

television

# Pierre Bourdieu

## Om televisionen

följd av

## Journalistikens herravälde

Översättning: Mats Rosengren

Brutus Östlings Bokförlag Symposion  
Stockholm/Steinag 1998

I serien "Moderna franska tänkare"  
ingår följande titlar:

- Georges Bataille: *Den fördömda delen*
- Georges Bataille: *Litteraturen och det andra*
- Emile Benveniste: *Människan i språket*
- Peter Bexell: *Kyrkan som verktyg*
- Henri de Laubacs fundamentaleklesiologi
- Pierre Bourdieu: *Homo Academicus*
- Pierre Bourdieu: *Kultursociologiska texter*
- Pierre Bourdieu: *Om televisionen*
- Pierre Bourdieu: *Texter om de intelligenta*
- Louis-Jean Calvet: *Kolans historia*
- Connelly Castonachs: *Filosofi, politik, autonomi*
- E. M. Cioran: *Bitterhetens syllogismer*
- E. M. Cioran: *Historia och utopi*
- Gilles Deleuze: *Foucault*
- Jacques Derrida: *Sabbat*
- Didier Eribon: *Michel Foucault (1926-1984)*
- Torberg Foss: *Psykoanalysens hemlighet*
- Samtal med Åsa Hanska psykoanalytiker
- Michel Foucault: *Diskursens ordning*
- Karin Franzén: *Att översätta kärslan*
- En studie i Julia Kristevas psykoanalytiska praktik
- Bosse Holmqvist: *En ny vetenskap?*
- En kritisk läsning av Edgar Morin
- Luce Irigaray: *Konsskillnadens etik och andra texter*
- Peter Kemp: *Döden och maskinen*
- Introduktion till Jacques Derrida
- Bengt Kristensson Uggla: *Kommunikation på bristningsgränsen*
- En studie i Paul Ricoeuss projekt
- Emmanuel Lévinas: *Etik och oändlighet*
- Emmanuel Lévinas: *Tiden och den andra*
- Toril Moi: *Simone de Beauvoir*
- Jürgen Reuter: *Falad lysna*
- Introduktion till Jacques Lacan
- Paul Ricœur: *Förståelse och handling*
- En antologi om hermeneutik
- Eliane Roudinesco: *Jacques Lacan*
- Tzvetan Todorov: *Symbolik och tolkning*

# Förford!

Jag har valt att hålla de här båda föreläsningarna i TV för att söka nå en större publik än den som vanligen följer en föreläsningsserie vid Collège de France. Jag tror nämligen att televisionen, i kraft av en rad mekanismer som jag i korthet ska söka beskriva (en djupare och mer systematisk analys hade krävt betydligt mer utrymme), är ett verkligt hot mot alla former av kulturproduktion: konst, litteratur, vetenskap, filosofi och rättsväsen. Ja, tvärt emot vad som tänks och sägs, även av ansvarskännande och ärligt menande journalister, tror jag att den är en fara även för det politiska livet och demokratin. Detta vore lätt att bevisa genom en analys av den behandling som televisionen, åtföljd av en del av pressen, i sin jakt på största möjliga publiksiffror, givit främlingsfientliga och rasistiska pro-vokatorers uttalanden och handlingar, eller genom att visa hur den dagligen underblåser ett trångsynt och snävt na-

---

1. Den efterföljande texten är en reviderad utskrift av två föreläsningar vid Collège de France som den 18 mars 1996 i sin helhet inspelades på video och i maj samma år sändes i TV-kanalen Paris Première ("Sur la télévision" och "Le champ journalistique et la télévision", Collège de France/CNRS audio-visuel). I ett appendix återges en artikel (ursprungligen publicerad som inledning till ett nummer av *Actes de la recherche en sciences sociales* på temat televisionens makt) som mer koncentrerat presenterar de båda föreläsningarnas tema. [Den svenska översättningen har dessutom, på begäran av författaren, kompletterats med en kortare text om de olympiska spelen samt ett nyskrivet efterord. Övers. amn.]

tionellt, ja rent av nationalistiskt politiskt synsätt. För att inte misstänkas för att dra växlar på något exklusivt franskt vill jag bara påminna om ett av den amerikanska televisionens många sjukdomssymtom: mediebehandling- en av rättegången mot O. J. Simpson eller, mer nyligen, dess sätt att blåsa upp ett vanligt mord till ett "sexuallbrott", med de överblickbara juridiska konsekvenser detta oundvikligen för med sig. Men den bästa illustrationen av de faror den hejlsösa konkurrensen om tittarsiffror medför är kanske en ännu färskare händelse, en incident mellan Turkiet och Grekland. En privatägd TV-kanals krigiska uttalanden om ett litet skär vid namn Imia försatte samtliga privata grekiska TV- och radiostationer i ett delirium av nationalistisk upphetsning, ytterligare uppskat av dagspressen. På den turkiska sidan tog deras motsvarigheter friskt upp bataljen, i kampen om tittarsiffror drivna av samma inneboende logik. Mobiliseringsappeller, landsättning av grekiska soldater på holmen, Hotellflyttningar: det var på håret att ett verkligt krig hade utbrutit. Kanske ligger det väsentligt nya i de explosioner av främlingshat och nationalism vi kunnat bevittna i Turkiet och Grekland och än värre i det forna Jugoslavien, men också i Frankrike och på andra håll, i de möjligheter att ohämnat utnyttja grundläggande drifter som de moderna kommunikationsmedlen erbjuder.

För att respektera den överenskommelse jag gick med på inför detta debatinlägg i föreläsningsform lade jag mig vinn om att uttrycka mig på ett sätt som skulle kunna förstås av alla. Det tvingade mig i flera fall till förenklingar och approximationer. Till skillnad från (eller i motsats till) televisionen ville jag koncentrera mig på det viktigaste, det vill säga resonemang. Därför valde jag i samför-

stånd med producenten att strunta i alla formella arrangemang och kameravinklar och avstå från illustrationer – klipp ur TV-sändningar, faksimiler av dokument, statistiska tabeller etc. – som förutom att ta upp dyrbar tid kunde ha riskerat att bryta linjen i en framställning avsedd att hålla sig till argumentation och bevisning. Kontrasten mot den vanliga television som analysen riktades mot var avsevärt vald för att hävda den analytiska och kritiska diskursens autonomi, om så i den till synes tunga och pedantiska, didaktiska och dogmatiska formen av en så kallad katederföreläsning. En sådan typ av resonerande framställning, som steg för steg trängts ut från TV-mediet (i USA sägs regeln för politiska debatter vara att inget inlägg får överskrida sju sekunder), förblir desittom det säkraste sättet att motverka manipulation och att hävda rätten att tänka fritt.

Samtidigt är jag väl medveten om att den kritik i ord som står mig till buds bara är ett mindre effektivt och främligare substitut för vad som kunnat vara en genuin kritik av bilden genom bilden, i stil med den som skymtat på diverse håll, alltifrån Jean-Luc Godard i *Tout va bien*, *Le i et ailleurs* eller *Comment ça va* fram till Pierre Carles.<sup>2</sup> Jag är också medveten om att min kritik rör sig i förlängningen av, och kanske kompletterar, den som outtröttligt bedrivs av bildens yrkesmän i deras kamp för den egna kommunikationskodens oberoende och självständighet och

2. Av de tre Godard-filmerna har bara den första visats i Sverige ("Allt går framt" 1971); de båda andra är från 1976. Pierre Carles är en ung TV-journalist som har gjort kritiska reportage om TV-själör. Han har också gjort en film på temat "Kan man säga allt i TV?", som inte har visats i TV. För tillfället är han portförbjuden på de större franska TV-kanalerna. Övers. *amm*.

framför allt den bildkritik som just och återigen Godard gett ett fördömligt prov på med sin analys av ett av Joseph Kratts fotografier och av sätten att använda det. Jag kan utan vidare ställa mig bakom det program han där formulerar: "Detta arbete innebär att börja rikta politiska li mitt fall sociologiska] frågor till bilderna och ljuden, och till *relationen* dem emellan. Att inte längre säga sig: 'Det är en bra bild', utan: 'Det är bara en bild'; inte längre: 'Det är en nordstatsofficer till häst', utan: 'Det är en *bild* av en häst och en officer'."

Jag skulle önska, men har inte alltför stora förhoppningar på den punkten, att mina analyser inte upplattas som "angrepp" på journalister och TV i största allmänhet, inspirerade av en reaktionär längtan tillbaka till en kultur-TV av typ *Télé Sorbonne* eller av en lika bakåtsträvande blindhet för vad TV dock kan bjuda, till exempel i vissa reportage. Även om jag befarar att de framför allt kommer att ge ny näring åt den narcissistiska självelästen inom en journalistvärd som så gärna med lätsad självkritik ser sig i spegel, hoppas jag att de ska kunna bidra till att ge redskap eller vapen åt alla dem som, inte minst på bildens eget område, kämpar för att hindra att något som skulle kunna bli ett utmärkt instrument för direkt demokrati förvandlas till ett instrument för symboliskt förtryck.

## I. SKÅDEPLATSEN OCH DESS KULISSER

# Journalistikens herravälde<sup>17</sup>

Ännet för denna text är inte "journalisternas makt" – och än mindre journalistiken som "den fjärde statsmakten" – utan det herravälde som *mekanismerna* inom ett journalistiskt fält som allmer påtvingas marknadens krav (läsarnas och annonsörernas) utövar i första hand över journalister (och över intellektuell-journalisterna) och däreför, och delvis genom journalisterna, över de olika fälten för kulturell produktion: det juridiska, det litterära, det konstnärliga och det vetenskapliga fältet. Det gäller alltså att undersöka hur det strukturella tvång som utövas av detta fält (vilket i sin tur domineras av marknadens krav) mer eller mindre djupgående förändrar styrkeförhållandena inom de olika fälten, hur detta tvång påverkar vad man gör och vad man producerar inom de övriga fälten och hur det kan skapa mycket likartade effekter inom fenomenellt sett mycket olika universa. Detta måste göras utan att man hänfaller åt endera av två motsatta missuppfattningar: illusionen om något hittills osett och illusionen om något som ständigt är detsamma.

---

17. Jag tänkte det skulle vara bra att bifoga denna text, som redan publicerats i *Artes de la recherche en sciences sociales*, där jag i en mer strikt och kontrollerad form går igenom de flesta av de teman som jag här ovan presenterat på ett mer tillgängligt sätt.

Det herravälde som det journalistiska fältet och, via detta fält, marknadslogiken har även över de mest autonoma av den kulturella produktionens fält är inget radikalt nytt. Man skulle utan problem kunna använda texter skrivna av förra seklets författare för att skapa sig en fullständigt realistisk bild av herraväldets mest genrellt effektiva inom dessa skyddade universa.<sup>18</sup> Men man får se upp så att man inte förbiser det specifika i den nuvarande situationen. Denna uppvisar karakteristika som, förutom de överensstämmelser som är resultatet av homologiefekter, relativt sett saknar motstycke. De effekter som framväxten av televisionen haft inom det journalistiska fältet och, via detta, inom de övriga fälten för kulturell produktion är ojämförligt mycket mer betydelsefulla (såväl vad gäller omfång som intensitet) än de som den industriella litteraturen (masspressen och följetongerna) hade då den dök upp och fick författarna att reagera med indignation och motstånd (enligt Raymond Williams stannar de moderna definitionerna av "kultur" från dessa reaktioner).

Journalistikens fält påbörjar de olika fälten för kulturell produktion en samling effekter som såväl till form

18. Man kan övertyga sig om detta genom att läsa Jean-Marie Goulemonts och Daniel Osters *Genes de lettres. Écrivains et Bohèmes* (Milleval, Paris, 1992) där man finner många exempel på de slags observationer och anteckningar som är konstitutiva för den spontana sociologi som författare producerar utan att därför vara på det klara med vad de gör, i synnerhet då de objektiviserar sina motståndare eller allt det som de ogillar i den litterära världen. Men den som är känslig för homologier kan också mellan raderna i en analys av 1800-talets litterära fält läsa in en beskrivning av de dubbla funktionerna inom dagens litterära fält (som Philippe Murray har gjort i sin "Des règles de l'art aux coulisses de sa misère" i *Art Press*, 186, juni 1993, s. 55-67).

som till verkningsgrad hänger samman med dess egen struktur, det vill säga med fördelningen av olika tidningar och journalister efter hurpass autonoma de är i förhållande till externa krafter (alltså läsarmarknaden och annonsermarknaden). Graden av autonomi hos ett spridningsorgan kan utan tvekan mätas genom att undersöka hur stor del av dess inkomster som kommer från annonser och från stadligt stöd (i form av reklam eller subventioner) samt genom annonsernas antal. De enskilda journalisternas autonomi är beroende av flera faktorer: Graden av presstatthet – då antalet möjliga arbetsgivare dras ned inom pressen ökar otryggheten både när det gäller att få och att få behålla ett arbete; den position som journalistens tidning besitter inom tidningarnas rum – alltså vilken plats den in-tar mellan den "intelektuella" och den "kommersiella" polen; hans eller hennes position inom tidningen eller pressorganet som ordinarie, frilans etc. – vilken bestämmelse såväl vilka stadgeenliga garantier journalisten åtnjuter (något som ofta hänger samman med hur känd han eller hon är) som lönen, vilken gör journalisten mindre utsatt för marknadsföringens mjukare former och mer oberoende i förhållande till de uppdrags- och brödskrivarierna genom vilka finansierarna utövar sitt herravälde; slutligen beror journalistens autonomi också på hans eller hennes förmåga att självständigt producera information – vissa journalister, som vetenskaps- eller ekonomijournalisterna, befinner sig i en särskild beroendeställning. Det är uppenbart att de olika "makterna", och då i synnerhet regleringsanknutna instanser, inte bara agerar via de ekonomiska tvång som de förmår uppbåda utan även genom det tryck som rättfärdigas av deras monopol på legitim information – och då tänker jag i första hand på de officiella

*källorna*. Detta monopol förser de regeringsanknutna och administrativa myndigheterna – som exempelvis polisen, men även de juridiska och vetenskapliga myndigheterna – med vapen att använda mot journalisterna i en kamp där de strävar efter att manipulera både information och dem som skall förmedla den, medan pressen å sin sida försöker manipulera dem som sitter inne med information för att komma åt den och försäkra sig om ensamrätt. Man får heller inte glömma den enastående symboliska makt som de stora, statliga auktoriteterna får genom att med sina handlingar, sina beslut och sina ingrepp i det journalistiska fältet (intervjuer, presskonferenser, etc.) fastställa *dagordningen* och bestämma hierarkiseringen av de händelser som påtvingas tidningarna.

### Några av det journalistiska fältets egenskaper

För att förstå hur det journalistiska fältet, mitt bland alla fält, kan bidra till att förstärka det "kommersiella" på bekostnad av det "rena", förstärka de producenter som förs av de ekonomiska och politiska makternas locktoner på bekostnad av de producenter som är mesthängivna försvaret av "yrkets" principer och värderingar, måste man notera att samtidigt som dess struktur är homolog med de övriga fältens så är den "kommersiella" polens tyngd mycket större inom detta fält.

Det journalistiska fältet konstituerades som sådant, på 1800-talet, i kring motsättningen mellan de tidningar som framför allt erbjöd "nyheter", och då helst "sensationsfylla", och de tidningar som erbjöd analyser och "kommentarer" och som lade sig vinn om att särskilja sig från de

förre genom att högljutt framhålla värdet av "objektivitet".<sup>19</sup> Inom fältet finner man en motsättning mellan två slags logiker och två slags legitimeringsprinciper: Erkännandet från kollegor, vilket tillkommer dem som mest fullständigt erkänner de interna "värdena" eller principerna, och erkännandet från de stora massorna, vilket visar sig i antal omnämningar, antal läsare, lyssnare eller åskådare – det vill säga i försäljningssiffror (bestsellers) och i ekonomisk förtjänst: i detta fall är alltså majoritetens val samtidigt och oundvikligen ett marknadens domslut.

Det journalistiska fältet har alltså, liksom det litterära eller det konstnärliga fältet, en specifik och i egentlig mening kulturell logik som påtvingas journalisterna genom nätverk av tvång och kontroller som ömsesidigt tynger varandra. Att respektera denna logik (vilken ibland betecknas som en etik) lägger grunden för ett gott renommé som yrkesman. Det finns faktiskt inte särskilt många positiva sanktioner som är odiskutabla, möjligen med undantag för "repriser" – men värdet och betydelsen av en repris beror av den position inom fältet som de har som genomför eller gynnas av

19. Om objektivitetens framväxt inom den amerikanska journalistiken som en produkt av försöken hos de tidningar som sökte vara respektabla att skilja information från populärpressens berättelser, se M. Schudson, *Discovering the News*, New York, Basic Books, 1978. Om hur motsättningen mellan journalister som vänder sig till det litterära fältet och månar om siffror och journalister som befinner sig nära det politiska fältet har, åtminstone i Frankrike, bidragit till denna differentieringsprocess samt till uppkomsten av ett verkligt "yrke" (och då främst reporterns) kan man läsa t. F. Ferenczis *L'invention du journalisme en France: naissance de la presse moderne à la fin du XIXe siècle*, Pion, 1993. Om hur denna motsättning ter sig inom fältet för franska dags- och veckotidningar samt om hur den är relaterad till olika läsningar och läsare, se P. Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement de goût*, Paris, Editions de Minuit, 1979, s. 517-526.

den. Och negativa sanktioner, exempelvis mot dem som struntar i att ange sina källor, står knappast att finna – så om man anger sina källor, i synnerhet om det rör sig om mindre organ, tycks det endast vara för att rentvå sig själv.

Men liksom det politiska och ekonomiska fältet – och i mycket högre grad än det vetenskapliga, konstnärliga eller fitterära fältet – prövas och bedöms det journalistiska fältet ständigt av marknaden, direkt via dess klientel och indirekt via *audimat* (även om de stadliga subventionerna kan skapa ett visst mått av oberoende i förhållande till marknaden omedelbara krav). Och journalisterna är utan tvekan mer benägna att tillämpa "audimat-kriterier" ("gör det enkelt", "håll det kort" etc.) i sin produktion och i sina bedömningar av produkter eller av andra producenter ("passar bra på TV", "säljer bra", etc.) ju högre positioner de besitter (kaféchefer, chefredaktörer etc.) och ju mer direkt beroende av marknaden deras organ är (en kommersiell TV-kanal i motsats till en kulturell, etc.). De yngsta och minst etablerade journalisterna är däremot mer benägna att framhålla "yrkets" värden och principer i opposition mot de "äldres" mer realistiska eller cyniska krav.<sup>20</sup>

Inom den specifika logiken hos ett fält som är inriktat på att producera något så flyktigt som nyheter tenderar

20. På samma sätt inom det litterära fältet är hierarkiseringen enligt yttre kriterier, det vill säga försäljningssträngängan, i stort sett omvänd i förhållande till hierarkiseringen enligt interna kriterier, det vill säga "seriös" journalistik. Komplexiteten hos denna klastiska uppdelning (som återfinns även inom det fitterära, konstnärliga och juridiska fältet) mångdubblas av att varje pressorgan – skriftligt, radioteletiskt eller televiserat – självt fungerar som ett under-fält och att man där återfinner den motsättning mellan en "kulturell" och en "kommersiell" pol som organiserar fältet som helhet. Det är alltså fråga om strukturer inneslagna i strukturer, enligt modellen a.b.b1-b2 (Dvs. "Som a förhåller sig till b, så förhåller sig b1 till b2", övers. *amm*).

konkurrensen om klientelet att bli en konkurrens om att vara först, det vill säga att bli en konkurrens om de nyaste nyheterna (om *scoop*) – och detta gäller naturligtvis i allt högre grad ju närmre den kommersiella polen man befinner sig. Marknadens krav kan göra sig gällande endast genom att de förmedlas av fälteffekter: många av de *scoop* som eftersträvas och uppskattas som trumfkort i kampen om att erövra klientel uppmärksammas faktiskt aldrig av läsare eller tittare utan endast av konkurrenterna (journalisterna är de enda som läser alla tidningar...).

Konkurrensen om att vara först är en del av strukturen och mekanismerna inom fältet. Som sådan lockar och gynnar den de agenter som begåvats med yrkesmässiga dispositioner som gör dem benägna att betrakta hela den journalistiska verksamheten som något som har med hastighet (eller brådska) och ständig förnyelse att göra.<sup>21</sup> Dessa dispositioner förstärks ständigt av den journalistiska praktikkens rytm som (vingar journalisterna att leva och tänka blott för stunden och att värdera information i förhållande till hurpass aktuell den är (tänk på TV-nyheternas nyhetsmarkomant). Denna rytm befrämjar ett slags permanent minnesförlust, som är baksidan av att ständigt hylla det nya, och en benägenhet att bedöma såväl produkter som producenter enligt kriterierna "ny" och "föråldrad".<sup>22</sup>

21. Den praktiskt taget osynliga censur som tynger allt som inbjudna i TV säger verkar ofta via helt godtyckliga tidsmässiga begränsningar.

22. Att påståenden som "det är föråldrad" i dag har kommit att ersätta all kritisk argumentation, och detta långt utanför det journalistiska fältets gränser, hänger samman med att de stressade pretendenterna har ett uppenbart intresse av att använda en värderingsprincip som ger de sist anförda, det vill säga de yngsta, ett odiskutabelt företräde och som, eftersom denna värderingsprincip kan reduceras till något i stil med en nästan tom motsättning mellan före och efter, gör det möjligt för dem att undslippa prövning.

En annan fälteffekt som är helt paradoxal och knappast ökar tilltron till påståenden om individuell eller kollektiv autonomi är denna: konkurrensen driver fram en permanent övervakning (som kan övergå i önsesedigt spioneri) av konkurrenternas aktiviteter i syfte att dra nytta av deras misslyckanden genom att undvika deras misstag och motverka deras framgångar. För att lyckas med detta försöker man använda sig av de medel man *tror* ligger bakom deras framgångar: speciella temanummer som man känner sig tvingad att ta upp, böcker som andra recenserat och som "man inte kan låta bli att tala om", inbjudna som man måste få med, ätunen som man måste "täcka" eftersom andra har upptäckt dem, ja man bräkar till och med om journalister – lika mycket för att hindra konkurrenterna från att få dem som för att man själv verkligen vill ha dem. I stället för att automatiskt skapa originalitet och mångfald tenderar alltså konkurrensen, här liksom på andra områden, att befrämja ensidighet i utbudet. Detta kan man lätt övertyga sig om genom att jämföra innehållet i de stora veckotidningarna eller i de radio- och TV-kanaler som när en stor publik. Ytterligare en effekt av denna mycket kraftfulla mekanism är att den på ett försätligt sätt påtvingar hela fältet de "val" som träffats inom de spridningsorgan som är mest direkt beroende av och mest direkt underställda marknadens domslut, som exempelvis televisionen. Detta bidrar till att inrikta produktionen mot att bevara redan etablerade värden, något som man kan se i de återkommande tio i topplistor genom vilka intellektuell-journalister försöker påtvinga fältet sitt sätt att se (och, genom "genjånster", framtvinga erkännande av sina likar). Listorna jämställer nästan alltid författare till mycket flyktiga kulturella produkter, som med stöd från

de journalist-intellektuella kan hålla sig kvar bland bästsäljarna i några veckor, med konsekrerade författare som på en och samma gång är "säkra värden" som konsekrerar den goda smaken hos de som konsekrerar dem och, såsom klassiker, bestsellers i det långa loppet. Detta innebär att även om de mekanismer som finns inom det journalistiska fältet nästan alltid får sin verkan via enskilda personers handlingar bestäms både intensiteten och inriktningen hos dem, liksom hos de effekter de har på andra fält, av den *struktur* som karakteriserar journalistikens fält.

### Inträngets effekter

Det journalistiska fältets herravälde stärker, inom varje fält, de agenter och institutioner som befinner sig närmast den pol som är mest dominerad av mass- och marknadseffekter. Dessa effekter blir kraftigare ju mer de fält som drabbas av dem själva, strukturellt sett, är underkastade denna logik och ju mer det journalistiska fältet (som är upphovet till effekterna), konjunktorellt sett, domineras av yttre tvång vilka, strukturellt sett, påverkar detta mer än de övriga fälten för kulturell produktion. Detta märks i dag till exempel genom att de interna sanktionerna håller på att förlora sin symboliska kraft. De "seriösa" journalisterna och dagstidningarna håller på att mista sin aura och måste själva ge efter för den marknads- och marknadsföringslogik som introducerats av den kommersiella televisionen. Vidare tvingas de kapitulera inför den nya legitimeringsprincip som bygger på konsekrering från det stora flertalet och på att vara synlig i medierna. För vissa produkter (kulturella och även politiska) och vissa "produ-

center" ersätter denna princip på ett skenbart demokratiskt sätt de specifika sanktionerna inom specialiserade fält. Vissa "analyser" av televisionen har rönt framgång bland journalister (i synnerhet bland dem som är mest känsliga för effekterna av *audimat*) på grund av att de ger den kommersiella logiken en *demokratisk legitimering* genom att de inskränker sig till att formulera ett problem som rör den *kulturella* spridningen och produktionen i *politiska* termer, det vill säga i en omröstningsterminologi.<sup>23</sup>

På så vis hotas autonomi hos de olika fälten för kulturell produktion av att det journalistiska fältet (som självt allmer dominerar, direkt eller indirekt, av den kommersiella logiken) utövar ett allt starkare herravälde. Inom varje fält förstärks därigenom de agenter eller företag som är mest benägna att falla till föga för den "yttre" profitens lockelser, eftersom de inte besitter lika mycket specifikt kapital (vetenskapligt, litterärt etc.) och eftersom de inte är lika säkra på att få del av de specifika vinster som fältet garanterar, nu eller i en mer eller mindre avlägsen framtid.

Det journalistiska fältets herravälde över den kulturella produktionens olika fält (i synnerhet när det gäller filosofiska och samhällsvetenskapliga frågor) utövas i huvudsak genom ingripanden från kulturproducenter som har en osäker plats mellan det journalistiska fältet och de specialise-

rade fälten (det litterära eller det filosofiska fältet, etc.). "Intellektuell-journalister",<sup>24</sup> som använder sin dubbla tillhörighet för att undvika de specifika kraven inom dessa båda universa och för att i det ena införa makt eller förmågor som mer eller mindre väl förvärvat i det andra, kan ge upphov till två betydelsefulla effekter. Å ena sidan kan de införa nya former för kulturproduktion som hamnar i ett svårbestämt mellanläge mellan universitetens esoterism och journalistikens exoterism. Å den andra kan de, främst genom sina kritiska omdömen, tvinga fram principer för hur kulturell produktion skall värderas. Genom att dessa principer förlänar vad som tycks vara en intellektuell auktoritet åt marknads sanktioner och förstärker den spontana benägenheten till *allopatia* hos vissa konsumentkategorier har de en tendens att förstärka effekterna av *audimat* och bestseller-listor (såväl när det gäller mottagandet av kulturella produkter som, i förlängningen, den kulturella produktionsen) genom att styra valen (exempelvis förläggarnas val) mot mindre krävande och mer säljbara produkter.

Och de kan räkna med stöd från dem som tar medelmåttiga kulturprodukter för avantgarderverk, eller som i namn av det sunda förnuftet talar illa om all avantgardistisk forskning (och då inte bara inom konstens område).<sup>25</sup>

24. Inom denna kategori med mycket vaga gränser måste man särskilja de kulturproducenter som, i linje med en tradition som etablerades i och med uppkomsten av en "industriell" produktion inom kulturområdet, använder journalistikens för att få medel till sitt uppehälle och inte eftersträvar att få makt (i huvudsak kontroll- och konsekvensmakt) över de enskilda fälten (Jdanov effekten).

25. En stor del av den kritik som den senaste tiden riktats mot den moderna konsten skiljer sig knappt, möjligen med undantag för prentionerna bakom domskälen, från de resultat man skulle få om man tog sig för att folkomrösta om avantgardekonsten eller, vilket skulle gå på ett ut, göra en opinionsundersökning om den.

eftersom de tror att "objektivitet" handlar om att kunna förföra sig och om något slags eklektisk neutralitet i förhållande till alla inblandade. Dessutom kan dessa senare räkna med bifall från (eller till och med ett hemligt samförstånd med) alla de konsumenter som, liksom de själva, har en dragning mot *alldoxin* eftersom de befinner sig på avstånd från "de centrala kulturella värdena" och har intresse av att för sig själva dölja hur pass begränsad deras tillägnelseförmåga är – allt enligt den självtbedrägeriets logik som väl sammanfattas i vad läsare av populärvetenskapliga tidskrifter brukar säga: "Detta är en vetenskaplig tidskrift på en mycket hög nivå och tillgänglig för alla."

På så sätt kan allt det komma att hotas som möjliggjorts av ett fältets autonomi och av dess förmåga att motstå de världsliga kraven, vilka i dag symboliseras av *audimat* och som 1800-talets författare uttryckligen vände sig mot när de revolterade mot tanken att konsten (detsamma kan sägas om vetenskapen) skulle kunna underställas domar förkunnade genom allmänna omröstningar. Då man står inför dessa hot finns det två strategier att ta till, mer eller mindre frekventa beroende på fältet och grad av autonomi: 1) Antingen visar man resolut var fältets gränser går och försöker återupprätta de demarkationslinjer som hotas av det journalistiska fänkandets och agerandets intrång, eller också lämnar man sitt elfenbenstorn (enligt Zolas modell) för att driva igenom de värden som formats inom elfenbenstornets murar – och då använder man alla tillgängliga medel såväl inom som utom de specialiserade fälten, ja även inom själva det journalistiska fältet, för att från utsidan försöka göra gällande de resultat och erövringar som autonomi möjliggjort.

Det finns vissa ekonomiska och kulturella villkor för

att man skall kunna göra upplysta vetenskapliga bedömningar och man kan inte begära att allmänna omröstningar (eller opinionsundersökningar) skall kunna lösa vetenskapliga problem utan att på samma gång utplåna själva förutsättningarna för den vetenskapliga produktionen, det vill säga den spärr som skyddar porten till den vetenskapliga (eller konstnärliga) staden mot ödeläggande invasioner från yttre, det vill säga oegentliga och felplacerade, produktions- och värderingsprinciper. Men detta innebär inte att spärren inte kan sprängas *från andra hållet* eller att det skulle vara helt omöjligt att på ett demokratiskt sätt söka sprida de insikter och den kunskap som autonomi möjliggjort. Förutsättningen för ett sådant agerande är dock att man klart inser att varje försök att sprida avancerad konst eller udda forskningsresultat innebär ett ifrågasättande av det journalistiska fältets *monopol på spridningsorganen* för konstnärlig och vetenskaplig information. Det innebär också en kritik av de föreställningar om vad den stora massan förväntar sig som konstrueras av den kommersiella demagogin hos dem som har möjlighet att tränga sig in mellan kulturproducenterna (till vilka man i detta fall kan räkna politikerna) och den stora konsumentmassan.

Avståndet mellan de professionella producenterna (eller deras produkter) och de vanliga konsumenterna (läsarna, lyssnarna, tittarna men också väljarna) har sin grund i autonomi hos de specialiserade produktionsfälten och är mer eller mindre stort, mer eller mindre svårt att överbrygga och, ur demokratisk synvinkel, mer eller mindre acceptabelt beroende på vilket fält det rör sig om. Och tvärt emot vad man skulle kunna tro finns detta avstånd även inom den politiska ordningen och svår mot dess ut-

talade principer. Trots att agenterna inom det politiska och det journalistiska fältet befinner sig i en ständigt kamp och konkurrensrelation och trots att det journalistiska fältet på sätt och vis innesluts i det politiska, där det har mycket kraftiga effekter, har båda fälten det gemensamt att de mycket direkt och utan stort spelrum för egen del är underställda marknadens och folkomröstningarnas sanktioner. Av detta följer att det journalistiska fältets herravälde förstärker tendensen hos det politiska fältets agenter att underkasta sig kraven och förväntningarna från det stora flertalet även om dessa ibland är känslomässiga, ogenomtänkta och ofta, genom de sätt på vilka de kommer till uttryck i media, konstitueras som krav på mobilisering.

Förutom då medierna använder de kritiska friheter och förmågor som autonomi möjliggör agerar de (och då i synnerhet den kommersiella televisionen) i linje med opinionundersökningarna, vilka de själva måste ta med i beräkningen. Trots att opinionundersökningarna också kan fungera som instrument för en rationell demagogi och förstärka det politiska fältets avgränsningar, etablerar de en direkt, *oförmedlad*, relation till väljarna, som sätter ut spel alla de kollektiva eller individuella agenter (som partier eller fackföreningar) som har socialt mandat att utveckla och föreslå välgrundade åsikter. Opinionundersökningarna omöjliggör för alla ombud och språkrör att göra anspråk på att inneha monopol på det legitima uttrycket för "folkets vilja" (ett anspråk de delar med de stora ledarskribenterna från förr) och samtidigt berövar dem förmågan att kritiskt utarbeta sina mandatgivares verkliga eller antagna åsikter.

Allt detta gör att det ständigt växande herravälde som ett journalistiskt fält som självt dignar under den kom-

mersiella logikens tryck utövar över ett politiskt fält som ständigt hemsöks av demagogins frestelse (i synnerhet då opinionsundersökningarna ger en möjlighet att bli demagogisk på ett rationellt sätt) bidrar till att försvaga det politiska fältets autonomi och, på samma gång, undergräva representanternas (politiska eller andra) möjligheter att hänvisa till sin expertkompetens eller till sin auktoritet som förvaltare av kollektiva värden.

Och hur skulle man kunna låta bli att som avslutning ta upp fallet med juristerna som, till priset av ett fromt hyckteri, förmår upprätthålla föreställningen om att deras domslut grundas i de transcendentala normer de försvarar och inte i yttre, och då främst ekonomiska, tvång? Det juridiska fältet är inte vad det tror sig vara, det vill säga ett universum fritt från allt dagtalande med politiska och ekonomiska nödvändigheter. Men det faktum att det lyckas vinna erkännande som ett sådant bidrar till att producera i högsta grad verkliga sociala effekter som i första hand drabbar dem som har till yrke att säga vad som är rätt. Men vad skulle ske om det kom till allmän kännedom att juristerna, dessa mer eller mindre allvarligt menande inkarnationer av det kollektiva hyckleriet, inte alls styrs av transcendentala värden och sanningar utan att de, i likhet med alla sociala agenter, genomkorsas av krav som vänder upp och ner på procedurer och hierarkier och drabbar dem med de ekonomiska nödvändigheternas tryck eller med de journalistiska framgångarnas locktoner?

# Förord

av Sven-Eric Liedman

Prinsessan Diana dog och begravdes under det största massmedieuppbåd som världen dittills skådat. TV-kanaler, radiostationer, tidningar tävlade om att ägna hennes sorgliga öde så många timmar och sidor som möjligt. Det var samma instanser som tidigare skapat den dubbla bilden av henne som lyxhora och madonna. Nu var det bara madonnan som togfördes; det var kvinnan som omfattade spejalska och aidsjuka och som engagerade sig i kampen mot landminor. Det var därtill den goda och ömna modern till två små Jesuspojkar. Dramat hade också sin Josef, bara eländigare än motsvarigheten i Bibeln. Han hette Charles och var prins av Wales.

TV-bevakningen av Dianans död var tämligen likartad i de flesta väst- och nordeuropeiska länder. Republiken Frankrike skilde sig inte så mycket från kungariket Sverige. TV bidrar till den internationella fikriktningen.

Det är därför inte överraskande att mycket av det som Pierre Bourdieu behandlar i denna bok är synnerligen välbekant för en svensk läsare. Hans kritik av hemlandets TV-kanaler kan i allt väsentligt riktas mot de svenska motsvarigheterna. Hans grundläggande analys kan med vissa modifikationer tillämpas också på förhållandena här.

Men det finns skillnader. Sverige har inte som Frankrike några "TV-filosofier" som ger ut böcker främst för att

TV skall få en anledning att bjuda in dem och låta dem utveckla sina alltför snabba tankar. Inte ens Torbjörn Lännsjö, som är så hemmastadd på Dagens Nyheters debattsidan, är en ständigt gäst i TV:ns olika pratprogram. I Sverige har över huvud inte de intellektuella den unikt starka position som de har i Frankrike. Här reser där för heller ingen så stora krav på autonomi och respekt som Bourdieu. Ibland får man ett intryck av att hans svenska motsvarigheter – om det finns några – snarare betraktar åtminstone de båda statliga kanalerna som en del av den överhet som de enligt gammal ämbetstradition skall tjäna. När TV kallar, ställer man därför upp, oavsett vilkoren för medverkande.

Vår motsvarighet till de lättviktiga franska TV-filosoferna är snarare en rad nationalekonomer som anser sig förmögna att yttra sig om allt mellan himmel och jord. De är också "fast thinkers" men ändå mer jordbundna än Bernard Henri Lévy och Alain Minc. Deras värld är pengar, räntor, skatter och vinster, och allt som inte kan uttryckas i ekonomiska termer omvandlas snabbt till sådana; det må vara sjukhus, skolor eller teatrar. De har den i TV-sammanhang ovärderliga egenskapen att utan förberedelser och på två raka minuter kunna yttra sig även om sådant som de inte vet något om.

Svensk TV lider nämligen liksom fransk av extrem tidsbrist. En analys får inte dra ut på tiden; då tröttnar tittarna. Samtidigt finns det mängder av tid för strunt och longörer: tomt prat i ett soffhörn, eller bevakning av mycket segdragna tillställningar (sändningen av prinsessan Dianas begravning tog många dyra timmar i anspråk). Journalisterna vet alltid vad "folk vill ha".

Detta har givetvis med den extrema känsligheten för

publiksiffror att göra. Vi är visserligen förskonade från *audimat* som i Frankrike registrerar hur många tittare som för ögonblicket följer ett program. Men vi har å andra sidan ständigt pågående publikundersökningar som nästan lika effektivt styr verksamheten. Kravet att nå en stor publik blir visserligen allt färfångare ju fler kanalerna blir och ju normalare det rastlösa *zaplandet* mellan programmen blir. Men drömmen om storpubliken lever fortfarande och bäddar också hos oss för program som söker en menlös normalitet och som inte vågar utmana någon opinion, några fördomar.

Pierre Bourdieu säger här att han inte saknar den gamla sortens folkupplysande, faderligt pedagogiska TV-program. Det är synd att han inte närmare utvecklar sin tanke; det skulle då bli lättare att urskilja en viktig skillnad mellan fransk och svensk tradition. Frankrike saknar de nordiska ländernas folkbildartradition: folkhögskolorna är sena och sällsynta importer där, studiecirklarna än mer exotiska, och till de anspråkslösa så kallade bondföreläsningar som gamla svenska professorer brukade hålla ute i småstäder och landsbygders föreläsningsföreningar har det inte funnits någon motsvarighet. Det är förhållanden som rimligen också påverkar de moderna massmediernas syn på sin publik. Upplysnings- och bildningsverksamhet via TV blir, där den alls förekommer, mer måstrande i Frankrike, mer försiktigt argumenterande (kanske också beskäftigt inställsam) i Sverige. De båda offentliga kanalerna i Sverige har fortfarande, som det heter på senaste svenska, ett "public-service-ansvar". Vad detta ansvar innebär är inte helt klart för de inblandade. Cyniker hävdar att det uppfylls med den kämfluffa programpunkten "Anslagstavlan". Men det är förvisso också ett argu-

ment bakom satsningar som "Röda rummet", "Nike" och "Samtiden" liksom ett och annat politiskt bakgrundsprogram, där folk får tala till punkt och inte ständigt avbryts av en allvetande programledare.

Det är å andra sidan tveksamt om dessa vänliga program i god nordisk folkbidartradition skulle finna nåd inför Pierre Bourdieus ögon. Frankrike och Tyskland slog för några år sedan ihop sina väldiga kulturella resurser i kvalitetskanalen Arte, som fortfarande gör ett imponerande intryck på en svensk tittare. Bourdieu finner däremot dess utveckling nedslående. Den var alltså från början kompromisslös i sin exklusivitet men låter sig nu, som andra kanaler, styras av publikens tycke och smak.

Därmed bryter Arte mot Bourdieus krav på autonomi. Det är samma autonomi som han gör anspråk på för de högklassiga intellektuella till vilka han utan att tveka räknar sig själv (och förvisso inte utan anledning). Hans hetliga krav på att få framföra sin mening utan intrång av massmediala förstäsigpare kan te sig oblyga; han kräver en enorm respekt för den sakkunskap han och hans fikar besitter. Det kan måhända fransjä som en ironi att en av hans främsta insatser som sociolog bestått i att relativisera den exklusiva position som de franska elitkolorna för att inte tala om hans eget Collège de France intar. När han nu ser den ställning som institutionerna tillförsäkrat honom och hans kolleger hotad av TV:ns omätliga molok slår han till mot inkräktaren med frenesi.

Men hans upprördhet är bara den känslomässiga sidan av det som är hans huvudtes i boken, nämligen den heteronomi eller utifrånstämning som hotar när ett massmedium, präglad av lust att behaga och roa alla och inte göra det svårt för någon, börjar prägla värdesystem och bedöm-

ningar även inom en rad läckområden, framför allt inom vad man ibland kallar mjuka vetenskaper som sociologi, psykologi, statsvetenskap, historia, estetiska ämnen och filosofi. Det är en tendens som är påfallande också i Sverige. Inomvetenskapliga värderingar framställs inte sällan som ålderdomliga, ovidkommande och kanske rent av fördomsfulla. Åmnessvenner med lätt bagage vad gäller sakkunskap men stor förmåga att charma TV-folk och tittare blir inte bara massmediala favoriter utan stärker även sina aktier inom ämnet. Men värre är det att massmediala modeller (och jag talar då inte om allvarliga förlöpp eller handlinger som kräver snabb vetenskaplig bevakning och behandling) mer och mer präglar val av forskningsuppgifter. Ofta blir effekterna tragikomiska. Forskning värd namnet är tidskrävande, och den som inspireras av modeflugor hinner inte forska färdigt, än mindre presentera sina resultat förtän modet försvunnit någon annanstans. Där slår man med en rapport som ingen längre intresserar sig för. De riktigt smarta bryr sig å andra sidan inte om forskningsdelen utan tillyxar omedelbart sina resultat för omedelbart massmedialt bruk.

Vad jag nu säger kan missförstås. Att popularisera vetenskap, inte minst humanitöra och samhällsvetenskaper, är viktigt. Popularisering är en svår konst. Men för att den skall vara värd någonting räcker det inte med att resultaten görs tillgängliga för icke-specialister. De måste också bygga på en solid grund. Aristoteles säger att tecknet på att man verkligen behärskar ett område är att man kan lära ut det. Det är ett klokt ord. Den solida kunskapen gör också att man kan se vad som kan förenklas och vad som inte kan det.

Men i den populariseringsprocess som oavfåtigen på-

går i TV liksom i andra massmedier är det alltför ofta journalisten, programledaren, som bestämmer hur populäriseringen skall gå till. För en tid sedan sände en svensk TV-kanal en debatt på det åter uppblussande temat "Arv och miljö". Två experter hade tillkallats, uppenbarligen för att företräda varsin ståndpunkt. Mannen i diskussionen, arvets representant, levde upp till förväntningarna, medan kvinnan, en terapeut, gång på gång påpekade att det var meningslöst att ställa frågan på sin spets: både arv och miljö var viktiga. Varje gång hon sökte utveckla denna ståndpunkt avbröts hon av programledarens inkvisitoriska: "Arv eller miljö?" Uppenbarligen var det inte ett verkligt kunskapsintresse som lockade fram den frågan utan övertygelsen att ett rejält gräl mellan experter, oavsett grälobjektets fruktbarhet, roar och förmöjer publiken. Dessutom kunde ingen stötas för pannan om båda extrems ståndpunkterna fick komma till tals. Terapeuten borde ställt hålla sig i det terapeutiska hon enligt programledarens logik hörde hemma i.

Det är dessa ständigt avbrytande programledare, ofta ganska okunniga eller rentav djupt obildade, som försvarar en vettig kunskapspridning i massmedierna. Därmed blir också opinionsbildningen lidande.

Samma tendens ser man också i behandlingen av politiken, ett område där Bourdieu finner TV:s roll fördånade. Politik är lyckligtvis inte främst en fråga för experter, men politiska frågor kräver ofta djup sakkunskap. Inte minst krävs det sakkunskap av en journalist för att kunna lyfta fram de viktiga, avgörande politiska frågorna och låta oväsentligt utanverk vila.

Men politiken är som Bourdieu påpekar ett område som anses i sig oglamoröst, trist och långtråkigt. Massme-

dierna ser det då som sin uppgift att sätta piiff på det politiska livet. Resultatet är välkänt: en abnorm personfixering och en förkärlek för så kallade affärer som ibland säger något, ibland ingenting alls om politikens villkor och de enskilda politikernas handel och Wandel. Upphetsningen kring Mona Sahlin är ett exempel. Kanske kan man säga att hon föll på eget grepp: hon var alltför inställsam mot mediernas representanter och följde blint deras nyckter tills hon oförsigtigt fann sig vara deras offer och inte deras hjältinna. Medierna visade ett mycket begränsat intresse för hennes politiska program, dolt under en sky av klämkaeka fraser.

Bourdieu nämner också i förbigående en annan allvarlig effekt av TV:ns logik: den ojämlikhet som skapas. De flesta människor har svårt att göra sig gällande i TV. Särskilt gäller det de lågutbildade och oprivilegerade. I stället för att hjälpa dem på traven brukar snabbtalande programledare och intervjuare formligen krossa dem under sin egen svada. Bourdieus exempel gäller den stora strejken i Frankrike häromåret. Det är inte svårt att finna motsvarigheter från Sverige, till exempel i reportage om arbetslösa, om missförhållanden på arbetsplatser eller om sjukvårdens och skolornas tilltagande misär.

Bourdieu krav till TV blir alltså till sist inte bara att låta lysande intellektuella som han själv utan också de sämst ställda i samhället komma till tals på egna villkor. Den elitism som talar ur den mer personliga delen av hans TV-kritik skall alltså balanseras av ett kompromisslöst krav på jämlikhet och demokrati.

Det är två krav – respekt för alla människor och respekt för verklig kunskap – som är minst lika viktiga i nyliberalismens Sverige.