

# Att arbeta ’’svart och vitt’’

## Media och moralisering<sup>1</sup>

AV PER-ANDERS FORSTORP

**i** en helsidesannons i *Dagens Nyheter* för några år sedan skrev *Expressens* förre chefredaktör Erik Månsson:

Svenska folket har en bestämd åsikt om invandringen och flyktingpolitiken. Makthavarna har en helt motsatt åsikt. Det går inte ihop. Det är en opinionsbomb på väg att brisera. Därför berättar vi, med start i dag. Precis som det är. Svart på vitt. Innan det smäller. (DN 6.9. 1993)

*Expressens* kombinerade artikel- och annonskampanj om ’’svenska folkets’’ åsikter om invandringen har väckt stor uppmärksamhet och indignation i många sammanhang. Kritikerna har hävdat att kampanjen uppmuntrat till främlingsfientlighet. Detta står i motsättning till redaktionens ambition, som enligt Månsson var att göra en slagkraftig och polemisk introduktion till den allmänna debatten om främlingsfientlighet. *Expressens* påståenden om ’’svenska folkets’’ åsikter hämtades från en statistisk undersökning gjord av SIFO.

Erik Månsson anspelar, i annonstexten ovan, på det tryckta ordets möjligheter att förmedla den rena sanningen. Parametrarna för denna rena sanning talar han om i termerna ’’svart och vitt’’, som ett försök att återge någonting ’’*Precis som det är*’’. I annonstexten blir *Expressens* kampanj ett sanningssägande, ett ’’*Svart på vitt*’’. De fär-

ger som sanningen uttrycks med är dessutom de färger som används för att trycka text, sanningen har därmed en typografisk möjlighet som *Expressen* i kampanjen menar sig utnyttja.

Den kontroversiella annonstexten utgör inte bara ett sällsynt tydligt exempel på de kunskapsanspråk som media själva kan annonsera med, det utgör även ett exempel på det som inom medieforskningen ibland kallas *divided illocution* (ung. delad syftning). Den ’’delade syftningen’’ är ett exempel på de komplexa språkliga strategier som människor verksamma inom media — särskilt politiker, diplomater och ekonomiska makthavare, men även reklam- och media-personer själva — måste göra för att i ett och samma andetag, med en och samma formulering, kunna tala till flera olika adressater (Fill 1986). Det som makthavare säger genom media har ofta flera olika adressater. En politiker talar exempelvis samtidigt till sina väljare, till sina politikerkollegor och motståndare och till folk inom näringslivet. Formuleringarna utformas ofta på ett sådant sätt att budskap till flera olika adressater kan rymmas inom ett och samma kommunikativa utrymme. Att tala på detta sätt är en del av den politiska och ekonomiska retorikens konst och någonting som de som förekommer på den moderna arenan inom media lär

sig genom den tillgängliga mediepedagogiken (Economou & Forstorp 1996).

I Expressens annons utnyttjas ideologin med den "svart-vita" sanningen på ett tve tydigt sätt. Den rymmer flera mer eller mindre luddiga eller dolda anspelningar som kan rikta sig till olika läsare. Chefredaktören utger sig också för att bryta mot ett imaginärt tabu som säger att man inte får säga "sanningen" om främlingar.<sup>2</sup> Expressens svart-vita kampanj och den efterföljande diskussionen i media om invandringspolitiska och pressetiska frågor skulle behöva analyseras i detalj ur flera sådana aspekter, inte minst de som har med text, språk och tolkning att göra. Detta kommer inte att ske här, utan exemplet har nämnts för att visa hur missvisande det vore att göra en sådan analys som inte samtidigt tar hänsyn till det laddade sociopolitiska sammanhang där det förekommer.

Genom att bl.a. undersöka spännvidden i "den delade syftningen" kan detta politiska spänningsfält analyseras. En sådan studie skulle även kunna visa hur de analytiska perspektiv vi väljer att exploatera inom medieforskningen ibland kan vara onödigt specialiserade. Hur skulle exempelvis det ovanstående citatet karaktäriseras? Som ett exempel på medierad, politisk, juridisk, etnisk eller moralisk diskurs? Eller som en blandning av alltihop?

Det är inte Expressens svart-vita kampanj som skall diskuteras här, men jag har introducerat exemplet för att det har en sådan omedelbar bäring på det som sammanhänger med mina studier av kommunikation, media och moralisering. Mitt empiriska exempel kommer från en mediakontext som tydligare handlar om tal och social interaktion än om text och typografi, nämligen radio och där särskilt ett inslag från Samhällsredaktionen om polska kvinnor som kommer till Sverige för att arbeta som städhjälp i svenska hem. I detta program är det

också fråga om "svart och vitt", nämligen om svart och vit arbetskraft.

Ännesmässigt finns således stora likheter mellan Expressens kampanj och radiomaterialet. Låt mig peka på tre sådana inslag i den svart-vita kampanjen som har relevans även för mitt radiomaterial.

1. Särskilt inom den del av media (press, tv, radio) som har en "tabloidmentalitet" tycks man behöva ett språk som kan tydliggöra, i betydelsen förenkla någonting. Detta är en kritik som ofta riktas mot media, att den förenklar och förvränger "verkligheten". I kommunikativ mening sker detta ofta genom att man reducerar och skapar motsatser. Expressens svart-vita kampanj är i det avseendet en bra illustration till ett vanligtvis säljande koncept — dock ej i fallet med den svart-vita kampanjen som blev chefredaktör Månssons fall och inledningen till en upplagenedgång för Expressen i den sårbara kvällstidningsbranschen — för den form av nyhetsrapportering som existerar inom tabloidmentaliteten. Denna går ut på att tvinga in företeelser i motsatser, polarisera och spetsa till dem, vara drastisk och göra företeelser, personer och händelser "svarta och vita" som om själva sanningen uppstår som ett resultat av den spänning mellan ytterligheter som skapas av den retoriska och typografiska polariseringen. Denna tilltro till de logiska parametrarna sanning och falskhet som uttryckbara i text, anspelar även på en lång och ännu verksam tradition i Västerlandet där det tryckta ordet har en särskild epistemologisk status.<sup>3</sup>
2. Genom denna stereotypisering av verkligheten kan man även förstå hur personer verksamma inom media som journalister, redigerare och andra, kommer att fungera som "kulturella mäklare" (Bell 1991:90). Mer eller mindre välgrundade

föreställningar och stereotypier om livet, läsarna och deras språkvanor utgör en viktig resurs för tabloidmentalitetens språkliga utformning, något som i sin tur skall tala till läsarna på ett effektivt sätt. Återigen är det tydligt hur, i exemplet ovan, Expressen/Månsson placerar sig precis mittemellan "svenska folket" och "makthavarna". Man ser sig explicit som sanningsmäklare mellan två positioner vilka är starkt stilerade, mittemellan folkets vilja och politikernas reformer. Expressen annekterar ett utrymme för den ständigt svärgripbara sanningen just i detta osäkra mellanrum. Avgörande för den konkreta utformningen av tilltalet och språkbruket i media är den sociala, kulturella och språkliga kunskap om publiken som mediapraktiker har. Denna kunskap får de också av varandra som deltagare i produktionen av mediakultur. Pessimistiska bedömare, som exempelvis Allan Bell i sin *The Language of News Media*, menar att denna kunskap som kulturella mäklare i första hand utvecklas på det senare sättet:

Mass communicators are interested in their peers not their public. (...) Fellow communicators and co-professionals are their salient audience (Bell, 1991).

3. I fokus för min radioanalys står, precis som i exemplet ovan, det svart-vita temat. I bägge fallen handlar det om analysen av en diskurs som samtidigt är politisk, moralisk, etnisk, ekonomisk, social och medierad. I Expressens fall anspelar det svart-vita temat på en etnisk konflikt, på olika förhållningssätt till invandring och flyktingmottagning och på sanningspotentialen i det tryckta ordet, vilket samtidigt utgör ett ekonomiskt argument för Expressen som aktör på en marknad för information. Det svart-vita temat fungerar även som en metakom-

munikativ markering vilken innebär att Expressen vill framstå som en legitim och trovärdig förvaltare av ett kombinerat typografiskt-epistemologiskt kapital.

Inom Sveriges Radio, det andra fallet, anspelar man inte på den typografiska traditionen så mycket som på public serviceideologins normer för allsidighet och opartiskhet i nyhetsrapporteringen som, för att citera en av BBC:s pionjärer, bör vara: "a noble effort to address listeners as rational political beings rather than as consumers". Den typografiska epistemologin motsvaras i radio av en tilltro till att behandla lyssnarna som rationella politiska medborgare, snarare än som passiva konsument.

I mitt radioexempel står det svart-vita likaledes för en etnisk konflikt och för de olika förhållningssätten till invandring. Mer konkret anspelar det svart-vita även på grundläggande demokratiska frågor om arbetsrätt och nationalekonomi, men även på vad vi kunde kalla en *moralisk ekonomi*, tendensen att vilja se moraliska konflikter och dilemman i termer av just motsatser och svartvita alternativ. Det är just sambandet mellan mediakultur, sanningsanspråk och moralisk diskurs som jag vill utveckla här.<sup>4</sup>

Genom att ta upp dessa olika aspekter av motsatsernas praktik i media syftar jag till att beskriva *moraliseringen* som en kommunikativ process. Att "arbeta svart och vitt" blir därför inte endast beteckningen på det man talar om i radioprogrammet och symbolen för de sanningsanspråk med vilka diskursen inramas, utan det kommer även att beteckna själva mediepraktiken som en svart-vit verksamhet. Således syftar en analys av temat "att arbeta svart och vitt" på både form och innehåll (jfr nedan). Detta har även betydelse för teoretiska och metodologiska aspekter på analysen av moralisk diskurs. När man väljer att analysera diskurser ur ett tolkningsperspektiv som kan kallas moraliskt (eller

politiskt) är det särskilt viktigt, menar jag, att inte splittra analysen av form och innehåll. Det är just denna *konstitutiva* tes som det svart-vita temat här skall illustrera.<sup>5</sup>

### *Från "radio-talk" till "talk-radio"*

Jag har särskilt intresserat mig för den genre och tendens i den samtida mediepraktiken som handlar om lyssnar- och tittarmedverkan (Adelswärd & Forstorp 1992). I dessa genrer avser man att öka interaktionen mellan lyssnare och programmakare på så sätt att rollerna dem emellan ibland medvetet förvirras. Man vill tänja på gränserna mellan det allmänna och det privata, mellan det institutionella och det interpersonella genom att låta lyssnarna själva vara med och utforma programmen. Dessa interaktiva genrer utgörs av mötet mellan journalist och lyssnare i den diskursiva rymden.

De interaktiva formerna för det som ibland kallas "talk-radio" — för att skilja från den tidigare dominerande formen för kommunikation i radio, nämligen "radio-talk" — samtal mellan "vanliga" lyssnare och journalister, är ett av de allra snabbast växande områdena inom media. Det är också ett kontroversiellt område för radiojournalister, något som jag kunnat märka efter att under en tids fältarbete kunnat följa det dagliga arbetet på en redaktion på Sveriges Radio.<sup>6</sup>

Den forskning som finns har inte, förrän de allra senaste åren, hunnit uppgraderas för att analysera de nyaste formerna för publikmedverkan, utan vilar ännu mycket på de former för lyssnarmedverkan som formades i den interaktiva tendensens begynnelse.<sup>7</sup> En del av de generaliseringar som gjorts av "talk radio" är därför redan förlegade. Utvecklingen av "talk radio" kan man se i ljuset av den mer övergripande kommunikativa tendens inom media att betona demo-

kratiska och vardagliga interaktionsformer, något som Paddy Scannell har betonat i sin historik:

... a search for a voice that replicates everyday conditions of communication — a search that has led to the adoption of 'natural forms of talk and performance in all areas of output' (Montgomery, 1991:175; Scannell, 1991).

Scannell beskriver en utveckling inom media där avståndet till publiken successivt minskat. Det finns ingen större anledning att tvivla på detta större scenario när dagens mediautbud så gott som domineras av olika interaktiva format. Men i förhållande till Scannells påstående om vad som utgör själva förändringen kan man emellertid vara kritisk och fråga sig vad de "natural forms of talk", som han citerar efter Montgomery, i detta sammanhang innebär och hur dessa interaktiva format i detalj utvecklas. I studiet av olika former för lyssnar- och tittarmedverkan kan man se hur olika synsätt och praktiker för vad som utgör "natural forms of talk" exploateras och man kan konkret visa på de olika strategier som används för att försöka åstadkomma detta. En sådan strategi är att simulera samtidig närvaro, något som tveklöst kännetecknar "natural forms of talk" och som används just för att överbrygga avståndet till publiken.

### *Tendens*

Den kommunikativa inriktningen med "talk-radio" återfinns exempelvis i ett program som heter *Tendens* (Sveriges Radio, P1, Samhällsredaktionen) och som jag har följt sedan starten 1992. Förutom att programmet i hög grad baseras på klassiska former för medieinteraktion, t.ex. intervjuer med olika kategorier av människor, så finns även andra inslag av "talk-radio", särskilt det som innebär att lyssnare får ringa till programmet för

att diskutera olika politiska, moraliska och sociala frågor. Detta senare inslag av lyssnarnas medverkan kallas "veckans moraliska dilemma".<sup>8</sup>

Dilemmat presenteras i början av veckan i form av en berättelse som inbjuder till flera olika handlingsalternativ, vilka alla baseras på och motiveras av moraliska beslut. Lyssnare uppmanas att höra av sig till en automatisk telefonsvarare för att delge sina synpunkter på hur detta moraliska dilemma kan hanteras. I ett senare skede kan dessa lyssnare eventuellt bli uppringda av någon redaktör för att diskutera frågan ytterligare eller för att bestämma att just den lyssnaren kanske kan medverka i sändningen med sitt svar. Det som redaktörerna är intresserade av i lyssnarnas medverkan är just hur dessa människor, på olika sätt, motiverar sina moraliska beslut. Flera lyssnare kommer därför tillsammans att, för redaktörerna och eventuellt för publiken, kunna uppvisa en rad olika sätt att förhålla sig till det ursprungliga problemet. Denna spännvidd i den "moraliska tolkningen" utgör samtidigt en resurs för den fortsatta hanteringen av programmet.

Till det som kallas "upplösningen av veckans moraliska dilemma" räknas dessa lyssnare som mycket viktiga bidragsgivare. Beteckningen på detta avslutande samtal om det moraliska dilemmat ("upplösningen") baseras inte så mycket i redaktörernas tro på att problemen under debatt verkligen har en final lösning, utan snarare i att "upplösningen" är en del, närmare bestämt slutet, av det narrativa scenario som inleddes med måndagens berättelse. Till denna "upplösning", som ofta är ett direktsänt studiosamtal, brukar även oftast experter av olika slag inbjudas för att ge sina synpunkter. Tillsammans med lyssnare utgör experterna därför den personella uppsättningen inför planeringen av en "upplösning" på ett moraliskt dilemma. Skillnaden i status mellan lyssnare och experter betonas genom att lyssnare nästan

aldrig medverkar direkt i studion, utan kan snarare direkt via telefon medverka i programmet. Redaktörerna försöker dock ofta att se till så att experterna finns med i studion, men även dessa kan medverka via telefon.<sup>9</sup>

Jag skall i det följande presentera ett sådant inslag. I stort sett skall vi i analysen nöja oss med att se på hur frågan introduceras, med dess "opening", för att sedan se hur den diskursiva rymden fördelas mellan olika talare. Därefter skall vi knyta denna fråga om distributionen av talutrymmet till ett resonemang om moralisering. Det valda exemplet är dock inte helt typiskt för "talk-radio" eller egentligen inte heller för Tendens eftersom det i det följande inte förekommer någon dialog mellan journalister och lyssnare. Det illustrerar ändå väl den kommunikativa tendens till moralisering som återfinns också i andra utformningar av moraliska dilemman inom Tendens.

### *Från "befolkningsfråga" till "moraliskt dilemma"*

I slutet av oktober 1992 introduceras frågan om att arbeta "svart och vitt" på följande sätt i Tendens:

(1) men först till en annan befolkningsfråga, frågan om den svarta arbetskraften, *är det rätt eller fel* att polska kvinnor jobbar svart som städerskor i svenska hem, ja det har debatterats i tidningarna denna höst, några som inte fått göra sin röst hörd är de polska städerskorna själva, vi ska få träffa en av dom.<sup>10</sup>

Strax innan denna påannonsering har man talat om Sveriges möjligheter att lansera pappaledigheten som idé inom EG. Frågan om städerskornas arbete introduceras i programmet som "en annan befolkningsfråga". Programledaren anger att det inför denna fråga finns två möjliga alternativ att förhålla sig, antingen är det rätt eller också är det fel.

*När Elof Olofsson i Rödingsheden under tidigt 1920-tal andäktigt lyssnade framför sin radioapparat var det fortfarande "radio-talk" som gällde. De interaktiva former för det som numera kallas "talk-radio" — samtal mellan "vanliga" lyssnare och journalister, tillhör ett senare skede i radions historia. Bild ur Västerbotten 1:95. Foto i Västerbottens museum.*

Frågan presenteras från ett makropolitiskt och demografiskt perspektiv och anknyts också till en debatt som försiggått i andra media. Att det sker en sådan länkning till andra diskussioner i media fungerar som en legitimering av att frågan är aktuell och omdiskuterad. Det framställs vidare som att den tidigare debatten har varit något snedvriden genom att den endast försiggått mellan olika grupper av svenskar som haft olika förhållningssätt till den svarta städningen, under det att dem som debatten gäller, de polska kvinnorna själva, inte har fått säga vad de anser. "Nyhetskapitalet" i denna påannonsering utgörs därför av en inledning till en debatt där några av dem som tidigare inte hörts, nu får en chans att höras.

Vi kan säga att programledaren i detta avseende mäklar mellan de olika röster som

förekommer i relation till frågan. Den uppenbara journalistiska ambitionen är att ge en mer heltäckande bild av den omdiskuterade frågan. I intervjun med Eva som följer strax därefter framkommer att hon "lyckligen" har erövrat "ett vanligt vitt jobb på ett svenskt företag". Eva är en polsk kvinna som kom till Sverige i början av 1980-talet och som har bittra erfarenheter av svart städjobb i början av sin vistelse som invandrare i Sverige. Därefter repeteras frågan till lyssnarna:

(2) det var vår reporter Peter Sandberg som hade träffat Eva den polska före detta städerskan, *ja är det rätt att anställa en polsk städerska svart och betala bara en bråkdel av vad man skulle ge till en svensk städerska, eller att anställa en polsk snickare eller byggjobbare vilket nu enligt a- rapporter är vanligt i södra Sverige och betala kanske bara tretti kronor i timmen, vilket också bara är en bråkdel av vad en svensk byggjobbare skulle få, eller skall man se det här*

som en form av bistånd som hjälper polska medborgare att spara ihop till ett bättre liv i Polen, *vad tycker du*, ring vår telefonsvarare noll två noll tjugtvå elva noll noll det kostar bara en markering varifrån du än ringer, vi skall återkomma till det här ämnet senare i veckan här i Tendens.

Två dagar senare anknyter man i programmet på nytt till denna "befolkningsfråga", men nu kallar man det för "veckans moraliska dilemma":

(3) och nu till den här veckans moraliska dilemma är det rätt eller fel att anställa polska kvinnor som hembiträden och betala dom svart är det frågan om att ta jobben från svenskarna eller är det ett sätt att utnyttja våra fattigare grannar eller kan man rentav se det som en form av bistånd, vi fick mängder med samtal från våra lyssnare och såhär sa några av dom.

Omedelbart efter denna formulering presenteras sex lyssnarröster, tre som är för och tre som är emot anställningen av "svarta" städerskor. Omdefinieringen av frågan från det relativt anonyma myndighetsperspektivet i termer av "en annan befolkningsfråga" till den mer allmänmänskliga formuleringen "moraliskt dilemma" är inte betydelselös. Förskjutningen påverkar visserligen inte de lyssnare som kommer att presenteras i radio, vilka redan har ringt sina samtal till telefonsvararen, men förändringen understryker ändå de redan befintliga tendenserna i den redaktionella hanteringen av frågan som en "moralisk" fråga och har därmed stor betydelse för hur radio som medium och kunskapsinstitution operationaliserar möjliga betydelser av begreppet "moral". Denna hantering fungerar som en *kommunikativ moralisering*, dels för att "befolkningsfrågan" successivt erövrar beteckningen "moralisk" och därigenom blir befäst som ett exempel på en "moralisk fråga", och dels genom att lyssnarna i redigeringsprocessen hanteras som relativt klara och entydiga representanter för distinkta åsikter. Antingen är man för eller emot, antingen är det "rätt eller fel",

antingen är det bra eller dåligt att anställa "svarta" städerskor. Den kommunikativa moraliseringen sker i det sistnämnda fallet genom att lyssnarna administreras till olika sidor, rätt eller fel, som förkroppsligade exempel på de olika förhållningssätten. Som en viktig röd tråd mellan dessa tre formuleringar och omformuleringar av ämnet — befolkningsfrågan/den svarta arbetskraften — fungerar den till lyssnarna upprepade frågan "är det rätt eller fel". I två av formuleringarna ger programledaren även exempel på hur man kan argumentera för eller emot i frågan. Konkreta exempel ges på vad det innebär att resonera om det är "rätt" respektive "fel".

Ett sätt att se på den återkommande formuleringen i termer av "rätt eller fel" är att se den som en sympatisk inbjudan till lyssnarna att reagera på den bakomliggande frågan om synen på svart arbetskraft. Därvidlag kommer "rätt eller fel" att fungera som ett lockbete för de olika motiveringar som kan ges och som inte bara går ut på enkla ställningstaganden. Med denna tolkning kan vi betrakta frågan som en relativt öppen invitation till lyssnarna att medverka. Är inte detta med att fråga efter "rätt eller fel" ett ganska rimligt och pragmatiskt sätt att hantera en elementär undersökning, som ju dilemmat faktiskt är, och samtidigt ett sätt som riktar sig till lyssnarna? Är detta ingenting annat än en traditionell retorisk strategi med antika anor som man knappast kan moralisera över eller vars möjliga implikationer man inte borde fästa för stor vikt vid? Är det, med andra ord, inte uttryck för en relativt oskyldig strategi från programledarens sida?

Jag menar att dessa frågor inte har några självklara svar. Jag anser *inte* att man endast kan betrakta de retoriska strategierna som neutrala tekniker, utan de visar sig vid användningen även rymma värderingar och leda till en viss syn på vad värderingar och "moraliska" förhållningssätt är. Såväl Ex-

pressen-kampanjen som radioprogrammet är exempel på detta.

Som vi redan har sett blir det praktiska resultatet vid "upplösningen" av dilemmat, en indelning av lyssnarna i två fack, de som anser det vara "rätt" respektive "fel" med "svart" arbetskraft. Varje lyssnares bidrag har klippts från telefonsvararen och de representeras i direktsändningen med varsin klippt, bandad replik. För sina positioner anför de olika argument, som utgör variationer på temat "rätt eller fel", och bidrar således till en samlad nyansering av debatten. Men denna nyansering är förenklad såtillvida att varje lyssnare medverkar enbart genom att ge argument endast för sin egen syn, men de tillåts inte visa några tecken på tvivel, eller att vackla mellan de olika positionerna, eller att tveka med åsikten att det är både rätt och fel med svarta städerskor. Lyssnarbidragen tycks vara utvalda efter kriteriet att de är tydliga representanter för antingen den ena eller andra positionen.

Inslagen i studiosamtalet är vidare ordnade så att det inte uppstår någon diskussion eller dialog mellan programledare och lyssnare. Den nyanserade diskussionen omfattande tjugotre repliker sker i stället mellan programledaren och den till studion inbjudne "experten", en kulturjournalist, tillika invandrare från Polen och en gång svart-jobbare. I den långa diskussionen refererar "experten" ibland till såväl lyssnarinslagen som till intervjun med städerskan vilka tillsammans kommer att utgöra en fond, ett åsiktsmässigt råmaterial som "experten" ges möjlighet att kommentera och utifrån vilken hans egna ståndpunkter kan nyanseras. Tillsammans bidrar programledaren och experten i studion till det som kallas "upplösningen av dilemmat". Denna "upplösning" innebär dock inte en fullständig slutsammanfattning där en eller annan formulering entydigt slår fast att det antingen är "rätt eller fel". Av medieetiska skäl, i detta fall skyldigheten att

följa public serviceideologin, hör det också till programledarens och producentens ansvar att se till att bägge eller alla positionerna i relation till en debatterad fråga har skildrats allsidigt och opartiskt.

Av tidsnöd glider inslaget över till ett reportage från Afrika. Det sker med följande formulering av programledaren:

... och nu så ger vi oss iväg från problemen i Europa till Afrika till ett biståndsprojekt som många svenska deltar i, trädplanteringen i Kenya...

### *Att arbeta svart och vitt*

Att beskriva introduktionen och genomförandet av det moraliska dilemmat i Tendens som en svart-vit verksamhet kan tyckas vara väl drastiskt, särskilt i jämförelse med Expressens tabloidmentalitet. Det kan tyckas orättvist att på detta sätt jämföra den grundliga och högt respekterade journalistiken i Tendens med en av Sveriges mest spektakulära dagstidningar. Men även bland media-kritiker talas det om en motsvarighet till tabloidmentaliteten, om ett annat slags distans men ändå om likartade strategier att befästa sanningsanspråken:

...Sveriges Radios sanningssökande: om A har åsikten att en person är död, måste någon kallas in som är av åsikten att han inte är det. Någonstans däremellan förutsätts sanningen ligga (Beata Arnborg i *SvD* 10.9. 1993).

Formuleringen av dilemmat i Tendens skall heller inte överbetonas, för den utgör ingen oöverstiglig barriär för den lyssnare som vill kommentera frågan eller ännu mindre för de lyssnare som vi inte alls vet något om, dvs. den stora publiken. I likhet med konversationsanalytikern Stephen Clayman är jag emellertid beredd att se introduktionen av frågan ("openings") som just ett mycket viktigt och för programmets fortsatta utveckling bestämmande inslag. Han skriver:



However, it [openings] does establish a set of discursive parameters and makes them available to the participants as well as the audience of "overhears", thus creating at least the necessary condition for their enforcement (Clayman 1991:72).

Motivet för att låta lyssnare ringa till en telefonsvarare tycks vara, förutom att etablera kontakt med lyssnarna, att de där relativt fritt och ostört kan utveckla sina tankar, något som kanske inte faller sig lika enkelt när man ringer direkt till en studio. I sin tur bygger denna administrativa strategi på särskilda förväntningar om människors förmåga att prata till en maskin, som i förlängningen avlyssnas av redaktörerna. Om man emellertid betraktar det som att lyssnarna därmed *inte* skulle tala i en förutbestämd diskursiv rymd med noggrant bestämda gränser, så måste det sägas vara ett administrativt misstag. För att bli utvald som lyssnare utifrån den "pool" av lyssnare som ringer till programmet, måste man motsvara vissa egenskaper som gör inslaget "sändbart" i denna diskursiva rymd. För att vara "sändbar", för att använda det lokala uttrycket på redaktionen, så får man exempelvis inte vara för långrandig eller för nyanserad, man får heller inte vara allmänt underlig, svamlig eller alltför raljant mot andra människor.<sup>11</sup> En del lyssnare som ringer till telefonsvararen vet om detta redan på förhand och kommenterar ofta detta direkt genom att säga "jag vet att ni inte kommer att sända det här men jag tycker...". Programledarna och redaktörerna förbehåller sig givetvis rätten att välja ut de inslag de anser passar bäst i programmet som helhet och ur det perspektivet är inte förekomsten av en urvalsprocess märkvärdig. Men vi bör ändå förstå att det rör sig om en urvalsprocess och att denna styrs av vissa kriterier och att den slutliga balanseringen av åsikter i "det upplösande" studiosamtalet är ett resultat av denna administrativa och kommunikativa hantering. I sig är detta ingenting

konstigt, utan bekräftar bara studiosamtalets karaktär av planerat samtal och planerad administration av åsikter enligt ett särskilt mönster.

Jag har i denna analys inte pekat på de interaktiva detaljerna och den lokala dynamiken i den moraliska diskursen i studiosamtalet, utan snarare på ett övergripande sätt visat på hur man i ett program operationaliserar "moral" och hur man fördelar utrymmet mellan lekmän och experter. Genom att omformulera "befolkningsfrågan" till en "moralisk" fråga och definiera den som ett val mellan två polära alternativ gör redaktörerna "den moraliska frågan" till ett val mellan just två alternativ. Att vara "moralisk" innebär, enligt denna medie-logik, att kunna välja mellan dessa alternativ. Den fortsatta redaktionella hanteringen av lyssnarnas respektive expertens röster, understryker detta förenklade narrativa scenario i relationen till lyssnarna, under det att den till studion inbjudne "experten" får möjlighet till att under en rymlig tidsrymd göra tänkbara nyanseringar och kontrasteringar mot den fond som lyssnare och reportage tillhandahållit. Tron på motsatta värden är kännetecknande för västerländsk moral-filosofi, exempelvis kantianism och utilitarism, och dess sätt att bedriva moralisering i dominerande former. Genom att använda en "moralisk" ram och en redigeringsprocess som förstärker den polariserade strukturen i termer av "rätt eller fel" (antingen — eller) reproduceras därmed även ett fundamentalt, men omdiskuterat inslag i västerländsk moralisering.<sup>12</sup>

Som ett resultat av denna analys kan vi se att maktfördelningen mellan redaktör, expert och lekmän blir tydligt urskiljbar. I relation till lyssnarna kan vi märka en magisteraktig, paternalistisk tendens, under det att "experten", som också är en mediaperson, behandlas som en jämlike. Det är endast experten som introduceras i en dialog och

det är endast han som har rätt att bemöta eventuella missförstånd. Denne tillhör därmed gruppen av "accessed voices" i media, dvs. en av de politiker, makthavare och mediapersoner som ges en särskilt privilegierad roll genom att de erbjuds och nära nog garanteras fritt talutrymme (Hutchby 1991).

Även i "talk-radio", som explicit vill närma sig lyssnarna, förekommer alltså risken att gränserna mellan lyssnare och journalister reproduceras snarare än att de bryts ner. "However", skriver Allan Bell:

... the disjunction between the media communicators and the mass audience remains, even though one member of the mass is temporarily plucked from obscurity to join the inner circle of the communicators (Bell, 1991:102).

Detta pekar sammantaget på en central paradox i den moderna utvecklingen av interaktiva format i media. Å ena sidan strävar man i radio och TV efter att alltmer närma sig de normer och praktiker för "naturligt tal" som finns i verkliga livet för att på så vis återskapa en känsla av omedelbar närvaro och närhet. Detta sker bl.a. genom utvecklingen av olika former för interaktiv radio, exempelvis "talk-radio".

Å andra sidan finns det även i dessa genrer, en kraftfull, ehuru ofta maskerad, tendens till institutionell kontroll som i stället bidrar till att upprätthålla skillnaden mellan media och publik. I och med att gränsen blir svår, opraktisk och kontroversiell att bryta ner kvarstår den rådande strukturen. Den svart-vita moralisering som jag har givit exempel på här bidrar, liksom Expressens förmenta kunskap om "svenska folket" och vår "bestämda åsikt", till en förenkling av synen på lyssnarnas möjligheter att bedriva moralisk diskurs. Tillsammans visar dessa exempel på hur det svart-vita arbetet, i en kritisk mening, även är kännetecknande för medias möjligheter till moralisering.

## Noter

- <sup>1</sup> Denna artikel presenterades först under rubriken "Att arbeta svart och vitt: Media, moralisering, motsatser" på den IX:e årliga OFTI-konferensen, Uppsala universitet 1993.
- <sup>2</sup> I en artikel har Teun van Dijk analyserat just betydelsen av förnekandet av rasismen i den etnisk/kulturella diskursen: "Such examples also show that the authors feel morally blackmailed, while at the same time realizing that 'to state the truth', meaning 'to say negative things about minorities', may well be against the prevalent norms of tolerance and understanding. Clamouring for the 'truth', thus, expresses a dilemma, even if the dilemma is only apparent: the apparent dilemma is a rhetorical strategy to accuse the opponent of censorship or blackmail, not the result of moral soul-searching and a difficult decision." (van Dijk 1992: 105)
- <sup>3</sup> Stock (1983), Olson (1995).
- <sup>4</sup> Jfr även min utvidgade engelska version av denna artikel (1994) "Working Black and White: The Administration of Morality in a Radio Phone-In Programme" som baseras på samma material. Begreppet *moralisk ekonomi* har jag använt i en något annorlunda mening i Forstorp (1995 b).
- <sup>5</sup> Forstorp (1995 a).
- <sup>6</sup> Jag gjorde mitt fältarbete på *Tendens'* redaktion under en del av våren 1993. Jag vill tacka Lars Grip som gjorde det möjligt för mig att göra denna fältstudie, samt i övrigt hela personalen på *Tendens* för alla diskussioner och för en stimulerande tid.
- <sup>7</sup> Jfr Scannell (1991). För senare studier se Livingstone (1994) och Munson (1994).
- <sup>8</sup> *Tendens* startade 1992 och från begynnelsen var inslaget "Veckans moraliska dilemma" en konstitutiv del av programmet och betydelsefullt särskilt för det interaktiva format som utgjorde något av en innovation på Samhällsredaktionen. Efter cirka ett år började regelbundenheten i inslaget att mattas en aning och efter hand blev det mycket omdiskuterat och ibland motarbetat inom redaktionen.
- <sup>9</sup> Forstorp (1995 c).
- <sup>10</sup> Transkriptionen har gjort efter radioprogrammet på enklast tänkbara sätt. Kursiveringar i citaten innebär alltid min emfas.
- <sup>11</sup> Kriterierna för att välja ut lyssnare tycktes utgöra en delad kunskap på redaktionen. I anslutning till telefonsvararen fanns en lista över personer som brukar ringa och som av olika skäl ansågs vara svartlistade. Svartlistningen av dessa personer baserades på att de i allmänhet kunde ringa och tala med telefonsvararen alltför länge.

- <sup>12</sup> Lingis (1994) diskuterar särskilt "value systems as dyadic systems".

## Litteratur

- Adelswärd, Viveka & Per-Anders Forstorp, 1992. "Samtal om moral och samtal som moral." I: *Arbetsrapporter* 1992:8, Tema Kommunikation, Linköpings universitet.
- Bell, Allan, 1991. *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Clayman, Stephen, 1991. "News interview openings: aspects of sequential organization." I: Scannell, Paddy (ed.), *Broadcast Talk*. London: Sage.
- Economou, Konstantin & Forstorp, Per-Anders, 1996. "Att 'vara sig själv' som förtroendevärd: Om Sahlinseringen av det politiska språket." I: *Tvårsnitt* 2:96.
- Forstorp, Per-Anders, 1994. *Working Black and White: The Administration of Moral Dilemmas in a Radio Phone-In Programme*. Department of Anthropology, UCLA.
- Forstorp, Per-Anders, 1995a. "Vad menar du med moral? Om teoretiska och metodologiska perspektivet i studiet av moral och moralisering som kommunikativ handling." I: *Arbetsrapporter från tema Kommunikation* 1995. Linköpings universitet.
- Forstorp, Per-Anders, 1995b. "Att giva eller inte giva. Om det ideella arbetets moraliska ekonomi." I: Erik Amnå (red.), *Medmänsklighet att hyra? Åtta forskare om ideellt arbete*. Örebro: Libris.
- Forstorp, Per-Anders, 1995c. "Det städade studiosamtalet", manus, Tema Kommunikation, Linköpings universitet.
- Hutchby, Ian, 1991. "The organization of talk on talk radio." I: Scannell, Paddy (ed.), *Broadcast Talk*. London: Sage.
- Lingis, Alphonso, 1994. *The Community of Those Who Have Nothing In Common*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Livingstone, Sonia & Lunt, Peter, 1994. *Talk on Television. Audience Participation and Public Debate*. London: Routledge.
- Munson, Wayne, 1994. *All Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Olson, David R., 1994. *The World on Paper*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Scannell, Paddy (ed.), 1991. *Broadcast Talk*. London: Sage.
- Stock, Brian, 1983. *The Implications of Literacy: Written Language and Models of Interpretation in the Eleventh and Twelfth Centuries*. Princeton: Princeton University Press.
- van Dijk, Teun, 1992. "Discourse and the denial of racism." I: *Discourse and Society*, vol. 3(1), 87—118.

## Summary

*Working "Black and White"*  
*The Administration of Moral Dilemmas*  
*in a Radio Phone-In Programme*

This study is part of a project focusing on the study of forms of "moral discourse" in contemporary Scandinavian society. In this paper I will discuss the complex interplay of the different meanings of black and white, the colours of work, class, ethnicity and morality, by means of analyzing excerpts from a radio talk show devoted to these issues. We will look further at the role of the different interactors and specifically at the role of the producers in administering talk, morality and moral dilemmas in discursive space. The point of departure is a limited set of data. It is relevant to ask the following questions: How is the topic of "black maids" discussed in public media in Sweden? How does the problem become a "moral" problem in the first place? In what way is the audience invited to participate in the media debate and what are the conditions for their participation in discursive space?