. At bokens konklusjon kun er på 6 sider er en annen ting. Her blir dessuten Bondebjergs tone svært annerledes, og han framstår kanskje mer som en både begeistret og refsende kritiker enn den grundige sosiolog og historiker han tidligere har vært. Dessuten er det nordiske perspektivet som Bondebjerg selv er inne på i sin vekt på det nasjonale i forordet helt fraværende i boken.

Virkelighedens fortællinger har en god del referanser til amerikanske og engelske filmer og tv-dokumentarer, men ellers ingen til Sverige og Norge. Dette hadde selvsagt gjort boken enda større, og kanskje litt mer uformelig, men i genrediskusjonene så vel som i de institusjonelle og sosio-historiske linjene kunne med hell bl.a. bøkene til Leif Furhammar og Jan Anders Diesen blitt trukket inn. I hvilken grad er de genremessige utviklingstrekk kun danske? Det er et spørsmål som kun behandles implisitt, gjennom boken selv, og kunne i det minste ha vært løftet fram eksplisitt i noen få sider i bokens ellers knappe avslutning.

Disse innvendingene endrer imidlertid ikke verdien av Bondebjergs bok. Det er en imponerende innsats. *Virkelighedens fortællinger* er en oppslagsrik bok å bli klok av. Ikke bare kan man lære en masse om historiske linjer og enkelte dokumentarprogram, men boken gir også verdifull innsikt i mediehistoriens institusjonelle og sosiale rammer og forutsetninger. Når man, som Bondebjerg antyder i sitt forord, måtte vente lengre i Danmark enn i Sverige og Norge med å få en slik stor samlet framstilling av tv-dokumentarismens historiske utvikling, var det en god ventetid når sluttresultatet ble så godt.

Gunnar Iversen
Institutt for kunst- og medievitenskap
Norges Teknisk-Naturvitenskapelige
Universitet

Olof Petersson:
Opinionsbildning
Stockholm, SNS Förlag, 2009, 279 s., ISBN 9789186203306

Få akademiske temaer er så tverrvitenskapelige som opinionsdannelse. Det har en mer eller mindre sentral plass både som undervisnings- og forskningsobjekt i de fleste samfunnsvitenskapelige fag, i medievitenskap og journalistikk, og i noen humanistiske fag. Tilnærmingene til studiet av opinionsdannelse er like varierte, og de mange, hovedsaklig, engelskspråklige teoretisk orienterte bøkene spenner over et bredt spekter av teorier og tilnærminger; presentert, diskutert og kombinert på mange ulike måter. Olof Peterssons tilnærming er statsviterens, og hans overordnede spørsmål er opinionsdannelsens betydning i demokratiske samfunn. Med dette utgangspunktet diskuterer han i bokens innledningskapittel hva som ligger i begrepet 'fri opinionsdannelse', og på hvilken måte påvirkning gjennom kommunikasjon knytter an til maktforholdene i samfunnet, med propaganda som et sentralt begrep. Dette leder frem til en distinksjon mellom makten over andres tanker og makten over egne tanker, og at studiet av en fri opinionsdannelse handler både om hvordan en påvirker, og hvordan en påvirkes. Og av det følger bokens organisering i to hoveddeler: Att påvirka og Att påverkas.

I første del har propaganda en sentral plass, og i tur og orden diskuterer Petersson religiøs-, politisk-, valg- og krigspropaganda. Deretter kommer turen til markedsføring, medienes redigerende makt og digital makt. Diskusjonen innenfor hver av delene har et litt varierende fokus, og det er ikke mulig å komme nærmere inn på hver av dem. Sentrale elementer som går igjen med litt ulik tyngde er imidlertid korte historiske tilbakeblikk på utviklingen, med vekt på viktige aspekter ved den; viktige trekk ved opinionen på området; ulike former opinionsdannelse på feltet; og korte turer innom sentrale begreper og distinksjoner. Til sammen gir fremstillingen et godt, men dog kortfattet, innblikk i viktige elementer i samfunnets opinionsdannelse på ulike områder, og hvordan påvirkningene på ulike måter har søkt overbevise borgerne om viktigheten av sine budskap. Denne delen avsluttes med en påminnelse om at selv om ulike former for opinionsdannelse har noen grunnleggende likheter, så har de også sine særtrekk, ikke minst med hensyn til hva som er påvirkningens målsetning. For eksempel har religiøs opinionspåvirkning frelse som målsetning, mens markedsførerne har konsum. Denne korte avslutningen er det eneste forsøket på å trekke noen tråder mellom kapitlets ulike deler, og kunne med fordel vært grundigere og mer utfyllende.

Andre del der Petersson går over til å diskutere hvordan borgerne blir påvirket av propaganda og annen informasjonsvirksomhet har en tydeligere teoretisk profil. Etter en kort innledning om massens psykologi, følger en lengre sekvens om opinionsforskning med vekt på ulike tilnærminger som innholdsanalyse og effektmålinger, og empiriske metoder for å kartlegge opinionen. Deretter er det en like lang sekvens med teorier om medienes makt i opinionsdannelsen, der hovedtyngden ligger på indoktrinering, medieeffekter og dagsorden, men som også sveiper innom barn og medier og medialisering. Så er turen kommet til et nærmere blikk på opinionens betydning på tre avgrensede felt i samfunnet, reklamen, politikken og vitenskapen. Denne diskusjonen utdyper den mer generelle fremstillingen tidligere i denne delen, samtidig som den viser hvordan ulike aspekter ved opinionen har særlig relevans på forskjellige områder. Det siste temaet i denne delen er en diskusjon av den sosiale kontekstens betydning for opinionens påvirkning av borgerne. Nå er tilnærmingen igjen generell, med vekt på hvordan opinionen kan skape et konformitetspress som styrker oppfatninger som støttes av mange på bekostning av oppfatninger som er i mindretall.

Opinionbildning er en systematisk bok, med en klar og grei struktur. Petersson anviser innledningsvis tydelig hva som er bokens målsetning, og etter dens to hoveddeler tar han opp tråden fra innledningen i siste kapittel. Herfra er det verd å peke på fire viktige poenger. For det første er propaganda en legitim del av demokratiet som gir viktige innspill i samfunnets offentlige diskurs, selv om propaganda kan misbrukes – og har blitt det. Dernest er opinionsdannelse en interaktiv prosess bygd på en gjensidighet både mellom styrende og styrte, og mellom individuelle og kollektive prosesser. Videre forutsetter en fri opinionsdannelse prosesser som aksepterer både konflikt og samarbeid, samtidig som de innbefatter så vel følelser som fornuft. Og sist men ikke minst krever opinionsdannelse aktive borgere som engasjerer i aktuelle saker på samfunnets dagsorden, og som deltar i den offentlige diskusjonen av dem. Til sammen peker disse momentene, og andre vurderinger i boken, på opinionsdannelse som et instrument i demokratiets tjeneste, ikke som et maktmiddel for elitene.

Opinionsbildning er også en bredt anlagt bok som søker å vise hvilken rolle opinionsdannende prosesser spiller, og har spilt, på ulike områder i samfunnet.

Det er en omfattende oppgave, men Petersson lykkes godt i å formidle opinionens altomgripende, men likevel varierte betydning i dagens samfunn. Bredden i fremstillingen går imidlertid i noen grad på bekostning av dybden. Diskusjonen både av opinionspåvirkning som virkemiddel på ulike områder, og av de mange teoriene som belyser hvordan slik påvirkning finner sted, blir nødvendigvis nokså kortfattet. Fremstillingen gir en introduksjon til de ulike tilnærmingene, men ikke så mye mer. Den blir også, på grunn av sin organisering i ulike typer propaganda (i del en) og makt (i del to), noe springende. Det er få forsøk på å vurdere hvilke forskjeller og likheter det er mellom de ulike områdene. Ved det går noe av helhetsperspektivet på samfunnets opinionsdannende prosesser tapt, og feltet vil for mange lesere trolig framstå som mer heterogent enn hva som faktisk er tilfelle. Bokens organisering medfører også at innholdet i den vekselvirkningen mellom individuelle og kollektive prosesser som Petersson helt riktig fremholder som

en viktig forutsetning for opinionsdannelse, ikke kommer så tydelig frem som ønskelig.

Olof Petersson har skrevet en vidtfaenende bok om opinionsdannelse som gir en god oversikt over et omfattende, komplekst og faglig heterogent felt. Bokens systematiske oppbygning og brede orientering gjør at den kan anbefales til alle som ønsker en lett tilgjengelige innføring i opinionsdannelse som samfunnsfenomen og forskningsområde. De litt mer viderekommende som ønsker å trenge dypere ned i ulike teorier, og deres samlede perspektiv på samfunnets opinionsdannelse har ikke like mye å hente, men de er sikkert heller ikke bokens målgruppe.

Ragnar Waldahl
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo

Marinette Fogde:
The Work of Job Seeking. Studies on Career Advice for White-collar Workers

Örebro Universitet, 2009, 154 s., 978-91-7668-674-4
(doktorsavhandling)

Kraven som ställs på arbeidssökande idag är många – vi ska vara flexibla, initiativrika, ha social kompetens, osv. Vi förväntas också ta ett stort eget ansvar för vår anställbarhet. I avhandlingen i medie- och kommunikationsvetenskap med titeln *The Work of Job Seeking* studerar Marinette Fogde förväntningarna som individen ska leva upp till för att vara gångbar på arbetsmarknaden och hur individen kan göra sig attraktiv för framtida arbetsgivare. Mer precis studerar Fogde den karriärrådgivning som fackförbundet Unionen (tidigare SIF) ger till studenter inför att de ska söka jobb. Studenterna får goda råd om hur de bör förbereda sig inför jobbsökandet, hur de ska skriva sitt CV och hur de bör uppträda i en intervjusituation. Men karriärrådgivningen förmedlar också normer på mer subtila sätt. Inspirerad av Foucault använder sig Fogde av ett *governmentality*-perspektiv, vilket uppmärksammar oss på en annan form av styrning än den hierarkiska och som istället ser makten som impliserad i en lång rad

praktiker och förmedlad genom en lång rad aktörer. Lika mycket som det är en fråga om styrning utifrån handlar *governmentality* om självreglering, alltså om att individen styr sig själv, genom att hon på olika sätt och med hjälp av olika tekniker uppmuntras till att arbeta med sig själv – sin kropp, sin själ, sitt beteende – för att svara upp mot bestämda normer. Fogde framhåller att det är viktigt att studera denna form av styrning i konkreta situationer och i interaktion människor emellan.

Syftet med avhandlingen är att studera jobbsökande som diskursiv praktik, och undersöka vilka ideal och normer jobbsökaren ska motsvara enligt den undersökta diskursen. Vilken jobbsökarsubjektivitet konstrueras som ideal? Hur sker styrningen och egenstyrningen i samspelet mellan karriärcoach och student? Vilka subjektpositioner förhandlar parterna fram i detta samspel? Ett delsyfte är också att diskutera hur denna styrning av individen kan förstås i relation till en vidare social och politisk kontext.

För att studera styrningen i konkreta interaktionsprocesser krävs ett bredare material än bara skrivna texter. Fogdes material består förutom av broschyrer och internetmaterial med karriärråd från Unionen, av 8 föreläsningar (3 med allmänna råd inför jobsökande och 5 om CV-skrivande) där Fogde närvarat och gjort observationer. Därtill har hon gjort 19 individuella intervjuer. Användningen av flera olika metoder ger Fogde möjlighet att belysa studieobjektet ur olika perspektiv men också att problematisera resultaten. Ett par av delstudierna visar t.ex. att studenterna *inte okritiskt tar till sig idealen* utan förhandlar dem och också uttrycker viss kritik mot dem. Detta illustrerar att individerna både är objekt för diskursiv styrning och aktiva subjekt i denna process: Subjekten kan omförhandla och ifrågasätta de kategorier och ideal som den diskursiva praktiken försöker pådyvla dem.

Baserat på de olika materialtyperna har Fogde gjort fyra delstudier. I den första kartlägger hon talet om jobsökaren och söker teman och mönster i det sagda, för att se vilka normer och ideal som förmedlas. Vilka egenskaper ska 'den anställbare individen' ha? Kunskapsproduktionen upprättar en ideologisk horisont där individen måste ta ansvar för sin egen anställbarhet. Fogde knyter de diskursiva idealen till nyliberalismens inflytande, välfärdsstatens nedmontering och förändringar i arbetslivet där krav på flexibilitet och anställbarhet blir allt viktigare. Hon knyter dem även till den ökade betydelsen för symbolproduktion och kommunikation. En marknadsdiskurs slår igenom i tankarna om att det gäller att investera i sig själv, utveckla entreprenörsegenskaper, att bygga sitt varumärke och symboliska kapital. Det är *du som är produkten*, lyder budskapet!

I artikel 2 gör Fogde en jämförelse av facklig rådgivning till arbetssökande över tid genom att studera fackliga broschyrer från olika tider: 50-tal, 70-tal och idag. Det förekom rådgivning också tidigare och det ansågs viktigt att förbereda sig även tidigare, men råden skiljer sig kraftigt åt. Tidigare var kunskap om anställningsvillkor och den anställdes rättigheter viktigt innan man ingick ett anställningsförhållande. Nu handlar den fackliga rådgivningen framför allt om hur den jobsökande ska vara, uppträda och kommunicera för att bli anställbar. Man ska signalera ambition och aktivitet, anpassa sig efter idealen och samtidigt vara sig själv. Fackens rådgivning är tänkt att hjälpa individen att klara sig själv – hjälp till självhjälp, något som Fogde ser som en form av institutionaliserad individualism.

I den tredje artikeln studerar Fogde interaktionen mellan rådgivare och studenter vid de föreläsningar som facket ordnade för studenterna, alltså en studie

av 'governmentality in action'. Särskilt uppmärksammare är här den diskursiva positioneringen, både hur coacherna positionerade studenterna och hur studenterna positionerade sig själva i dialogen. Den subjektivitet som konstrueras av karriärrådgivarna är också här det säljande subjektet, som marknadsför sig själv. Blyghet och brist på självförtroende blir hinder att övervinna. Av dialogen framgår att andra diskurser som nationell identitet och kön, alltså föreställningar om blyga svenskar och kvinnor som har svårt att framhålla sig själva, också är verksamma, vilket gör att informanterna känner visst motstånd eller i alla fall ambivalens inför kraven. Det finns också en spänning mellan å ena sidan kravet på självkännedom och ärlighet och å andra sidan kravet på att marknadsföra och "sälja" sig.

I den fjärde artikeln var syftet att se hur studenterna förhöll sig till och förhandlade karriärråden. Genom att i 19 individuella intervjuer undersöka studenternas berättelser fångar Fogde deras subjektiva positionering och hur de accepterar, förkastar eller problematiserar positioner. Exempelvis finner en del av de intervjuade kvinnorna det svårt att sälja sig. Det tycks vara ett könskodat ideal; de intervjuade männen har inget problem alls med det; för dem handlar det bara om att hitta en balans mellan ärlighet och att inte överdriva sina positiva egenskaper. Kvinnorna menar att det strider mot vilka de är, och det är samtidigt viktigt att vara äkta; ett sätt att lösa detta är att förbättra sitt självförtroende och på så sätt uppfylla diskursens krav. Konstruktionen av det *säljbara självet* visar sig vara en process fylld av motsättningar. Det visar sig även att studenterna intar en viss instrumentalitet i relation till råden. Karriärråden förhandlas reflexivt. Informanterna agerar med Fogdes formulering 'selektivt konformt'. Fogde drar slutsatsen att processen inte kan förstås i termer av enkla dualismer som den mellan anpassning och motstånd. Liksom i artikel 3 visar hon att diskurserna förhandlas och inte omsätts rakt av.

En av poängerna med Fogdes avhandling är just att hon kombinerar olika typer av data med hjälp av olika metoder, och att hon försöker fånga både diskursiva praktiker och interaktion. Det ger utrymme för att fånga motstånd, ifrågasättande och omförhandling av de diskursiva idealen. Ändå fokuserar Fogdes analys mer på budskapet än på de konkreta praktikerna och teknologierna som används. Även i artikeln om interaktion är det text – vad som sägs – snarare än interaktionsprocessen ('vad händer här?') som står i centrum. Jag hade önskat tätare beskrivningar av interaktionen. Vi får inte veta vad studenterna svarar. Det är i mycket vad coacherna säger som kommer fram, mindre hur studenterna reagerar.

Överhuvudtaget hade Fogde vunnet på att ”mjölka ut” ännu mer ur sitt empiriska material.

Mot bakgrund av att ett av avhandlingens bidrag ska vara att se hur styrningen och självstyrningen fungerar, hade jag gärna sett större fokus på vad som händer i interaktionen liksom på subjektiviteterna: hur talar studenterna om sig själva? Och hur aktiva är egentligen subjekten när det gäller att förhandla och ifrågasätta idealen? Man kan utläsa att studenterna orienterar sig mot att konstruera sig som ett säljande subjekt även om de uttrycker viss ambivalens och ifrågasätter hur detta kan uttryckas. Hur ser rummet för avvikelser egentligen ut? Det tycks mig vara fråga om motstånd på marginalen. Ingen tycks i grunden ifrågasätta det säljande subjektet. Detta kan bero på att urvalet består av studenter som aktivt sökt rådgivning, vilket kan innebära att de har en beredskap att anpassa sig, dvs en självseleksjon av personer som är mottagliga för råden. Detta kunde ha diskuterats. Kanske en kontrollgrupp hade varit poängfull.

En annan möjlighet hade varit att även intervju coacherna. Vi får inte veta mycket om dessa: Vilka var de? Var de anställda av facket eller inhyrda konsulter? Även de fackliga företrädarna hade kunnat vara värdefullt att intervjuas. Överhuvudtaget hade

det varit intressant att diskutera och problematisera fackens roll, dvs. att det just är facket som är aktiv agent i spridningen av denna diskurs. Ur Fogdes litteraturlista kan man utläsa den fackliga diskursförskjutningen: 1970 gav SIF ut skriften *Hur gör man för att få ett bra jobb?* 2005 lyder titeln *Coaching för en tuff karriär* – vilket med all önskvärd tydlighet illustrerar skillnaden. Här hade det varit intressant med en diskussion om fackens roll och möjligheter i relationen till övergripande förändringar i arbetsmarknadens diskurs och praktik. Nu blir kopplingen till den politiska och ekonomiska kontexten, som Fogde angav som ett av sina syften att behandla, lite kortfattad och förenklad, med starka skrivningar om nyliberalismens genomslag. Utan problematisering överförs resultat från anglosaxiska studier till svenska förhållanden. Men kanske var detta syfte helt enkelt för ambitiöst. Fogde har gjort ett viktigt bidrag genom att studera governmentality i aktion och hur individen kan förhandla de normativa ideal som förmedlas henne.

*Kerstin Jacobsson
Institutionen för samhällsvetenskaper
Södertörns högskola*

**Nicolai Graakjaer & Christian Jantzen (eds.)
Music in Advertising. Commercial Sounds in Media
Communication & Other Settings**

Aalborg, Aalborg Universitetsforlag, 300 s., ISBN 978-87-7307-965-2

Music in Advertising. Commercial Sounds in Media Communication and Other Settings (Aalborg University Press 2009) er en etterlengtet bok i den forstand at den viser fram et høyst aktuelt og sterkt underforsket felt. Antologien bygger på et symposium om musikk i reklame ved Aalborg universitet i 2006. Den er redigert av Nicolai Graakjær og Christian Jantzen, begge ansatt ved Institutt for kommunikasjon og psykologi samme sted. I følge deres introduksjon har de laget denne boken med tre mål for øyet 1) ”to draw attention to the aesthetic features of music in commercial settings”, 2) ”to raise the reader’s awareness of the unnoticed commercial motives, which underlie much music exposure in the media” og 3) ”to call for closer cooperation and mutual in-

spiration between distinct traditions of research” (s. 9). Lykkes de med sine tre mål?

Music in advertising er en typisk litt-av-hvert bok som rommer artikler om de fleste sider ved musikkbruk i reklame og andre kommersielle sammenhenger. Her finnes stoff om alt fra jingler til salgsfremmende musikk i butikker. Slik sett gir boken god oversikt over feltet i den forstand at den gir innsikt i hvilke områder det faktisk består av og fungerer som en innføring i hva som er gjort av forskning så langt. Det fyldige første kapitlet er verdifullt i så henseende og innfrir også målet om å diskutere problemstillingen på tvers av fagtradisjoner. Spenningen mellom eksperimentelle kvantitative studier og fortolkende humanistiske bidrag er her tilstede og viser

de respektive tradisjonenes styrker og svakheter. For øvrig er det kanskje først og fremst antologien som helhet som innfrir mål nummer tre ovenfor.

Boken lykkes godt med å gjøre leseren oppmerksom på underliggende kommersielle hensikter i forskjellige mediesammenhenger der musikk opptrer. Kapitlet om musikk – eller snarere mangelen på sådan – i internettannonser av Iben Jessen og redaktør Graakjær peker for eksempel på hvordan musikk, som i tradisjonelle reklamesammenhenger ofte brukes for å fange oppmerksomhet, snarere er brukerstyrt i reklame på internett. Her finnes også et interessant kapittel om musikk i svensk kommersiell radio skrevet av musikkviteren Alf Bjørnberg, en av de få bidragsyterne som ikke er samlokalisert med redaktørene på Aalborg universitet. Dette kapitlet både rydder i feltet og tilfører nye innsikter om det emnet det er tiltenkt å dekke. I kapitlet om ”music for shopping” presenteres også interessante perspektiver. Særlig vellykket er forsøket på å forklare hvordan musikk og produkter bindes sammen via såkalt ”cognitive (re-) framing” (s. 252). Sistnevnte kapittel er skrevet av bokens redaktører, og det er ikke det eneste. Graakjær og Jantzen står faktisk bak ikke mindre enn sju og et halvt av de tretten kapitlene. Dette fremstår som litt underlig all den tid flere av dem er ganske tynne. Kanskje skyldes det en underliggende ambisjon om at denne boken skal være den første heldekkende på sitt felt, men dette blir i så fall også en av antologiens svakheter. De summariske kapitlene om for eksempel musikk som produktplasing i TV (kapittel 7) og musikk brukt i profilering av TV-programmer og kanaler (kapittel 8) gjør ikke noe særlig mer enn å føye de respektive temaene til listen over aktuelle problemstillinger og konkludere med at ”more research is needed”.

Når det gjelder målet om å rette oppmerksomheten mot de estetiske sidene ved musikk i reklame, kommer heller ikke boken helt i mål. Problemene eksemplifiseres kanskje best med diskusjonen av mening i audiovisuelle tekster i kapittel 3, som kretser rundt en sammenlikning av to versjoner av en Steve Winwood låt hvorav den ene tilhører en musikkvideo og den andre – en nedklippet versjon – en ølreklame. Her stilles det opp et meningshierarki som kveler et hvert forsøk på å fange inn det komplekse samspillet mellom lyd, tekst og bilde som kan gjøre slike nærlesninger så interessante. Teksten er det primære, det visuelle kommer som en god nummer to, mens musikken ikke en gang har en plass i rekkefølgen.

Kapitlet omtaler riktignok komponistens biografi og noen formelle trekk ved den musikken som er brukt i reklamen, men når diskusjonen av reklamens meningsinnhold starter, er musikalske aspekter helt fraværende.

Andre kapitler makter i mye større grad å tilfredsstille suget etter ’thick descriptions’. I Anders Bondes kapittel om kommersiell bruk av Shostakovich’ ”Waltz No. 2” er det en dybde i fremstillingen som savnes i en del av de andre nærlesningene og som demonstrerer hvordan det å gi gode fortolkninger også er en metode som må beherskes. Det krever presisjon og følsom nærkontakt med materialet. Og ikke minst kreves det bred kjennskap til relevant litteratur. I Bondes tilfelle hentes det inn bidrag fra flere fagfelt – filmmusikkteori, operaforskning og musikk- og populærmusikkvitenskap.

Avslutningskapitlet peker på hvordan musikk grunnleggende transformeres og funksjonaliseres når den brukes innenfor rammen av en filmatisk kontekst eller i reklame. Dette er selvfølgelig sant, men kanskje kunne man legge til at slike prosesser er uløselig knyttet til en hver bruk av musikk. Det finnes ikke kontekstfri musikk og musikken har alltid en funksjon, om det så enn er kontemplasjon. Slik sett er ikke det at musikken har en funksjon et unikt kjennetegn for musikk i reklame. Kanskje er det snarere slik at det er umulig å se bort fra dette faktum når man skal studere de feltene av virkeligheten som denne antologien løfter fram. Dette gjør at bokens overordnede tema har et særlig potensial for å belyse det evigaktuelle spørsmålet om musikkens mening – noe som påpekes av musikkforskeren Nicholas Cook i en av de mange hyllningstalene på bokens bakside. Boken forløser ikke helt dette potensialet. Når den ikke lykkes, går tankene fort til musikkviteren Philip Tagg, en hyppig referert forsker i boken som i 2003 maktet å skrive ikke mindre enn 800 sider om ti snutter med musikk brukt i reklamesammenheng (Tagg, Ph. og Clarida, B. *Ten Little Tunes*. MMMSP 2003). Kanskje kan Taggs analyser bli litt i tykkeste laget, men det grepet han har når det gjelder å hente ut den komplekse assosiasjonsrikdommen som samspillet mellom musikk, tekst og bilder kan være, skulle man gjerne hatt litt mer av i denne antologien.

Anne Danielsen
 Institutt for musikkvitenskap
 Universitetet i Oslo