

Håkon Larsen. Det diskursives dialektikk. En analyse av offentlige samtaler om kunst og kultur (side 63-84).

Artikkelen er publisert i **Sosiologisk Årbok 2008, nr. 3-4**.

Arkivert i DUO med tillatelse fra [Novus forlag](#)



Det diskursives dialektikk

– en analyse av offentlige samtaler om kunst og kultur

Håkon Larsen

Abstract¹

In this article an argument for a combination of Norman Fairclough's critical discourse analysis and Pierre Bourdieu's constructivist structuralism, in empirical studies of public conversations on art and culture, is put forward, and illustrated through the presentation of a case study. Discourses that seem to dominate the current state of the discursive order of art are presented, based upon an empirical study of conversations on art and culture in the Norwegian public service broadcaster NRK's cultural talk show *Store Studio*. The terms antagonism and hegemony, as they are defined by Ernesto Laclau and Chantal Mouffe, are implemented within Fairclough's framework. The term "post-antagonism" is then introduced to complement the theoretical framework that is presented. This term describes the current state of the discursive order of art, where it seems to be merging with the discursive order of economics. Post-antagonism then becomes a description of a discursive order that is in a transformative phase, with its future hegemonic state being uncertain. As a consequence of an order of discourse being in a post-antagonistic state, there is the possibility for new discourses to emerge, of which the discourse of "hipster culture" is an example taken from the case presented.

Trass i den lingvistiske vendingen i samfunnsvitenskapene hersker det fremdeles en del skepsis til diskursanalysen blant samfunnsforskere, relatert til relativistiske og kvasi-vitenskapelige aspekter ved forskningsmetoden. Den relativistiske skepsisen er inspirert av Jürgen Habermas' (1990) kritikk av fransk post-strukturalis-

tisk teori, og da spesielt det krypto-normative ved Michel Foucaults (2002a) forfatterskap.² Beskyldningene om kvasi-vitenskapelighet har i hovedsak kommet fra forskere som står i en deduktiv-nomologisk teoritradisjon (Mjøset 2001), senest uttrykt av Jon Elster (2006).³ Jeg er imidlertid av den oppfatning at diskursanalyse har mye å bidra med i samfunnsvitenskapelig forskning, og at den lar seg kombinere med sosiologisk teori som ikke har et post-strukturalistisk fundament. I denne artikkelen vil jeg argumentere for fruktbarheten av å anvende Norman Faircloughs (1992; 1995; 2007) kritiske diskursanalyse i empiriske undersøkelser av kommunikasjon, og videre for kombinasjonen av denne med Pierre Bourdieus (1990; 2006; Bourdieu & Waquant 1995) teoretiske rammeverk.

Fairclough har selv argumentert for at feltanalyse á la Bourdieu (1996c; 1996d) kan utgjøre den nødvendige strukturorienterte siden i kritisk diskursanalyse (Chouliaraki og Fairclough 1999: kap. 6). Han har videre latt seg inspirere av det dialektiske forholdet mellom teori og empiri hos Bourdieu (Fairclough 2007: 4). Intensjonene med denne artikkelen er å illustrere hvordan en slik kombinasjon kan anvendes på empirisk forskning gjennom å presentere resultatene fra en case-studie.⁴ Jeg har analysert offentlig kommunikasjon om kultur, hvor det empiriske materialet har bestått av sendinger av NRK Fjernsynets kulturelle talkshow Store studio.⁵ Sentrale funn fra analysen vil bli presentert, i form av de diskurser som preget aktørene i fjernsynsprogrammet samtaler, i tillegg til kunstens diskursive orden, slik den kom til syne i materialet. Artikkelen har således både et teoretisk og et empirisk siktemål. I forhold til det teoretiske argumenterer jeg for at Norman Faircloughs (1995) diskursanalytiske modell og Pierre Bourdieus (1996a; 1996c; 2006) teorier om symbolsk makt og sosiale felter til sammen gir et bedre utgangspunkt for beskrivelse av kommunikasjon om kunst og kultur i en empirisk virkelighet, enn perspektivene gir hver for seg. I tillegg argumenterer jeg for å tilføye begrepene om antagonisme og hegemoni, fra Laclau og Mouffe (2001) sin diskursanalyse, til Faircloughs teoretiske rammeverk. Videre introduserer jeg begrepet *post-antagonisme* for å styrke den kritiske diskursanalysen ytterligere. Jeg vil starte med en kort presentasjon av den empiriske casen, før jeg redegjør for Fairclough og Bourdieus teoretiske perspektiver, for endelig å presentere funn fra analysen i relasjon til det teoretiske utgangspunktet.

Kunstforståelser i en massemedial offentlighet

Utgangspunktet for studien var et ønske om å undersøke dominerende forståelser av kunst og kultur i den norske offentligheten.⁶ Grunnet mediens sentralitet i

offentligheten, fjernsynsmediets dominerende posisjon⁷ og NRKs særstilling i fjernsynsmarkedet (hva allmennkringkasteroppdrag angår), ble NRK brukt som en case for å analysere kunstforståelser i offentligheten. Jeg bruker begrepet kunstforståelse framfor kulturforståelse fordi sistnevnte fort kan gi konnotasjoner til bredere mønstre - i form av "[...] de ferdigheter, oppfatninger og væremåter personer har tilegnet seg som medlemmer av samfunn" (Eriksen 1993: 21) -, enn de kulturelle uttrykk i en snever forstand (Østerberg 1997: 11), som er i fokus her. Slik sett analyseres både forståelser av kunst og kultur i offentligheten, og NRK Fjernsynet som tilrettelegger for offentlige samtaler om kunst og kultur. Det er det første som vil være i fokus her.⁸

Av NRKs programmer ble Store Studio valgt grunnet dets representasjon av ulike kultursektorer. I dette programmet har man både såkalt kunst, finkultur og populærkultur som tema. Programmet er et aktualitetsprogram for hva som rører seg på kulturfronten i Norge og internasjonalt, og kan dermed gi innblikk i hvordan man tenker og snakker om kunst og kultur i NRK og den norske offentligheten. Ved at NRK gjennom allmennkringkasteroppdraget skal representere mangfold og uavhengighet fra kommersielle interesser, kan kanalens kulturtilbud sies å skulle gi et bilde av samtidens viktige, interessante og riktige kultur. Materialet som ligger til grunn for analysen er en næranalyse av fire sendinger fra vårsesongen 2005, valgt ut på bakgrunn av deres tematiske representativitet for programfilen som helhet. Siden et siktemål med denne artikkelen er å argumentere for en spesifikk teoretisk tilnærming til empirisk analyse av kommunikasjon, vil ikke det faktum at de samtalene som utgjør datagrunnlaget i den empiriske casen har foregått i et fjernsynsprogram, være gjenstand for en omfattende drøfting. NRK Fjernsynet blir altså her først og fremst betraktet som en sentral kilde til informasjon om kunstforståelser i offentligheten, og ikke som et studieobjekt i seg selv. La oss nå se nærmere på den diskursanalytiske tilnærmingen.

Kritisk diskursanalyse

Michel Foucault (1999; 2002a), som kan sies å ha utviklet diskursanalysen, undersøkte hvilke utsagn som regnes som sanne, gitte og meningsfylte innenfor en gitt diskursorden eller epistémé; et "uttrykk for en tidsalders generelle tankeammer eller koder, som definerer mulighetsbetingelsene for alle typer erkjennelse [...]" (Foucault 2002b: 452). I følge Foucault vil subjektene i sin kommunikative praksis i stor grad være underkastet diskursene, og de utsagn som her er gyldige, og subjektet blir derfor desentrert. Han er av den oppfatning at subjektet

ikke kommer til utfoldelse som et selvstendig og reflekterende subjekt i diskursene, men at diskursene snarere uttrykker seg gjennom individene (Jørgensen & Phillips 1999: 21-4).

Der Foucault (1999; 2002a) ser på diskurser som konstituerende for all sosial praksis, anses diskurser hos Fairclough (1992; 1995; 2003; 2007) for å være både konstituert og konstituerende, i sin relasjon til sosial praksis. Han fanger slik inn ikke-diskursive strukturer i sin kritiske diskursanalyse. Fairclough ser videre på det diskursive felt som bestående av flere diskursordener, definert som summen av de diskurser eller genre som brukes innenfor en sosial institusjon eller et sosialt domene (Fairclough 2003: 24). Fairclough har hentet begrepet om diskursorden fra Foucault (1999), men der sistnevnte hevder at det i en gitt historisk periode kun vil være én diskursorden eller epistémé som gjennomsyrer samfunnet og dets praksiser, relaterer altså Fairclough begrepet til ulike sosiale felt. Fairclough har klart å utvikle et diskursanalytisk begrepsapparat som anerkjenner sosiale strukturers innflytelse på det diskursive, samtidig som ”kjernen” i den diskursanalytiske tradisjonen (at den sosiale virkeligheten er diskursivt konstituert) ikke må vike.

Fairclough (1992; 1995; 2007) deler sin modell for diskursanalyse inn i tre nivåer, hvor enhver form for kommunikativ begivenhet inneholder alle elementene. Det første nivået er teksten, hvor man skal undersøke den lingvistiske konstruksjonen av diskurser og genrer. Det neste nivået er diskursiv praksis, hvor man er opptatt av å analysere hvordan teksten produseres og konsumeres, blant annet ved å se på interdiskursivitet og intertekstualitet. Det siste nivået er sosial praksis, hvor man er opptatt av å analysere forholdet mellom den diskursive praksis og den diskursorden den er en del av, samt å kartlegge de delvis ikke-diskursive sosiale og kulturelle relasjoner og strukturer som skaper rammen for den diskursive praksisen.

Formålet med en kritisk diskursanalyse er altså å undersøke forholdet mellom språkbruk og sosial praksis. Man skal undersøke både den kommunikative begivenhet og diskursordenen. Diskursordenen utgjør de ressurser som er tilgjengelige i den kommunikative interaksjonen. Men det er samtidig mulig å trekke på andre diskursordener i kommunikasjonen, og dermed være med på å påvirke den gjeldende diskursorden. Man kan dermed undersøke sosial og kulturell endring ved tekstanalyse av konkret kommunikativ praksis, hvor høy grad av interdiskursivitet vitner om sosial endring, mens lav grad av interdiskursivitet vitner om sosial reproduksjon (Fairclough 1992; 2007).

Gjennom inkorporeringen av ikke-diskursive strukturer, åpner Fairclough opp for en kartlegging av både diskursive og ikke-diskursive føringer på kommunikative begivenheter. Skillet mellom diskursiv og sosial praksis gjør det videre inter-

essant å komplettere hans perspektiv med annen sosiologisk teori. Faircloughs kritiske diskursanalyse er allikevel svak når det kommer til gode begreper for å beskrive sosial og politisk kamp og endring. Begrepene om intertekstualitet og interdiskursivitet fanger bare inn hvordan tidligere fastlagte diskursive strukturer influerer på diskursiv praksis, men er svake når det kommer til polariseringer innad i diskursordener. Modellen vil derfor styrkes ved å implementere begrepene antagonisme og hegemoni fra Ernesto Laclau og Chantal Mouffes (2001) diskursteorier.⁹ Det første begrepet henviser til at ”sociale aktører er *ude af stand* til at sikre sig deres identitet (og dermed sine interesser), og [...] konstruerer en ”fjende” som bliver gjort ansvarlig for dette ”svigt”” (Howarth 2005: 153). Begrepet hegemoni blir brukt for å beskrive ”sammenkædningen af forskellige identiteter og politiske kræfter i et fælles projekt og skabelsen av nye sociale ordener ud af en række forskellige, spredte elementer” (Howarth 2005: 158). Det dreier seg med andre ord om å konstruere og stabilisere meningssystemer eller hegemoniske formasjoner. Begrepet hegemonisk intervensjon beskriver den prosess hvor antagonismer oppløses, og entydighet opprettes, i form av en ny hegemonisk tilstand (Laclau 1993: 282, gjengitt etter Jørgensen og Phillips 1999). Begrepene vil slik fungere som analytiske kategorier i beskrivelser av kamper, endring og polarisering innenfor en diskursorden.

Siden Fairclough (1992; 1995; 2007) fremhever viktigheten av å ta med ikke-diskursive strukturer i enhver kritisk diskursanalyse, vil det være nødvendig å supplere hans modell med annen sosiologisk teori, som fokuserer på ikke-diskursive strukturers innflytelse på sosial handling. Pierre Bourdieus (1996c; 2006) teorier om sosiale felt og kapitalformer representerer et slikt perspektiv, og utgjør på flere måter et godt supplement til Faircloughs kritiske diskursanalyse. Begge forfatterne står i en marxistisk inspirert kritisk teoritradisjon. Fairclough (1992: 91) skiller seg imidlertid ut ifra den tradisjonelle marxismen ved at han hevder at aktører har mulighet til selv å skape sine egne forbindelser mellom ulike praksiser og ideologier, og videre å omstrukturere de praksiser og strukturer som posisjonerer subjektene i diskursene.¹⁰ En slik mulighet finnes også i Bourdieus teorier.

Konstruktivistisk strukturalisme

Bourdieu omtaler sin teoretiske sosiologi som en konstruktivistisk strukturalisme (Bourdieu & Waquant 1995), noe som kommer til uttrykk gjennom habitus-begrepet (hvilket utgjør kjernen i hans handlingsteori). Tre aspekter er vesentlige for å

gi en beskrivelse av hvordan habitus fungerer: For det første er habitus strukturert; habitus er formet av de omgivelser individene er vokst opp i. For det andre er habitus strukturerende; habitus utrustet aktørene med en viss handlingskompetanse, og setter de i stand til å forholde seg til verden på kreative og konstruktive måter. For det tredje er habitus kroppsliggjort - kultur gjort til "natur" (Bourdieu 1990: kap. 3). Begrepet innbefatter altså både produksjonen av sosiale strukturer og skjemaer for persepsjon, tanker og handlinger, samtidig som sosiale strukturers objektive eksistens blir inkludert.

En aktørs posisjon i det sosiale rom - en objektiv struktur av sosiale posisjoner som individer kan inneha (Bourdieu 1995; Bourdieu & Waquant 1995) - vil avhenge av ens habitus, og ens relative besittelse av økonomisk og kulturell kapital (som igjen er med å forme ens habitus). Bourdieu (1996a; 2006) opererer hovedsakelig med fire former for kapital for å forklare og avdekke former for sosial ulikhet og dominans, hvor den mest grunnleggende er den økonomiske, slik vi kjenner den fra Marx' (1969) terminologi. Der penger, eiendom, produksjonsmidler, råvarer o.s.v. utgjør ressursene til den økonomiske kapitalen består ressursene til den kulturelle kapitalen derimot av kunnskap, dannelses og utdanning, og kapitalen utstyret således aktører med en evne til å beherske kulturelle koder i samfunnet. Den mest grunnleggende formen for kulturell kapital eksisterer i kroppsliggjort form, tilegnet gjennom sosialisering. Den er en del av habitus og er predisponert til å fungere som symbolsk kapital fordi de sosiale forholdene for overlevering og tilegnelse er mer tildekket enn for økonomisk kapital. Den symbolske kapitalen kan sies å være en form som den kulturelle og sosiale (eksklusive sosiale relasjoner eller nettverk som individer kan anvende til å sikre ulike former for avkastning (Bourdieu 2006)) kapitalen kan fremtre i.

Symbolisk kapital er en hvilken som helst egenskap [...] som når den oppfattes av sosiale aktører forsynt med de persepsjons- og verdsettelseskategoriene som gjør det mulig å oppfatte, kjenne og gjenkjenne den, får symbolsk virkning, som en virkelig *magisk kraft* (Bourdieu 1996b: 89).

Besittelse av symbolsk kapital utrustet aktørene med symbolsk makt, "[...] denne usynlige makten som bare kan utøves med delaktighet av de som ikke vet at de ligger under for den, eller endatil ikke vet at de utøver den" (Bourdieu 1996a: 38).

I Bourdieus forfatterskap blir det særegne ved moderne samfunn at det oppstår en rekke autonome sosiale felter som har sin egen logikk. Han skiller mellom det økonomiske feltet, hvor man med legitimitet kan fremstå med sine egeninteresser og strategier for å akkumulere kapital, og de symbolske feltene, hvor man

skal skjule sine egeninteresser og ha en ikke-kommersiell innstilling. Et hvert symbolsk felt har en egen feltspesifikk kapital og feltets struktur er bestemt av styrkeforholdet i fordelingen av, og arenaer for investering og akkumulering, av denne. Feltene har altså en økonomisk karakter, men dette er noe som fornektes av aktørene, da de har en interesse av å være interesseløse (Bourdieu & Wacquant 1995; Bourdieu 1996c).

I et hvert felt vil det for det første kjempes om hva som til en hver tid skal være gyldig kapital på feltet, og for det andre om å akkumulere mest mulig av den til en hver tid gyldige feltspesifikke kapital. De som besitter mest av denne vil være de som har størst autoritet, eller symbolsk makt, på feltet (Bourdieu 1996c; 1996d).

Både Fairclough og Bourdieu har i sine teorier et dialektisk forhold mellom struktur og aktør. Gjennom begrepene om habitus og diskursiv og sosial praksis presenterer de teoretiske modeller som inkluderer både handlende subjekter, objektive strukturer og deres samspill. Jeg vil nå gå over til å presentere sentrale funn fra den empiriske analysen, og gjennom dette vise at Fairclough og Bourdieus perspektiver til sammen kan gi et nyansert perspektiv for analyse av verbal kommunikasjon i en mediekontekst.

Kunstens diskursorden

I den kontekstuelle (kunst)diskursordenen som jeg har undersøkt, er det hovedsakelig to hovedgrupperinger av diskurser som påvirket aktørens diskursive praksis. Disse har tradisjonelt stått i et antagonistisk forhold til hverandre. På den ene siden er det diskurser som relaterer seg til *akademia* og *kunsten som institusjon*. På den andre side, diskurser som relaterer seg til *markedet* og *folket*. I tillegg introduseres en diskurs, som ikke inngår i noen av disse grupperingene, men er et oppkomme av diskursordenens nåværende tilstand. Når det gjelder de to hovedgrupperingene, har jeg i mitt materiale identifisert to diskurser tilhørende hver av disse. Hva den første gruppering angår, kan det hovedsakelig skilles mellom to diskurser. For det første er det en akademisk preget *borgerlig kunstdiskurs*, hvor kunsten blir betraktet som en viktig kilde til dannelse. I en slik diskurs er man mer opptatt av å se bakover enn fremover. Kjennskap til kunst-, kultur- og filosofihistorie er høyt verdsatt, og blir betraktet som en forutsetning for god kunst- og kulturproduksjon. Ett kriterium for god kunst i en slik diskurs, er at kunsten sier noe om viktige filosofiske spørsmål; ”de tar opp i seg heile problematikken med å være menneske” (Frode Gryttenes beskrivelse av Haruki Murakamis bøker i Store

studio 28.2.2005). Et annet kriterium er om den er viktig for utviklingen av kunsten; ”Alt han har forsøkt klarer han å få til i ”Trekkoppfuglen”” (Store studio 28.2.2005). Romanen beskrives av forfatter Jens Johansson som god litteratur, fordi det er den mest vellykkede boken i Murakamis forfatterskap, sett i forhold til de tidligere bøkene. Og et tredje kriterium for god kunst er om den relaterer seg til samfunnet, og kommenterer viktige samfunnsmessige tema. ”Og for min del så er det jo sånn at eg syns ikkje at Ungdommens råskap, som film, er min beste film, men det er den mest sette filmen, det er den mest diskuterte, den mest omtalte filmen [...] man snakke om desse filmene i heile Norden” (filmregissør Margareth Olin, Store studio 4.4.2005). Dette tredje kriteriet dreier seg i stor grad om det som Adorno (1984) beskriver som kritisk kunst; at kunsten må forholde seg til samfunnet som sin andre, og søke å gi svar på de spørsmål som kommer herfra.

I tillegg til denne diskursen, er det innenfor den samme side i kunstens diskursorden (den som relaterer seg til akademia og kunsten som institusjon) en mer selvrefererende og intern kunstdiskurs, den *avantgardistiske diskurs*. Her er det sentrale nyskapning innen kunsten. Hvorvidt kunsten vurderes som god avhenger av om den bidrar til nytenkning innen dens respektive kunstgren. Denne diskursen relaterer seg i hovedsak til kunsten som institusjon, mens den borgerlige i større grad relaterer seg til akademias humanistiske tradisjoner. Romantiske kunstnermyter influerer synet på kunstneren innen den avantgardistiske diskursen:

Men han sier det at når han skriver så skjærer det ut i det underlige heile tia. Så han forstår det ikkje heilt sjøl da, men han forstår vel heller ikkje heilt kofor han skriver. Det e en gave som han har fått da som e ett eller anna som han ikkje kan forklare da.

Slik beskriver forfatter Frode Grytten, i Store studio den 28.2.2005, hvordan hans japanske kollega Haruki Murakami forholder seg til det å skrive.

På den andre siden i diskursordenen (siden som relaterer seg til markedet og folket) er det hovedsakelig to diskurser som det har blir trukket på i Store studios samtaler. Den ene er hva vi kan kalle en *pop-kulturell/kulturindustriell diskurs*. Pop-kultur-begrepet brukes for å betegne mainstream populærkultur, i form av eksplisitte kommersielle motiver, mens begrepet kulturindustriell viser til denne diskursive logikks manifestering i en rasjonalisering av utbredelsesteknikker, og den standardiseringen av produktene som følger av dette (Horkheimer og Adorno (1991)).¹¹

”Det er deler av livet mitt som har divapreg. Men det er ikke bra om man har diva-nykker. Det er et mareritt. Har man et godt hjerte, men har diva-image...”

(Store studio 4.4.2005). Utdraget er fra et intervju som programleder Per Sundnes har gjort med popartisten Mariah Carey. Ved at Carey benekter å ha divanykker, men ikke et diva-image, fremstår hun i et godt pop-kulturelt lys; image-bygging er helt ok, og til og med bejublet, noe usympatiske personlighetstrekk ikke er. En slik image-bygging er også noe som Sundnes praktiserer og vedkjenner seg. Han er klar over at det ikke er fullt ut akseptert å fremstå som en overfladisk person, som bare er opptatt av det ytre, og har derfor en ironisk distanse til sin pop-kulturelle fremtoning, slik at den blir redusert til et image og ikke en del av hans personlighet.

Den andre diskursen på denne siden i diskursordenen er en *nyliberalistisk (forbruks)diskurs*. Felles for begge diskursene er at kulturproduksjonen anses å være basert på individuelle ønsker, fremfor kollektive verdier (som er det sentrale innen diskursene på den akademiske/kunstneriske siden i ordenen, hvor kunsten, samfunnet, den humanistiske forskningen, og disses underfelter, utgjør ulike kollektiver). Videre er kvalitetskriteriene relatert til hvorvidt kunsten er vellykket med hensyn til økonomisk profitt; om man klarer å treffe tidsånden og gjøre kommersiell suksess, vurderes kulturproduktet som vellykket. Felles for begge diskursene er at de relaterer seg til markedet, og at det her er legitimt at kunsten har økonomiske motiver. Slik sett er de basert på en økonomisk logikk, men det er likevel en forskjell på de to. En pop-kulturell/kulturindustriell diskurs har i tillegg til en økonomisk kapital, en annen kapitalform som opererer etter den samme logikk som den økonomiske, nemlig en oppmerksomhetskapital. Aktører i felter for kulturell produksjon blir innen en slik diskurs tillagt motiver om et ønske om oppmerksomhet, i tillegg til et ønske om økonomisk profitt, og ens makt avhenger av ens relative besittelse av oppmerksomhetskapital, en kapital som tildeles av media og publikum. Det som kan sies å skille en pop-kulturell/kulturindustriell fra en nyliberalistisk (forbruks)diskurs, er altså at den første inneholder andre aspekter enn de rent økonomiske, aspekter som stjernedyrkelse og selvpromotering. Berømmethet blir her et mål i seg selv, og personer som er berømte tillegges en egenverdi, uavhengig av hva de har gjort for å oppnå denne berømmelsen. Media har spilt en sentral rolle for oppkomsten og utbredelsen av denne diskursen, og aktører som er preget av denne søker oppmerksomhet utenfor deres respektive symbolske felter. De tilhører således en uren side i feltet (Bourdieu 1996c).

[...] under den nylig avholdte filmfestivalen i Berlin så var det ikke en filmstjerne som var mest i fokus, men en popstjerne (Hans Olav Brenner, Store studio 21.2.2005).

Ja! Ja, de har en tendens til å stjæl rampelyset der de kan. Men det var George Michael som på en pressekonferanse angående en *dokumentar* som kommer om hanness liv annonserte at han skulle *trøkk sæ* ifra pop-bransjen (Per Sundnes, Store studio 21.2.2005).

Sundnes opererer her innenfor en pop-kulturell/kulturindustriell diskurs, ved at han er opptatt av den personen som er mest i fokus. Michael er i fokus fordi han skal trekke seg tilbake fra bransjen og rampelyset, og den beste måte å gjøre dette på er nettopp ved å være i rampelyset. Når Sundnes legger trykk på dokumentar og det å trekke seg, understreker dette at Michaels opptreden strider med diskursens logikk; en dokumentar ville skapt masse blest og han burde benyttet seg av dette ved å fortsette sin karriere, som filmen kunne blåst nytt liv i.

En nyliberalistisk (forbruks)diskurs er en kulturell diskurs influert av nyliberalistisk ideologi. David Harvey (2005) definerer nyliberalisme som

in its first instance a theory of political economic practices that proposes that human well-being can best be advanced by liberating individual entrepreneurial freedoms and skills within an institutional framework characterized by strong private property rights, free markets, and free trade. The role of the state is to create and preserve an institutional framework appropriate to such practices (Harvey 2005: 2).¹²

I vårt tilfelle er det altså snakk om nyliberalisme anvendt på kulturen.¹³ Innenfor denne diskursen anses markedet som den mest demokratiske form for organisering av kulturlivet, og markedet skal derfor bestemme hva som til enhver tid tilbys borgerne av kulturprodukter. I en slik diskurs er samfunnsborgernes primære identitet en forbrukeridentitet. I henhold til en liberalistisk logikk vil borgerne få det de vil ha, da logikken tilsier at tilbudet tilpasses etterspørselen. Når Toralv Maurstad, i Store studio 21.2.2005, sier at teateret ikke setter opp "Peer Gynt" fordi de er interessert i inntekter, men fordi folket er interessert i å se "Peer Gynt", og at teatret på grunn av dette tjener penger, trekker han på en nyliberalistisk (forbruks)diskurs; forbrukerne får det de vil ha, hvilket bevises i at de konsumerer det de blir tilbudt. En slik ideologi vil i en norsk kontekst kunne bidra til at aktørene som besitter mye økonomisk kapital vil komme til å dominere, da det er vanskelig for små aktører å operere i et så lite marked som det norske, all den tid kulturell globalisering (spesielt ved hjelp av internett) gjør verden mindre (det er ingen automatikk i at man kan leve av musikken bare man oppretter en MySpace-side).¹⁴

I moderniteten er det diskursene tilhørende den siden som relaterer seg til aka-

demia og kunstinstitusjonen som tradisjonelt har utgjort kunstdiskursordenen, mens de andre omtalte diskurser har vært en del av en økonomisk-politisk og en populærkulturell diskursorden. Størrelsene kunst og kapital skilte lag med modernismens avantgardebevegelse og *l'art pur l'art* kunstforståelsen, men er nå i ferd med å finne tilbake til hverandre igjen. Min analyse av kunstdiskurser i Store studio viser at diskurser tilhørende den siden som relaterer seg til markedet og folket, nå også utgjør en del av kunstens diskursorden. I følge Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli (2005) går en utvikling hvor man innenfor kunstneriske sfærer i økende grad bruker økonomiske termer også andre veien, i form av at man i næringslivet i økende grad låner begreper som design, image og kreativitet fra den kunstneriske sfære og slik estetiserer næringslivet. At markedstenkning og markedslogikker nå også er gyldige på kulturens område blir et uttrykk for en generell tendens i samfunnet, en form for "marketization of discourse" (Fairclough 1995: kap. 6), at markedslogikker og nyliberalistisk ideologi influerer stadig nye diskursive felt.

Neoliberalism has, in short, become hegemonic as a mode of discourse. It has pervasive effects on ways of thought to the point where it has become incorporated into the common-sense way many of us interpret, live in, and understand the world (Harvey 2005: 3).

Post-antagonisme

Aktørene som opptrer i Store studio trekker i sin praksis på diskurser fra antagonismens begge sider. Dette kan være et uttrykk for at det blant det kulturelle felts egne aktører oppleves som relativt uproblematisk å kombinere markedstenkning med interne kunstneriske verdier. Dette tyder på at kunstens diskursorden nå har antatt en *post-antagonistisk* form, hvor skillet mellom kunst og kapital oppleves som lite relevant, og man uproblematisk kan operere på tvers av de tradisjonelle skillene. I denne nye ordenen er man riktignok fremdeles klar over at denne grenseoverskridende praksis av noen kan oppleves som problematisk; det finnes fremdeles folk som opererer i henhold til de antagonistiske skillene og kun trekker på den ene sides diskurser, og derfor beskriver jeg dens form som post-antagonistisk fremfor hegemonisk. Store Studio-journalisten Per Sundnes trekker f. eks. bare på diskurser som relaterer seg til folket og markedet i sin diskursive praksis (men opererer med en ironisk distanse slik at det fremstår som et image, og ikke en del av hans personlighet). Imagebygging er sentralt i de økonomisk influerte diskursene i

kunstens diskursorden. Forfatterne Jon Fosse og Dag Solstads innspill i Aftenpostens merkevaredebatt i mars 2007 representerer et eksempel på noen som kun opererer innen modernismens tradisjonelle kunstdiskurser. Forfatterne ble beskyldt for å bygge opp et image rundt egen person, men uten en vilje til å vedkjenne seg dette, hvilket nettopp illustrerer de tradisjonelle kunstdiskursenes logikk, hvor markedsinspirert terminologi, i form av merkevarebygging, er et ikke-tema. Antagonismen har altså ikke fullt ut blitt oppløst gjennom en hegemonisk intervensjon, men er i en slags mellomposisjon mellom to hegemoniske tilstander.

Begrepet post-antagonisme kan altså supplere syntesen mellom Faircloughs (2003) begrep om diskursorden og Laclau og Mouffes (2001) begrep om antagonisme og hegemoni. Begrepet betegner en tilstand hvor en diskursorden er i en endringsfase, og hvor ordenens fremtidige struktur ikke er fastlagt. Ved å kombinere begrepene diskursorden, antagonisme, post-antagonisme og hegemoni, har man et begrepsapparat som er egnet til å beskrive et felts diskursive bevegelser. Det er ikke slik at om en antagonisme blir veltet ved en hegemonisk intervensjon, så vil den nye hegemoniske tilstanden oppstå i løpet av natta. Dette er prosesser som kan pågå over lang tid, og det er ikke gitt hva utfallet vil bli. I vårt tilfelle vil ordenens fremtidige hegemoniske tilstand kunne bli en form hvor kommersielle logikker blir legitimert i en hver sammenheng, eller den kan reversere utviklingen og presse markedsdiskursene tilbake til økonomiens diskursorden. Med tanke på nyliberalismens stadige utbredelse (Harvey 2005; Tranøy 2006) fremstår imidlertid det første scenariet som det mest sannsynlige.

At aktørene trekker på diskurser som tradisjonelt har blitt ansett å stå i et antagonistisk forhold til hverandre, vitner altså om sosial endring henimot at skillet mellom kunst og kapital oppleves som mindre relevant. Det er høy grad av interdiskursivitet om man fortsatt skiller mellom kunstens og økonomiens diskursorden. Om man imidlertid ser på kunstens diskursorden som en post-antagonisme, bestående av diskurser fra både kunstens og økonomiens diskursorden, er det ikke lenger høy interdiskursivitet, da aspekter ved økonomiens diskursorden nå utgjør en del av kunstens diskursorden, og at dette oppleves som naturlig av aktørene i deres diskursive praksis.

I følge Bourdieu (1998b: 79) dominerer fjernsynsmediet det journalistiske felt, som igjen dominerer alle andre felter for kulturproduksjon. Slik sett vil det at samtalene har foregått i fjernsynet ikke nødvendigvis bety at det som foregår her ikke har betydning for det som foregår internt i det kunstneriske felt. Selv om min analyse av kunstens diskursorden har vært en analyse av kunstens diskursorden slik den kommer til uttrykk innenfor medienes diskursorden, behøver ikke det å bety at det kun er medienes diskursorden som her kommer til uttrykk, bare at visse

mediediskurser kan ha lagt føringer på aktørenes diskursive praksis. Siden NRK Fjernsynet videre kan betraktes som en av de mest sentrale aktørene i den norske offentligheten vil måten man snakker om kunst og kultur i Store studio kunne ha innvirkning på hvordan kunstens aktører samtaler i mer kunstinterne settinger.

Deltakerne i Store studios samtaler trekker på ulike diskurser i sin diskursive praksis, og de opererer ofte innenfor ulike former for hybrid-diskurser, gjerne satt sammen på tvers av en tradisjonell antagonisme (se Larsen 2006). Filmjournalist Osman Kibar er for eksempel kritisk til oppfatningen om at de demokratiske aspektene ved digitaliseringen av filmmediet (i form av at hvem som helst i prinsippet kan lage film), vil føre til en økning i gode kunstverk, da disse gjerne kommer etter at man har tilegnet seg kunnskap om det kunstneriske felt man orienterer seg mot. Disse aspektene ved en borgerlig kunstdiskurs kombineres med en berømmelse av Lars Von Triers filmselskap Zentropas merkevarebygging (i en samtale om Dogmefilm i Store studio 11.3.2005). Eksempelet illustrerer hvordan interne kunstneriske verdier, og verdier som har sitt opphav i det økonomiske felt, kombineres på en relativt uproblematisk måte.

En slik diskursiv manøvrering tyder på at aktørene har en større grad av frihet i sin diskursive praksis, enn det bildet Foucault (1999; 2002a) tegner i sin diskurstheori (med det desentrerte subjektet). En viss grad av frihet i aktørenes diskursive praksis styrker både Faircloughs (1995) kritiske diskursanalyse og Bourdieus (1990) konstruktivistiske strukturalisme: Aktørene har en viss frihet i sin selvpresentasjon og kan ut ifra den konteksten de er i være strategiske i forhold til hvilke diskurser de trekker på, og hvordan de fremstiller seg selv, ut ifra den posisjon de innehar, og streber etter, i et sosialt felt.

Hipsterkulturdiskursen

I tillegg til de fire diskursene jeg nå har presentert er det også en femte diskurs som influerte Store studios aktører i deres diskursive praksis. Dette er hva jeg har kalt en *hipsterkulturdiskurs*, en kulturell diskurs hvor det er viktig å bruke de til enhver tid ”rette” referansene og konsumere de til enhver tid ”riktige” kulturproduktene, i tillegg til at man praktiserer en viss form for ironisering i sin kommunikative praksis. Dette innebærer at man er fortrolig i omgang med en postmoderne ironi (Asbjørnsen 1999: 90), en kommunikasjonsform hvor man sikrer seg selv mot kritikk gjennom å ha et ironisk tilsnitt i det man sier. Man kommuniserer at man vet at det man sier kan oppfattes som politisk ukorrekt eller være klisjépreget, og formidler denne innsikten gjennom å ha en ironisk tone, noe som også hindrer en i å

bli tillagt å ha inntatt en selvstendig og kritisk holdning, grunnet kommunikasjonsformens mangetydighet. Et eksempel fra Store studio er programleder Hans Olav Brenners spørsmål til dramatiker Maria Tryti Vennerød: "Først til deg Maria. Du er en slags norsk mester i det å skrive skuespill, og hva føler du nå?" Ved å trekke fram en idrettsjournalistisk klisjé ekspliserer han at han er klar over det paradoks at teater og kunst ikke er en konkurranse, samtidig som priser er et kriterium som påvirker utvalg av gjester, og bedømming av suksess og god kunst i dette TV-programmet. Paradokset blir ufarliggjort gjennom å formidle det med en ironisk tone.

Et beslektet begrep til postmoderne ironi er Espen Ytrebergs (2002: 14) begrep om selvspill; "en spesifikk form for uformell væremåte, der distanse og selvrappotering trekkes inn som virkemidler". Men der Ytreberg (2002: 14) beskriver en slik form for kommunikasjon som å ha et "egalitært preg og slik sett lave terskler for å uttrykke seg", kan den form for ironisering som preger hipsterkulturdiskursen være en komplisert øvelse å mestre. Dette kom bl.a. til uttrykk i Store studio den 21.2.2005, hvor skuespillerne Paul Ottar Haga, Jon Øigarden og Toralv Maurstad hadde en samtale med programleder Hans Olav Brenner om Robert Wilsons oppsetning av Peer Gynt på Det Norske Teatret. I tillegg til ulik diskursiv praksis hadde Haga gjennomgående en mer seriøs tone i samtalen enn det Maurstad hadde. Der Haga var opptatt av det kunstneriske, var Maurstad i større grad opptatt av å underholde publikum gjennom humor. Den humoren han praktiserte brøt imidlertid med de kodene som dominerte i Store studio, hvor man som gjest ikke skal være eksplisitt humoristisk, men ha et seriøst toneleie og bruke ironi. Maurstad var ikke inneforstått med denne tonen, men kom imidlertid unna med det ved at han ble morsom på en annen måte enn de vante gjestene; publikum lo mer *av* han enn *med* han. Han ble slik morsom på en uintendert måte, ved at hans "voksenhumor" ble morsom ved å bli brukt i feil setting.

Denne forskjellen i diskursiv og kommunikativ praksis kan også tilskrives ulik posisjon i skuespillerfeltet, da Maurstad er en mer etablert skuespiller enn Haga, og slik står friere til å forsøke å framstå som morsom og interessant. En som ikke er godt etablert på et felt vil i større grad kunne være opptatt av å benytte medieopptredener til å forsøke å snakke om sitt arbeid, da publikum ikke kjenner dette godt fra før. Den unge skuespilleren Nicolai Cleve Broch og den unge dramatiker Maria Tryti Vennerød hadde begge en seriøs tilnærming til sitt arbeid når de samtalet med Hans Olav Brenner om oppsetningen av Vennerøds stykke Frank på Det Norske Teatret i Store studio den 4.4.2005. I begge samtalen om teater forholdt deltakerne seg til økonomiske årsaker til teateroppsetninger, men divergerte i vurderingen av denne praksis. Der deltakerne i samtalen om Peer

Gynt så på økonomisk gevinst som en viktig oppgave for teateret, og legitimerte dette ved å vise til at folk får det de vil ha (folk vil se Peer Gynt; derfor settes det opp igjen og igjen), vurderte deltakerne i samtalen om Frank den økonomiske gevinst som en byrde, og et hinder for de nye stemmene (ved at teateret er nødt for å tenke økonomi forsvinner mangfold og nyskaping).

I mediene fokuseres det ofte på personlige historier til personer som har levd et langt liv innen kunsten, og det kan derfor være vanskelig å få rettet fokuset mot sitt arbeid. Dette vil både skyldes en romantisk kunstnermyte om at kunstneres liv er mer interessante enn folk flests (se Gran og De Paoli 2005), og at kjendiser og deres privatliv generelt er høyt verdsatt blant det brede publikum. Både de (medie)kontekstuelle føringene og den relative plassering i et kunstnerisk felt vil altså påvirke en aktørs diskursive praksis.

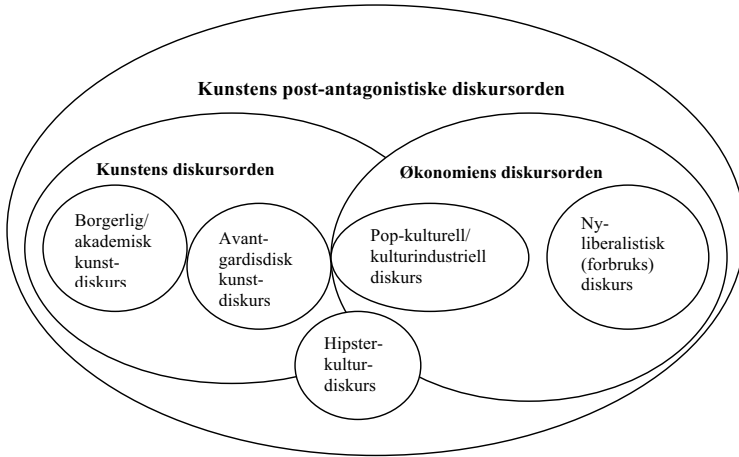
Hipsterkulturdiskursen har sitt opphav i populærkulturen, men det man innenfor diskursen regner som ”riktig” kultur, omfatter også høykulturelle uttrykk. Man opererer med en postmoderne tilnærming til kunst og kultur (Harvey 1989; kap. 3). Diskursen influerer i stor grad befolkningens unge og unge voksne sin relasjon til kunst og kultur. Blant dette befolkningssegmentet ser hipsterkulturen ut til å ha erstattet høykulturen som den symbolsk dominerende kulturen. Innenfor hipsterkulturen blir skillet mellom høyt og lavt mindre relevant, og det oppstår i stedet et skille mellom ”riktig” og ”feil” kultur. Det å bruke det som til enhver tid regnes som de ”rette” referansene og kulturproduktene innenfor hipsterkulturdiskursen er en krevende oppgave, og det kan være vanskelig å ha oversikt over alle de kodene som gjelder blant de kulturelle hipsterne. Hipsterkulturen ekskluderer slik sett de som ikke har en forutsetning for, eller et ønske om, å holde seg oppdatert på de riktige kodene (noe som forutsetter at man kjenner til de rette informasjonskanalene og personene). Et intervju jeg har hatt med visekultursjef i Sveriges Television (SVT) bekrefter en slik tendens også i Sverige, og han forteller at man i SVT forholder seg til kulturen

”[...] på ett inte hierarkiskt sett, alltså en bra poplåt kan vara like bra som en bra opera. [...] Det er en rörelse som finns i samhället i stort. Men det finns en nivellering mellan olika kulturgerner liksom. Vad är smalt i dag? Ja pop er jo ofta betydligt smalare än litteratur är. Och betydligt nördigare, och liksom betydligt mer exkluderande. Den här gamla uppdelningen mellan, den här klassiskt borgerliga uppdelningen, mellan fint och fult, högt och lågt finns jo inte längre. Och jag tror at vi delvis har värt med och fört fram det” (Intervju med Peter O. Nilsson 8.11.2007).¹⁵

De kulturelle hipsterne besitter en form for sosial kapital (Bourdieu 2006) som gjør det vanskelig for utenforstående å tre inn i deres gruppe. Det oppstår tre måter å forholde seg til hipsterkulturen på: Den ene er eksplitt å anerkjenne denne, og dens krav om å være oppdatert, og at man lykkes med dette.¹⁶ Den andre er å ha et ønske om å være oppdatert, uten å ha forutsetning for å klare dette (grunnet manglende kjennskap til, og tilgang på, de rette kildene). Dette er noe som i all hovedsak blir synlig for de som er på innsiden. Den tredje blir ikke å ha et ønske om å være oppdatert, da man eksplisitt ikke gir hipsterkulturen anerkjennelse. Det tidligere nevnte tilfellet med Solstad og Fosses avvisning av alt som har med imagebygging å gjøre, blir et eksempel på denne siste tilnærmingen til hipsterkulturen. Denne tredelte inndelingen er avledet av Bourdieus (1995) beskrivelse av de tre klassene sin relasjon til høykulturen, hvor den første tilsvarer den distingverte smak, den andre den pretensiøse og den tredje den vulgære. Da hipsterkulturen på mange måter er den nye høykulturen blant de unge voksne, gir denne overføring- en mening, og vi kan si at inngående kjennskap til hipsterkulturen utruker aktører med en viss symbolsk makt (Bourdieu 1996a) (spesielt i relasjon til andre unge voksne).

Hipsterkulturdiskursen kan i stor grad tilskrives diskursordenens post-antagonistiske form; siden kunstens diskursorden er i en mellomposisjon mellom to hegemoniske tilstander, gir den rom for oppkomsten av nye diskurser som benytter seg av hele potensialet som den post-antagonistiske ordenen innehar. Å kjenne til de rette kodene innen hipsterkulturdiskursen gir en tilsvarende form for symbolsk avkastning som kjennskap til høykulturens koder ga, innen ordenen antok en post-antagonistisk form. Grunnet ordenens nåværende form blir kjennskap til populærkultur på mange måter verdsatt på lik linje med kjennskap til høykultur, og det oppstår i stedet nye skiller innenfor ordenens nåværende form. Figuren på neste side er ment å skulle visualisere diskursordenens post-antagonistiske form.

De diskursene som er tatt med i figuren er ikke ment å skulle være uttømmende for alle diskurser som eksisterer innenfor kunstens og økonomiens diskursorden. Innenfor økonomiens diskursorden vil det finnes andre diskurser som ikke influerer på kunstforståelsers diskursive representasjon, men disse er ikke tatt med i figuren fordi de ikke utgjør en del av kunstens post-antagonistiske diskursorden. Tilsvarende vil andre diskurser enn den borgerlige og den avantgardistiske også finnes innenfor kunstens diskursorden, men i den offentlighetskonteksten som jeg har analysert er det disse to som har vært dominerende. Hipsterkulturdiskursens eksistensgrunnlag er kunstdiskursordenens post-antagonistiske form, og den kan verken plasseres innenfor kunstens eller økonomiens diskursorden.



Bevegelser i en diskursiv orden

Analysen av kunstforståelsers fremtoning i Store studio har vist at kunstens (kontekstuelle) diskursorden har en post-antagonistisk form. Med dette menes at den er i en mellomposisjon mellom to hegemoniske tilstander, hvor den fremtidige tilstanden enda er åpen. Begrepet er utviklet for å supplere syntesen av Faircloughs begrep om diskursorden og Laclau og Mouffes begreper om antagonisme og hegemoni, for sammen å gi et begrepsapparat tilgjengelig for analyse av en ordens diskursive bevegelser.

Analysen har videre vist at sosiale aktører i sin diskursive praksis både påvirkes av diskursive strukturer, i form av tilgjengelige diskurser, og andre strukturelle elementer, som plassering i et sosialt felt. De tilgjengelige diskursene setter rammene for deres diskursive praksis, samtidig som relativ posisjon i et sosialt felt vil influere aktørenes relasjon til de tilgjengelige diskurser. Dette impliserer at man i analyser av kommunikasjon i bestemte offentlighetskontekster, må ta hensyn til både strukturelle føringer i den konkrete konteksten (kontekstuelle kommunikasjonskonvensjoner), og den konkrete aktørs utgangspunkt før inntreden i konteksten (for eksempel i form av posisjonering i symbolske felter), for å øke forståelsen rundt den diskursive praksis.

En pragmatisk bruk av perspektivene til Fairclough og Bourdieu har vist seg fruktbar som en analytisk tilnærming til offentlige samtaler om kunst og kultur, da

de begge har et dialektisk forhold mellom struktur og aktør. Diskursanalyser etter Faircloughs modell kan styrkes om den kombineres med perspektiver som kan øke forståelsen av sosiale strukturers innvirkning på diskursiv praksis, noe vi har sett at Bourdieus teorier om sosiale felt og kapitalformer gjør. En slik kombinasjon styrker diskursanalysen som metode, og vil kunne minke skepsisen fra kritikerne.

Noter

- 1 Takk til Anne Krogstad, Atle Wehn Hegnes og Sosiologisk Årboks konsulent for kommentarer til artikkelen.
- 2 Foucault (2002a) blir ofte tilskrevet å ha utviklet diskursanalysen i verket *The Archeology of Knowledge*. Foucault (2002a; 2002b) regnes også som en pionér innen fransk post-strukturalistisk teori, og metoden forbindes gjerne med denne tradisjonen. Habermas' (1990: IX, X) kritikk går ut på at Foucault ikke klarer å leve opp til det normativitetsfrie ideal han legger opp til, og at det relativistiske fundamentet slik faller på sin egen urimelighet.
- 3 Lars Mjøset (2001) kategoriserer samfunnsvitenskapelig teori inn i fem teoritradisjoner, hvor tre er positivistisk inspirert. Dette er den deduktivt-nomologiske, den lovorienterte og den idealiserende, hvor de to siste er modifiserte versjoner av den deduktivt-nomologiske. De to tradisjonene som avviser det naturvitenskapelige (positivistiske) idealet er hos Mjøset den konstruktivistiske og den kritiske teoritradisjonen. Kritikken fra deduktivt-nomologisk hold går ut på at diskursanalysen ikke kan avgjøre hva som er sant eller riktig, fordi den bare er beskrivelser av én forskers synspunkter. Innenfor Mjøsets (2001) teoritypologi kan diskursanalyse plasseres i den konstruktivistiske teoritradisjonen, og kritikken kan da sies å komme fra to andre teoritradisjoner: Kritikken om relativisme fra den kritiske teoritradisjonen (hvor Habermas er sentral), og kritikken om kvasi-vitenskapelighet fra den deduktivt-nomologiske.
- 4 Dette er noe som Fairclough selv har etterlyst: "Since the discursive practices of an order of discourse include semiotic modalities other than language, one question about an order of discourse is what relationships are set up between semiotic and material activity in a field. A crucial issue here is what systematic distributions can be traced between the semiotic modalities available in a field, including language, and material practices associated with specific field positions. These are important questions that need to be addressed in empirical studies which are yet to be done" (Chouliaraki og Fairclough 1999: 115).
- 5 Analysen i sin helhet (Larsen 2006) er tilgjengelig på <http://www.duo.uio.no/publ/iss/2006/38762/kunst.pdf>
- 6 Jeg valgte ikke å opprette et definitorisk skille mellom kunst og kultur, da dette ikke var nødvendig for den analysen jeg skulle gjennomføre. Jeg var interessert i å undersøke hvordan man kommuniserer om kunst og kultur, forstått som symbolske uttrykk "som gjenspeiler, uttrykker og bedømmer kulturen i [...]vid] forstand" (Østerberg 1997: 11), innenfor en fjernsynssetting.
- 7 Trass i økende interaktivitet i mediene, og en utvikling mot en multimedial offentlig-

- het, er det fremdeles mange som ser på TV: I 2005 så 71 % av befolkningen på TV en gjennomsnittlig dag. Dette er det samme nivået som tv-tittingen har ligget på siden 2001. Nordmenn brukte i gjennomsnitt 164 minutter om dagen på å se tv i 2005 (Harrie 2006: 150).
- 8 For en videre diskusjon av det siste aspektet ved problemstillingen, se Larsen (2006).
 - 9 Fairclough (1992) anvender også hegemonibegrepet, men om vi skal komplettere Faircloughs kritiske diskursanalyse med antagonismebegrepet, vil det være ryddig å gi hegemonibegrepet innhold ut ifra Laclau og Mouffes (2001) teori, da disse begrepene utgjør et sentralt begrepspar i deres teori.
 - 10 Dette i motsetning til Marx' (1992) oppfattelse av basis og overbygging, hvor basis determinerer de rådende tanker i samfunnet og de økonomisk sterke skaper en ideologi for å legitimere status quo, og hindre den økonomisk svake klasse fra å se de urettferdigheter som er i samfunnet.
 - 11 Pop-kultur brukes altså ikke som synonym til begrepet populærkultur, slik det vanligvis gjør, men gis den stipulative definisjon at det betegner mainstream populærkultur, siden populærkulturbegrepet er så stort og uhåndterlig.
 - 12 For en nærmere diskusjon av nyliberalisme, se også Nilsen og Østerberg (1998), Bourdieu (1998a), Hertz (2004) og Tranøy (2006).
 - 13 For en diskusjon av nyliberalismens innflytelse på kulturpolitikken i Norge og Europa, se Vestheim (1995: kap. 12) og Duelund (1994).
 - 14 MySpace er en internettside, spesielt rettet mot personer som lager musikk, hvor man kan legge ut informasjon om seg selv, musikk og bilder. Nettstedets funksjon er i stor grad å bidra til å bygge nettverk mellom populærmusikalske aktører på tvers av landegrenser. MySpace var i utgangspunktet et community-prosjekt, uten kommersielle interesser, men er nå kjøpt opp av Rupert Murdoch.
 - 15 Nilsson vurderer SVTs rolle i denne utviklingen som positiv, og i samsvar med oppdraget som allmennkringkaster, i form av at ”mycket av det vi har gjort som har varit framgångsrikt har jo varit att ta så att säga tillsynes smala ämnen och göra dom på et nytt, brett folkbildande, stilbildande sett, och därmed har dom fått en väldigt stor publik”.
 16. Selve kommunikasjonen av at man er oppdatert har gjerne et implisitt preg, da det er viktig å kommunisere at man ikke prøver for hardt; man har en ”interesse av å være interessløs”.

Litteratur

- Adorno, Theodor W. (1984): *Aesthetic Theory*. London: Routledge & Kegan Paul
- Asbjørnsen, Dag (1999): *Dypt og grunnleggende overfladisk. Om den postmoderne filmens estetikk*. Oslo: Spartacus
- Bourdieu, Pierre (1990): *The Logic of Practice*. Stanford: Stanford University Press
- Bourdieu, Pierre & Loïc Wacquant (1995): *Den kritiske ettertanke. Grunnlag for samfunnsanalyse*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Bourdieu, Pierre (1995): *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax Forlag A/S

- Bourdieu, Pierre (1996)a: "Om symbolsk makt". *Symbolsk makt*. Oslo: Pax
- Bourdieu, Pierre (1996)b: "De symbolske goders økonomi". *Symbolsk makt*. Oslo: Pax Forlag
- Bourdieu, Pierre (1996)c: "For en vitenskap om litterære verk". *Symbolsk makt*. Oslo: Pax Forlag
- Bourdieu, Pierre (1996)d: *The Rules of Art*. Oxford: Polity Press
- Bourdieu, Pierre (1998)a: "A Reasoned Utopia and Economic Fatalism". *New Left Review*, 1/227.
- Bourdieu, Pierre (1998)b: *Om fjernsynet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag
- Bourdieu, Pierre (2006): "Kapitalens former". *Agora*, 1-2: 5-26
- Chouliarakis, Lilie & Norman Fairclough (1999), *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Duelund, Peter (1994): *Kunstens vilkår. Om de kulturpolitiske tendenser i Danmark og Europa*. København: Akademisk Forlag
- Elster, Jon (2006): "Kvalitet i forskning". I *Nytt Norsk tidsskrift*, 4: 295-301. Oslo: Universitetsforlaget
- Eriksen, Thomas Hylland (1993): *Små steder – store spørsmål: innføring i sosialantropologi*. Oslo: Universitetsforlaget
- Fairclough, Norman (1992): *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press
- Fairclough, Norman (1995): *Critical Discourse Analysis*. London: Longman
- Fairclough, Norman (2003): *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Fairclough, Norman (2007): *Introduction to Critical Discourse Analysis: Main Concepts and Categories*. Paper presentert på Norman Fairclough-seminar på NOVA 24.04 2007
- Foucault, Michel (1999): *Diskursens orden*. Oslo: Spartacus Forlag A/S
- Foucault, Michel (2002)a: *The Archaeology of Knowledge*. London: Routledge
- Foucault, Michel (2002)b: *Ordene og tingene*. Danmark: Gyldendals Bogklubber
- Gran, Anne-Britt & Donatella De Paoli (2005): *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*. Oslo: Pax Forlag
- Habermas, Jürgen (1990): *The Philosophical Discourse of Modernity. Twelve lectures*. Cambridge: The MIT Press
- Harrie, Eva (2006): *Media Trends 2006 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden. Radio, TV & Internet*. Göteborg: Nordicom
- Harvey, David (1989): *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell Ltd.

- Harvey, David (2005): *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Hertz, Noreena (2004): *Den tause revolusjon. Global kapitalisme og demokratiets død*. Oslo: Cappelen
- Horkheimer, Max & Theodor W. Adorno (1991): *Kulturindustri. Opplysning som massebedrag*. Oslo: J. W. Cappelens forlag a/s
- Howarth, David (2005): *Diskurs. En introduksjon*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Jørgensen, Marianne Winther & Louise Phillips (1999): *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde: Roskilde universitetsforlag
- Laclau, Ernesto (1993): "Power and Representation" I Poster, M. (red.) *Politics, Theory and Contemporary Culture*. New York: Columbia University Press
- Laclau, E. & Mouffe, C. (2001): *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso
- Larsen, Håkon (2006): *Kunstdiskurser i en massemedial offentlighet. En analyse av dominerende forståelser av kunst og kultur i NRK Fjernsynets Store Studio*. Masteroppgave i sosiologi. ISS. UIO.
- Marx, Karl (1969): *Kapitalet. Kritik av den politiska ekonomin*. Malmø: Bo Cavefors Bokförlag
- Marx, Karl (1992): "Den tyske ideologi". I Birkeland, Åsmund (red.) *Karl Marx. Arbeid - Kapital - Fremmedgjøring*. (48-65) Falken forlag
- Mjøset, Lars (2001): "Theory: Conceptions in the Social Sciences". I Smelser, N. J. & Bates, P. B. (eds.) *The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* (15641-15647) Elsevier Science Ltd.
- Nilsen, Håvard og Dag Østerberg (1998): *Statskvinnen. Gro Harlem Brundtland og nyliberalismen*. Oslo: Aschehoug
- Tranøy, Bent Sofus (2006): *Markedets makt over sinnene*. Oslo: Aschehoug
- Vestheim, Geir (1995): *Kulturpolitikk i det moderne Norge*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Ytreberg (2002): *Selvspill i radio. Mamarazzis ukonvensjonelle populærjournalistikk*. Oslo: Unipub.
- Østerberg, Dag (1997): *Fortolkende sosiologi 2*. Oslo: Universitetsforlaget.