

Ti år i bransjen

Fortid, samtid, framtid

JOSTEIN GRIPSRUD

1. august 1987 begynte jeg som førsteamanuensis ved det nye Institutt for massekommunikasjon ved UiB. Dette er altså omtrent tiden for et tiårsjubileum. Jeg var den første humanisten ved instituttet, ja, jeg var faktisk en hel seksjon helt for meg selv: Humanvitenskapelig seksjon. Dermed var det institusjonelt markert at den samfunnsvitenskapelige medieforskningen i Norge hadde fått et humanvitenskapelig vedheng. Noen av dem poeten og litteraturprofessoren Georg Johannesen flere år tidligere kalte ”*feilplasserte sosiologer*, som du [JG] og han derre Helge Rønning” hadde altså endelig blitt riktig plassert: under samme tak som et knippe statsvitere og sosiologer.

Ti år seinere fins det ikke lenger noen humanvitenskapelig seksjon ved vårt institutt. Ikke noen samfunnsvitenskapelig heller, for den saks skyld. Instituttet heter nå Institutt for medievitenskap. Humanistenes flaggskip gjennom flere år, hovedfagsstudiet vi kalte ”massekommunikasjon og kulturformidling” er i ferd med å bli et sett av moduler blant andre i et felles samfunns- og humanvitenskapelig hovedfagsstudium i medievitenskap. Mens det gjennom de første 5-6 årene var en rekke skarpe konflikter ved instituttet, er det nå i all hovedsak fred og fordragelighet som rå. Det samme synes absolutt å være tilfelle i Oslo, der de aldri har hatt separate seksjoner eller hovedfag. Hva er det som har skjedd?

Stemningen for omkring ti år siden kan illustreres med en episode fra Norsk Medieforskerlags vårkonferanse i 1986. Den gjorde et visst inntrykk på meg.

Det hadde da foregått forhandlinger om opprettelsen av et felles human- og samfunnsvitenskapelig medieinstitutt også ved UiO. Lederen for samfunnsviterne hadde satt som betingelse for å komme til vårkonferansen at lederen for humanistene *ikke* skulle komme. Den siste kom ikke, så den første kom. Samfunnsviteren som kom, holdt en forelesning om teori og metode i medieforskningen. Hovedpoenget hans var at medieforskere hadde så *kolossale tekstmengder* å ta for seg at det rett og slett ikke var *tid* til annet enn å bruke kvantitativ innholdsanalyse. Jeg mente den gang som nå at det *helt åpenbart skal brukes både kvantifiserende og såkalt kvalitative metoder*; det er et enkelt spørsmål om hvilket verktøy man trenger til å løse de oppgaver man står overfor. Derfor gidder jeg heller ikke å bruke plass eller tid på spørsmålet her. I diskusjonen etter det nevnte innlegget den gangen stilte jeg imidlertid følgende spørsmål: ”Om en nå tenker seg at en velger ut en mindre del av all teksten i aviser, TV eller andre medier, og har en del tid til rådighet, kan det da tenkes at andre metoder er akseptable?” Svaret var kort, og lød i sin helhet slik: ”Hvis ikke Gripsrud har oppdaget at tid er en knapp ressurs her på jorden, har han en oppdagelse i vente. Forøvrig finner jeg ikke innlegget verdt å kommentere.”

Alle de involverte her er nå forlenget venner og vel forlikte. Men sånn var tonen i mange fora den gangen. Den bar preg av en usalig blanding av makt- og tradisjonskonflikter. Tradisjonskonfliktene var skarpe fordi de omfattet så mye, så mange nivåer. De gjaldt teori og metode, ja, epistemologiske grunnproblemer. De gjaldt oppfatninger av

hva vitenskapens og forskningens rolle og formål er og bør være. De gjaldt også mer generelle oppfatninger av hva forholdet mellom vitenskap og et bredere intellektuelt interessefelt er, og dermed kom også mer generelle forskjeller i orienteringer og personlige disposisjoner i spill. Er vitenskapelig arbeid i prinsippet som et hvilket som helst kontorarbeid, eller er det en integrert og helt nødvendig del av vår personlige eksistens, som arbeidet er for blant annet kunstnere?

Dette var ikke særnorsk. Det var en del av en strid som foregikk på 80-tallet i internasjonal medieforskning, og som mest av alt minner om en forsinket positivismestrud. Jeg har sagt det i innledningen til boka *The Dynasty Years*, og jeg gjentar det gjerne her: Den "gjæringen i feltet", *the ferment in the field*, som kom til overflaten omkring 1980 i tidsskrifter som *Journal of Communication*, er et uttrykk for hvor tilbakestående den samfunnsvitenskapelige medie- og kommunikasjonsforskningen internasjonalt hadde vært i teoretisk og metodisk henseende, sett i forhold til andre samfunnsvitenskapelige felt og disipliner. Medieforskningen har da også relativt lav status blant samfunnsvitenskapene, selv om alle er enige om hvor viktig medier, kommunikasjon osv. er i det såkalte "informasjonssamfunnet".

I land som Storbritannia og USA kom opprøret mot den enkle positivismen og empirismen i stor utstrekning fra samfunnsvitenskapelige, særlig sosiologiske miljøer. I Norge, Danmark og kanskje også Sverige, kom det i stor utstrekning fra de "feilplasserte sosiologene" i humaniora, de som gjorde medievitere av seg. For *de* var grunnleggende preget av den kritiske teorien som blomstret opp igjen i samband med positivismestruden og alt 1968 står for, *de* var sterkt preget av sosiologiske klassikere og vitenskapsteoretiske debatter som primært var av samfunnsvitenskapelig observans og relevans. Samfunnsviterne i medieforskningen var så seint som midt på 80-tallet teoretisk og metodisk sett trygt plassert i USA-dominert mainstream sosiologi og mainstream statsvitenskap. Deres kunnskap om kultur- og tekstvitenskapelige områder svarte på ingen måte til humanistenes kjennskap til samfunnsvitenskapelige. Mens humanister som jeg selv på kort tid satte seg inn i samfunnsvitenskapelige medieforskningsområder og -tradisjoner, i det minste tilstrekkelig til å kunne undervise på grunnnivå, var det ingen av de etablerte samfunnsvitenskapelige forskerne som foretok liknende etterutdanning i tekstteori, kulturhistorie, filmanalyse eller liknende. De forsker og underviser fortsatt på aviser, radio og TV, selvfølgelig egentlig motivert

av en interesse for disse mediernes innholdsmessige sider, uten å foreta en nærmere teoretisk fundert analyse av hvordan disse mediernes tekster egentlig er strukturert og hvordan de egentlig betyr noe, virker underholdende eller vakre eller opphissende eller avslappende eller lignende.

Endringer i dette bildet kom først etterhvert som de yngste samfunnsviterne på feltet snappet opp *ferment in the field*-signaler fra Storbritannia og USA samt fra de nordiske, humanistisk influerte miljøene. Disse yngre, nå thirty-somethings, begynte å interessere seg for offentlighetsteori, et felt humanistene hadde holdt på med siden 1970. De begynte å arbeide med resepsjonsteori, noe som hadde vært hot stuff i nordisk litteraturvitenskap siden midt på 70-tallet. De interesserte seg for kvalitative metoder i utforskningen av sosialt liv mer enn kvantitative, noe som var nytt i nordisk medieforskning men som har tradisjon i samfunnsvitenskapen siden dens begynnelse i forrige århundre, og med vesentlige bidrag i mellomkrigstiden. Det kostet til dels bitre strider og altfor lange, legitimerende avhandlingskapitler å skape rom for kvalitativ publikumsforskning i samfunnsvitenskapelige miljøer. Disse yngre kreftene fikk imidlertid etterhvert støtte også av sosiologisk orienterte forskere med mer varierende alder, som i kraft av en markant interesse for europeisk sosiologisk teori også kom til å representere en forbindelse mellom de "gamle" samfunnsvitenskapelige miljøene og de nyankomne humanistene, altså de "feilplasserte sosiologene". En stadig større del av samfunnsviterne kom til å havne i det som på mitt institutt en tid gikk under navnet "gråsonen" = et begrep tidligere anvendt om omstridte områder i fiskerigrensforhandlinger med Sovjetunionen, altså de store deler av Barentshavet som man var enige om å unnlate å dele opp med grenser.

Det humanistiske miljøet hadde, i kraft av å ha bakgrunn som feilplasserte sosiologer, på sett og vis alltid befunnet seg i denne gråsonen. Den humanistiske tradisjonen som ble representert i skandinaviske medieforskning hadde hele tiden vært en *teoretisk reflektert, holistisk og politisk* orientert tradisjon. Dette henger selvfølgelig sammen med at den har utspring i den kritiske teori og nylesning av Marx som preget universitetene i årene omkring 1970. En sosiologisk refleksjon direkte inspirert av eller i en eller annen grad og forstand i slekt med Frankfurterskolen som et samfunnskritisk, tverrfaglig prosjekt er den historiske roten til humanistisk medievitenskap i Skandinavia. I Frankfurterskolens arbeid inngikk filosofi, sosiologi, historie, psykoanalyse, estetiske studier og empiriske under-

søkelser av samfunnsmessige forhold med alt fra statistiske til myk-sosiologiske metoder. Tenkningen omkring ulike kunnskapsinteresser og deres rolle for forskningen stammer fra samme tradisjon = ved Jürgen Habermas. Og det var som kjent denne Habermas som leverte den klassiske studien av offentlighetens strukturforandring, en studie som fortsatt gir mye av grunnlaget for en prinsipiell medie- og kulturkritikk ut fra en demokratisk synsvinkel.

Tilknytningen til Frankfurterskolen, og gjennom den også til den sosiologiske tradisjonen mer generelt, er vesentlig for å forstå hvorfor så mange av humanistene i skandinavisk medievitenskap har interessert seg for så mange sider ved samfunnsvitenskapelig medieforskningstradisjon og dessuten stadig engasjert seg direkte i medie- og kulturpolitiske spørsmål. De fleste av oss 70-tallister er politiske dyr, av legning, sosialisering og gammel vane. Vi trives følgelig godt i den "gråsonen" som etterhvert omfatter størstedelen av aktuell nordisk medievitenskap. Men det er nå også på tide å tenke gjennom hva som ligger av begrensninger i den tilsynelatende så åpne gråsonetilværelsen.

Mens sneversynt samfunnsvitenskapelig positivisme fagpolitisk sett nå er helt marginalisert, kan en samtidig si at samfunnsvitenskapelig tenkning i bredere forstand dominerer feltet. Den dominerer på den ene siden i et ikke nødvendigvis eksplisitt krav ved grunneksamener såvel som i forskningsbevilgningssammenhenger om *orientering mot aktuelle mediepolitiske spørsmål*. På den andre siden dominerer den på et mer grunnleggende nivå i forståelsen av hva som kjennetegner medievitenskapelig kunnskap og hva som er medieforskningens mål.

Til det første: Noen av oss har flere ganger konstatert at noenlunde intelligente og skrivekytne studenter som tar eksamen i medievitenskap grunnfag, og til dels også på andre nivåer, vil kunne oppnå brukbare karakterer ved å lese aviser og følge med på radio og TV de siste månedene før eksamen. De vil selvfølgelig belønnes ekstra om de er i stand til å anvende mer prinsipielle teoretiske innsikter og faktakunnskap fra pensum på de aktuelle spørsmålene. Men de vil også ved hjelp av aktuell debatt i ganske stor grad kunne peile inn hvilke deler av pensum de bør kjenne og hvilke deler de kan hoppe over eller ta meget lett på. De skal vite noe om public service broadcasting, om policy-spørsmål som gjelder TV- og videovold, og noe om tabloidisering og kommersialisering av nyhetsformidlende medier. Hvis de i tillegg kan definere

og anvende tre begreper i en rask og gjerne muntlig analyse av annonser i glansede magasiner, gjør de det rimelig bra.

Denne orienteringen mot aktualiteter og policy-spørsmål, har en parallell innenfor forskningen. Nordisk samfunnsvitenskapelig medieforskning har alltid vært preget av en slik orientering. Den har i denne forstand med Paul F. Lazarsfelds term alltid i hovedsak vært av "administrativ" art, ikke "kritisk". Det samme gjelder jo hovedstrømmen av nordisk samfunnsforskning etter 2. verdenskrig. I de siste 15-20 årene har denne orienteringen blitt styrket, og den har bredd seg innover humanvitenskapelige felt på to måter.

Politiseringen av samfunnsvitenskap og humaniora på 70-tallet ga seg selvfølgelig utslag i prosjektformuleringer som var politiserende i en eller annen grad og forstand, det vil si at et slags kriterium om politisk relevans eller "nytteverdi" kunne gjøres gjeldende ved prioritering av både individuell innsats og institusjoners bevilgninger. Men forståelsen av "politisk relevans" var her likevel av en ganske så generøs, teoretisk og historisk reflektert karakter, slik at den ikke utelukket verken historiske eller teoretiske grunnlagsproblem. Dette hang selvfølgelig sammen med at radikaleringen innenfor Akademia var knyttet til en sterk interesse for nettopp basale filosofiske og teoretiske spørsmål. På 80-tallet kom det imidlertid også ulike forskningspolitiske forandringer som var uttrykk for et politisk motivert ønske om sterkere statlig kontroll med universitetene og forskningssektoren ellers med sikte på å styrke *forskningens samfunnsmessige nytteverdi*. I både humaniora og samfunnsvitenskap har dette gitt seg utslag i at bevilgningene i all hovedsak gis til *kollektive prosjekter innenfor forskningsprogrammer* som formuleres ut fra *aktuelle politiske problemstillinger*. Det er åpenbart at dette kan gjøre det vanskeligere å etablere rom for ulike typer forskning på grunnleggende spørsmål og på områder som synes mer eller mindre marginale i forhold til aktuelle politiske problemstillinger. Individuelle prosjekter på slike felt, med usikker "framdriftsplan", vil ha magre kår i et slikt system.

Nordisk medievitenskap har imidlertid hatt liten grunn til å klage over denne utviklingen. Særlig når den er tilført human- og kulturvitenskapelige perspektiver, er den politiserende, aktuelt orienterte medievitenskapen av "gråsonetypen" nærmest perfekt tilpasset Tidens Krav. Medie- og kommunikasjonsrevolusjonen som preger vår tid er av uomgjengelig samfunnsmessig interesse på mange plan og områder. I det minste i Norge og Danmark

har medievitenskapen gjort det til dels meget godt i konkurransen om forskningsmidler fra omkring 1990. Det har ikke vært spesielt vanskelig å demonstrere at våre faglige interesser er i nært samvar med intensjonene i forskningsprogrammets formuleringer.

Som alle vet, er det langt på vei et spørsmål om retorisk dyktighet å formulere sine prosjekter slik at de kan sies å passe inn under et overordnet forskningspolitisk program. Er man egentlig interessert i grunnleggende retoriske problemstillinger, velger man et materiale og et par problemstillinger som demonstrerer relevansen for aktuell politisk diskurs. Er man egentlig interessert i samfunnsmessig moderniseringsteori, sørger man for å få fram hvor viktig dette er for begripelsen av aktuell byutvikling og spørsmålet om integrasjon eller assimilering av ikke-europeiske innvandrere. Men hva gjør man hvis man egentlig er interessert i begrepet "uendelig semiose"? Hvordan motiverer man et studium av lyssettingens rolle i 1930- og 40-årenes franske filmer? Hvilke grunner skal man angi for at et studium av visse romantiske diktere og filosofers oppfatning av forholdet mellom fornuft og følelse bør få forskningspenger? Jeg for min del har skrevet så mange søknader i mitt liv at jeg nok skal kunne tilby konsulenthjelp for den som har slike interesser, men på ett eller annet sted eller tidspunkt kan nok den nødvendige retorikken også fortone seg en smule anstrengt.

Spørsmålet jeg gjerne vil reise, er imidlertid om slike retoriske anstrengelser også er og må være like nødvendige *innenfor medievitenskapen selv*. Er det slik at den type samfunnsvitenskapelig hege-
moni som viser seg i en gjennomgående politiserings- og aktualitetsorientering virker blokkerende på utviklingen av visse typer forsknings- og undervisningsemner? Og hvis så er tilfelle = behøver det å være slik?

Jeg håper jeg som "feilplassert sosiolog" ikke forstås dithen at jeg er motstander av politisk og aktuell orientering i medievitenskapelig forskning og undervisning. Tvert om mener jeg det er et selvfølgelig krav både til oss forskere og til våre studenter at vi på ulike plan og i ulike situasjoner faktisk forholder oss aktivt og på særlig kvalifisert vis til sentrale medie- og kulturpolitiske spørsmål. Det trengs edruelig ekspertise i hverdagslige såvel som offentlige diskusjoner når svakt fundert mediepanikk og like svakt fundert teknologisk *hype* veksler om overtaket i politisk diskurs om et stadig mer kommersialisert medie- og kommunikasjonsområde. Selv har jeg brukt store deler av min tid det

siste året på offentlig arbeid med *public service*-politikk. Problemet jeg prøver å formulere gjelder hvorvidt en aktualitets- og policyorientering unødig og med uheldige virkninger fortrenger andre viktige områder som vi *også* som fagfelt skal ha rom for.

De områdene jeg bekymrer meg over, kan vi kalle historie, filosofi og estetikk. Det dreier seg med andre ord om de feltene som er *konstituerende for humaniora* = men også helt grunnleggende for en samfunnsteori som er verdt navnet. Dermed er disse områdene også grunnleggende for en solid fundert medievitenskap. Likevel vil jeg mene at de er for svakt representert i faget, både i studiefaget (pensum, undervisning, eksamener) og i forskningen.

Det er særlig på det vi kan kalle det estetiske feltet, med dets historiske og filosofiske aspekter, at jeg mener det står for dårlig til. I Norge er medievitenskap rubrisert som et estetisk fag, og f.eks. plassert sammen med litteratur-, teater- og filmvitenskap i forskningsrådet. Men i forhold til andre estetiske fag er det særlig ett moment som skiller studiefaget medievitenskap fra f.eks. studiefaget litteraturvitenskap: Det mangler et egentlig *tekstpensum*, altså en fyldig liste over bestemte ikke-vitenskapelige tekster som studentene forutsettes å kjenne ved siden av den teoretiske og forskningsbaserte litteraturen. I Bergen har vi riktig nok et krav om at studentene skal ha sett tre klassiske filmer og tre TV-program, de skal ha hørt et bestemt aktuelt radioprogram og lest to rimelige aktuelle aviser og to ukeblader. Filmene er av historisk karakter, i den forstand at de er kanoniserte klassikere, forøvrig er disse tekstene bare noen ytterst få *tilfeldige eksempler* på ulike medier og genre. Her finnes ingen dokumentarfilm, ikke populære romaner, ikke popmusikk eller sangtekster. Ingen dramatiske tekster = beregnet på scene, radio eller bildemedier. Det finnes for den saks skyld heller ingen data- eller TV-spill, og ingen CD-Rom/hypertekst. Hvorfor finnes det ikke et ordentlig tekstpensum når studentene vitterlig skal lese en hel del *tekstteori*?

Det første svaret ligger i det faktum at mediestudiet omfatter *mange* medier, hvorav bare film har utviklet noe som ligner en *kanon*, altså en liste over *de tekster som forutsettes tilegnet ved etableringen av kulturell kapital på feltet*. Aviser, ukeblad, TV og radio er utpreget efemære medier, hvis tekster forutsettes å ha et liv på lengde med døgnfluens. Tekster i disse mediene gir ingen kulturell kapital av betydning; de inngår ikke i Kulturarven skolen formidler. Medieinstituttene ved universitetene mangler dermed den rollen litteraturviten-

skapelige institutter har når det gjelder å kontinuerlig oppdatere den litterære arven skolen så skal bringe videre. Medieundervisning i skolene er ikke innrettet på formidling av kulturarv, den er primært konsipert som en slags sosialpolitisk profylakse, altså forebyggende ungdomsarbeid.

Bortsett fra film fins det ingen kanon å forvalte for medievitene. Men det er ikke vanskelig å tenke seg at vi i studiesammenhenger *etablerer* kanon'er på ulike felt der slike alt er i emning: Det fins en populærmusikkhistorie der slike som Elvis og Beatles og så videre må være med. Denne kan lett bygges bakover til blues- og jazztradisjonene. Det fins også en populærlitterær kanon, som både nasjonalt og internasjonalt kan strekkes bakover i alle fall til omkring år 1800. I reklamefaget finnes det også internasjonale og nasjonale "nyskapere" både bildemessig og ellers, merkepunkter i utviklingen som kan danne basis for en historisk liste over historisk signifikante "verk". TV har etter 40-50 års historie også sine stilistiske og innholdsmessige topper i ulike genre, og går en til journalistikken vil det være en smal sak å grave fram tekster i ulike genre av mer eller mindre signifikante journalister og skribenter. Og hva med fotografiet = det journalistiske, det kunstnerisk ambisiøse, det kommersielle = her fins det da allerede visse bilder og fotografier som er viktigere enn andre?

Spørsmålet er hvorfor dette ikke blir gjort, hvorfor vi ikke av oss selv og våre studenter krever kjennskap til disse tekstlige tradisjonene, som i høy grad utgjør forutsetninger for de tekstene de møter i dagens mediesituasjon. Selv filmens kanon er pinlig svakt representert, selv om den faktisk er rimelig veletablert.

Svaret på spørsmålet er selvfølgelig det samfunnsvitenskapelige hegemoni som viser seg i den aktualitets- og policy-orienteringen folk som jeg selv på mange måter også støtter. Det er lettere å få innpass for "teori" og "metode" enn *konkret, historisk materialkjennskap og analytisk, fortolkende praksis*. Konsekvensene er at studentene våre blir meget usikre når de skal til å gjøre analyser, fortolkninger og vurderinger av konkrete tekster, f.eks. på hovedfagsnivå. Dette er desto verre siden de i sine framtidige jobber nettopp skal bedrive kritikk, undervisning, journalistisk virksomhet eller film- og TV-produksjon, altså nettopp *arbeide med tekster*. Begrepene om historie og historiske utviklingstrekk blir dessuten uten arbeid med gamle tekster meget lett til ekstremt tynne abstrakter. Følgelig blir forestillingene om historiske perioder tilsvarende uklare og vi risikerer hårreisende misforståelser og sammenblandinger i alt som har med

historie å gjøre. De tekst-teoretiske begrepene blir tilsvarende tynne abstrakter, og forståelsen av forholdet mellom begrepene og de fenomener de er tenkt å si noe om blir svakt utviklet. I noen tilfeller kan en konstatere at studentene nærmest blir dummere av å studere = de glemmer sine egne erfaringer og praktisk common-sense-fornuft så lenge de er på universitetet, og kjemper i stedet med uforståtte abstrakter uten forbindelse til deres eget mediekonsum og liv forøvrig. Først på hovedfags- og doktorgradsnivå blir det endringer i disse forholdene, og det er etter min oppfatning for seint: For mye av studiene og undervisnings- og veiledningsinnsatsen blir lett av elementær karakter. Dette kan over tid kanskje føre til at den teoretiske utviklingen og dermed det generelle refleksjonsnivået på feltet blir hemmet.

Dette resonnementet er ikke av bare bergensk eller norsk interesse. Det er heller ikke noe som bare humanister vil kunne se poenger i. Mange samfunnsvitenskapelige medievitene har også fag som litteraturvitenskap og kunsthistorie i sin studiebakgrunn, og trekker på lærdom derfra = og ikke minst på disse fagenes kunstneriske materiale = i sin forskningspraksis. Det er heller ikke noe som bare angår studiefaget medievitenskap, det angår i høyeste grad forskningen = og det på internasjonalt nivå.

Det er ikke helt enkelt å plassere nordisk medieforskning i det landskapet av "skoler" eller "retninger" som dyrkes i internasjonale forskningssammenhenger. I vår del av verden er vi stort sett mer eklektiske og mindre opptatt av merkelapper og grensetrekninger. Dette til tross for en markert britisk innflytelse.

Jeg sier "til tross for", fordi medieforskningen i Storbritannia har vært meget "skole"-segregert de siste tjue år. Det fins noe som heter "political economy"-tradisjonen, og denne retningen har i to tiår stått i opposisjon til en annen "skole" eller "retning", nemlig "cultural studies". Det foregår stadig polemikk mellom disse to retningene, og jeg har interessert meg for motsetningsforholdet mellom dem av flere grunner. For det første har jeg vært opptatt av cultural studies siden studietiden på 70-tallet, for det andre leste jeg på den tiden også *Kapitalen* og annen litteratur innenfor det som heter Kritikken av den politiske økonomi. Jeg oppfattet ikke disse to typene lesning og impulser som prinsipielt i motstrid til hverandre, og det gjør jeg heller ikke nå. Men i medieforskningen fins det altså strid mellom to skoler som er knyttet disse to retningene.

Temperaturen i denne striden henger ikke minst sammen med at de begge har opphav i nettopp 70-tallets marxistisk inspirerte radikalisme. Å lese polemikk mellom dem er til dels som å møte ekko'er fra 70-tallets akademiske stridigheter i politisk teori. Den gang het det, med Georg Johannesens formulering, "vi er mye marx'ere enn dere". Det dreide seg, stadig ifølge Georg Johannesen, om å kunne "marxe". I engelsk medieforskning heter det noe sånt som "vi er mye mer kritiske enn dere". Men røttene i 70-tallsmarxismen er ikke det eneste de to retningene har felles. De har også felles at de ikke interesserer seg for kunst og kultur annet enn som ideologiske størelser i betydningen mer eller mindre falske virkelighetsgjengivelser eller, eventuelt, mer eller mindre tjenlige i forhold til en eller annen form for "motstand", eller "frigjøring" eller til og med kanskje "revolusjon". Fordelen med cultural studies er at denne retningen i noen grad interesserer seg hvordan medienes tekster faktisk er skrudd sammen, noe folk i "political economy" stort sett *aldri* arbeider med. Dette er og blir et slående hull i deres vitenskapelige arbeide, ettersom deres egen politiske kunnskapsinteresse klart burde gjøre dem interesserte i *hvordan*, nærmere og mer konkret bestemt, medienes tekster er i stand til å influere ideologiske forståelsesmåter og dermed det borgerlige samfunnets overlevelseskraft.

Dette er bare ett eksempel på at det etter min oppfatning ikke nødvendigvis er så mye å hente i de tradisjonelt sterkeste inspirasjonskildene utenfor Norden i det jeg mener må skje med den teoretiske og metodiske orienteringen i medievitenskapen. Jeg mener det er nødvendig med en sterkere orientering mot og fordypning i estetiske og filosofiske emner. Jeg skal av tidshensyn fatte meg i korthet, men forhåpentligvis på en måte som får fram behovet for tenkning omkring disse tingene.

Når folk flest setter seg ned for å se en film eller et TV-program, lese en avis eller en bok, studere bilder eller lytte til musikk, hva er de da interessert i? De vil engasjeres på en eller annen måte, og de er interessert i hva den teksten de tar for seg faktisk sier dem, betyr eller gjør for dem. Folk flest har altså en orientering mot den enkelte teksten og dens engasjerende evne, dens meningsinnhold og dens lystpotensiale. De vil opplyses om noe de ikke visste fra før, de vil underholdes, de vil ha en skjønnhetsopplevelse, de vil få nye perspektiver på seg selv og sin tilværelse, de vil lengst mulig bort fra den kjedelige hverdagen. For folk flest er det meget stor forskjell på å lese Dostojevski og å lese Jan Guillou. Det er en meget stor forskjell på opp-

levelsen av Kieslowskis og Steven Spielbergs filmer. Det er også stor forskjell på å lese seriøse avisartikler og tabloide sensasjoner. Folk flest *respekterer den enkelte teksten*. De har sine genreforventninger og de har alle mulige andre forberedende forutsetninger i møtet med hver enkelt tekst. Men de *tilegner seg den enkelte tekst og vurderer de ulike tekstene hver for seg*. Dette var en god artikkel, denne filmen fikk jeg virkelig noe spesielt ut av, dette var en tåpelig reportasje.

Dette har ikke bare åpenbar relevans for resepsjonsstudier.

Den fundamentalt *idiografiske* kunnskapsinteressen i seriøs analytisk omgang med tekster svarer meget godt til det folk flest gjør. En idiografisk kunnskapsinteresse er som kjent en interesse for det spesifikke ved enkeltfenomener. I medievitenskapen er det imidlertid en meget sterkt tendens til å gjøre en slik interesse suspekt. Selv forskere med humanistisk bakgrunn framstår nå gjerne med perspektiver på medieforskning som innebærer at vi utelukkende skal interessere oss for tekster som *elementer i sosial interaksjon*, som elementer som inngår i større sosiale sammenhenger, og *det er disse større sosiale sammenhengene som vitenskapen "egentlig" skal ha som objekt*. Tendensen i medievitenskapen i dag er med andre ord i all hovedsak *nomotetisk*, lov-søkende, en orientering mot *sosiale regelmessigheter*.

Dette kan umulig danne grunnlag for en *kritikerfunksjon* som kan virke veiledende for både produsenter og publikum. *For både produsenter og publikum er "idiografisk" orientert*. En manglende orientering mot den enkelte teksten og dens kvaliteter undergraver helt sentrale samfunnsmessige funksjoner for medievitenskapens forskere og studenter. Vil vi produsere studenter og forskere som ikke er i stand til å framlegge solid begrunnede oppfatninger av hva som er godt og dårlig i medietilbudet? Hvis vi ikke vil det, må vi i langt sterkere grad gi rom for estetiske teorier og analytisk praksis i forhold til tekster, inngående studier av tekster og deres kvaliteter. Dette innebærer også en åpning for de "meningsløse" aspektene ved alle mulige tekster, altså alt fra danseopptrinn i TV-shows og musicals til rytmikkens fascinasjonskraft i både verbale og audiovisuelle og rent musikalske tekster. Vi trenger ikke bare en medie-"hermeneutics", vi trenger også en medie-"erotics", for å parafra- sere Susan Sontag.

Det andre poenget gjelder så behovet for historisk og filosofisk fordypning og refleksjon. Samfunnsvitenskapene ble utskilt fra humaniora for ganske kort tid siden, historisk sett. (I Bergen forlot

sosialantropologien filosofisk institutt så seint som på 60-tallet.) Den historiske hukommelsen er kanskje bl.a. av den grunn gjennomgående kortere i samfunnsvitenskapene enn i humaniora, som stadig er opptatt av 2500 år gamle innsikter. Med kort historisk hukommelse følger også tendensen til å finne opp hjulet på nytt hvert tiår, og dessuten en tendens til manglende refleksjonsdybde. *Ad fontes!* = til kilden = er en god, gammel parole. Den vaksinerer mot dumme misforståelser av mange slag. La meg gi et eksempel.

I de siste år har Pierre Bourdieus arbeider blitt svært populære i mange kretser. Hans berømte distinksjon mellom "barbarisk" og "ren" smak er med god grunn tatt inn i mange medievitenskapelige arbeider. Men denne distinksjonen er uttrykkelig basert på Immanuel Kants estetiske teori i *Kritikk av dømmekraften*. Hvor mange medievitere har lest denne utteksten? Den samme Immanuel Kant skrev en flott liten tekst som heter *Was ist Aufklärung?*, "Hva er opplysning?". Hvor mange medievitere har lest denne før de gir seg i kast med vurderinger av folkeopplysningstanken og public service broadcasting og offentlighetens aktuelle tilstand og post-modernismens kritikk av Opplysningsprosjektet? Meget få, vil jeg påstå. Denslags overlates til andre disipliner, til filosofer, litteraturvitere og seriøse sosiologer og statsvitere. Dermed markeres medievitenskapen som en plebeisk vitenskap, en anvendt disiplin, der svarene på de grunnleggende spørsmålene innhentes fra andre hold.

Den altfor utbredte estetiske og filosofiske uviitenhet i medievitenskapen er blant annet en vesentlig grunn til at nettopp Bourdieu både i Norden og i USA og Storbritannia gjentatte ganger er presentert som en enkel populist. Dermed blir det selvfølgelig vanskelig å fatte at han de siste årene nettopp har markert seg som en glødende forsvarer av kunstens autonomi, av den seriøse offentlige samtalen og av kunnskapens status som allment gode. Ved et nærmere studium av Kant ville denne utviklingen kanskje blitt mindre overraskende.

Oppsummerende vil jeg gjerne understreke at de ti årene som har gått siden jeg offisielt og formelt kom i fast stilling i medievitenskapen har vært meget spennende år, der utviklingen har gått forbløffende fort. Det er veldig mange, store og positive forandringer og faglige resultater å se tilbake på. Nettopp derfor er også tiden inne til å se nærmere etter om det er noe vi har mistet eller oversett på veien. Og her mener jeg altså vi må gå ned til noen grunnleggende spørsmål.

Jeg betrakter meg fortsatt ofte som en slags "feilplassert sosiolog" når jeg opptrer i estetisk-faglige sammenhenger. Jeg oppfatter meg imidlertid også iblant som "feilplassert estetikker med filosofiske og historiske interesser" i medievitenskapelige sammenhenger. I de sistnevnte feltene fins det etter min mening svært verdifulle innsikter å hente for både samfunnsvitere og humanister, for både idiografisk og nomotetisk orienterte forskere. Medievitenskapen er som et vitenskapsteoretisk og forskningspraktisk laboratorium i kraft av sin tverrfaglige karakter. Alle kan ikke gjøre alt, og vi trenger absolutt til spesialister på ulike delområder, både emnemessig, teoretisk og metodisk. Men vi kan heller ikke leve og utvikle oss som felt hvis vi i tråd med dum liberalisme ganske enkelt erklærer "fredelig sameksistens" som målsetning, etter den gamle hippie-devisen "you do your thing, and I'll do mine". Den norske dikteren Bjørnstjerne Bjørnson sa en gang at "fred er ej det bedste, men at man noget vil". Vi må stadig regne med noen konfrontasjoner, og vi kommer ingen vei uten å erkjenne motsetninger og forskjeller.

I ti år har i alle fall de "feilplasserte sosiologene" så å si levd ut sine sosiologiske sider, og det har bidratt til fred i denne delen av verden. Svært mange av våre samfunnsvitenskapelige kolleger og venner, samt sosiologiserte humanister, bør i det kommende tiåret kunne følge oss i nærmere undersøkelser av våre historiske, filosofiske og estetiske forbindelseslinjer.

