

Hvad er kommunikationsvidenskab? Status og fremtid for et udisciplineret di- skursfællesskab

af Roy Langer

"I had become a professor without ever being able
to state clearly what it was that I was professing."
Frits Jules Roethlisberger, 1977:1

Indledning

Interpersonel Kommunikation, Organisationskommunikation, Massekommunikation, Mundtlig Kommunikation, Skriftlig Kommunikation, Visuel Kommunikation, Elektronisk Kommunikation, Digital Kommunikation, Integreret Kommunikation, Interkulturel Kommunikation, Autokommunikation, Journalistik, Public Relations, Marketing Kommunikation, Virksomhedskommunikation, Offentlig Kommunikation, Kommerciel Kommunikation, Forandringskommunikation, Branding, Storytelling, Reputation Management, Ledelseskommunikation, Medarbejderkommunikation, Issues Management, Krisekommunikation, Faglig formidling, Forskningskommunikation, Retorik, Politisk Kommunikation, Multimediekommunikation osv., osv. - listen kan fortsættes i det uendelige...

Figur1: Kommunikation er (for?) mange ting

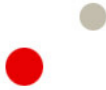
Det burde være nemt nok at besvare spørgsmålet "Hvad er kommunikationsvidenskab?", i hvert fald for den stadig voksende hærskare af kommunikationsstuderende, -forskere og -eksperter. De må vel om nogen vide, hvad de studerer eller er eksperter i, hvad deres fag handler om og hvilket formål det har?

Situationen er imidlertid den, at det fyger mere end nogensinde før med mere eller mindre nye og smarte "kommunikations"-ord, -discipliner og -områder. "Kommunikation" er et inflationært begreb: Sprog er kommunikation. Mad er kommunikation. Kultur er kommunikation. Kunst er kommunikation. Kroppen er kommunikation. Tøj er kommunikation. Organisationer er kommunikation. Hele samfundet er kommunikation. ALT er efterhånden kommunikation ...

Situationen er også, at det tilsyneladende er ganske svært at definere en faglig identitet for kommunikationsfaget og dets forskningsdimension. Nogle forskere opfatter kommunikationsvidenskab primært som studier af massemediekommunikation (fx Berger, 1989). Andre afviser, at der overhovedet kan tales om én disciplin, men karakteriserer kommunikation som et ikke særligt velafgrænset interdisciplinært forskningsområde (fx Rogers & Chaffee, 1983; Newcomb, 2000). Og andre igen taler om en opsplittet disciplin, et tværfagligt forskningsfelt eller bare et analyseperspektiv (fx Berger & Chaffee, 1988; Reardon & Rogers, 1988; Miller, 2002).

Definitionsproblemet gælder også for fagets enkelte delområder. Mumby og Stohl (1996:51) karakteriserer eksempelvis situationen for organisationskommunikationsforskningen som følger:

As organizational communication scholars, we sometimes function in a nether world where the simple question - 'What do you do?' can evoke consternation. Although our colleagues in other fields can comfortably say, 'I'm a political scientist' or 'I'm a sociologist', the phrase 'I'm an organizational communicologist', does not come trippingly off the tongue.



På trods (eller måske på grund?) af problemerne med at definere en faglig identitet, har faget i de sidste årtier samtidig oplevet en eksplosiv vækst og vundet i betydning i både forskning, uddannelse og praksis. Netop derfor er det imidlertid vigtigt at kunne svare på spørgsmål som: Hvad går kommunikationsfaget egentlig ud på? Hvor går fagets grænser? Hvornår er der tale om kommunikationsforskning - modsat sociologisk, politologisk, sprogvidenskabelig eller psykologisk forskning? Hvad kan man som uddannet/forsker/ekspert i faget? Og er kommunikationsforskning en selvstændig videnskabelig disciplin?

Denne artikel har til formål at skitsere denne paradokse udvikling i et historisk perspektiv, som efterfølgende danner udgangspunkt for en diskussion af kommunikationsfagets identitet, status og fremtid. Artiklens hovedtese er i denne forbindelse, at kommunikationsfaget snarere må betragtes som et interdisciplinært diskursfællesskab i stedet for en videnskabelig disciplin, hvis opståen og udvikling først og fremmest skyldes fagets første ordens praksisdimension frem for fagets videnskabelige forskningsdimension.

2. Et fag i permanent identitetskrise?

Ser man på kommunikationsfagets historie, forekommer mængden af pessimistiske kommentarer om fagets identitet og udvikling at være overvældende. Allerede i 1959 beklagede kommunikationsforskeren Bernard Berelson i en artikel om "The State of Communication Research", at kommunikationsfaget befinder sig i en krise:

The innovators have left or are leaving the field, and no ideas of comparable scope and generating power are emerging. The expansion of the field has certainly slowed down and perhaps even stopped.

En anden fremtrædende kommunikationsforsker, Herbert Gans, præsenterede 13 år senere en lignende lidet opmuntrende diagnose: "Once upon a time, especially in the 1930s and 1940s, mass communications was a vital and productive field in academic sociological research, but ever since it has suffered from a drastic famine that shows no signs of abating." (Gans, 1972)

Endnu halvandet årti senere konkluderer DeFleur (1997): "A golden age of research productivity in the study of the processes and effects of mass communication appears to have existed from the decade just before World War II until the early 1980s... Since that time, milestone studies have not been produced at the same rate."

I de sidste to årtier har stort set alle kommunikationsforskere af rang og navn bidraget til identitetsdebatter (se fx Rogers & Chaffee, 1983; Angus & Lannaman, 1988; Chaffee & Rogers, 1993; Gardiner, 1993; Rakow, 1993; Shoemaker, 1993; Deetz, 1997). Det mangler med andre ord ikke på kritiske diagnoser for faget. Læg i denne forbindelse imidlertid mærke til, at kommunikationsvidenskaben i de her citerede eksempler typisk defineres som studiet af masse(medie)kommunikation.

Skelsættende udgangspunkt for den sidste bølge i den kommunikationsvidenskabelige identitetsdebat var et dobbeltnummer af "Journal of Communication", hvori 35 bidrag under overskriften "Ferment in the Field" (Gerbner & Siefert, 1983) præsenterede fagets "awesome variety" (Tuchmann, 1988). Her blev kommunikationsfaget bl.a. karakteriseret som "balkanized, a kind of academic Yugoslavia" (Rogers, i Rogers & Chaffee, 1993:128). Et årti senere blev denne udgivelse fulgt op af et yderligere sæmnummer under overskriften "Future of the field" (Levy & Gurevitch, 1993), der dog overordnet kun kunne gentage de kritiske diagnoser (se fx Rosengren, 1993), selvom enkelte bidrag noterede "increasing interconnections between previously separated disciplines and by projects that deliberately attempt to forge connection" (O'Keefe, 1993:75).

Debatten er siden blevet ført videre i nationale, regionale og internationale fora, herunder i den tyske kommunikationsforskning (se fx Silbermann, 1996; Bentele, 1997; Neverla, 1997; Ruß-Mohl, 1997; Ludes & Schütte, 1998; Ruhrmann et.al., 2000; Schmidt, 2000) og blandt nordiske kommu-

nikationsforskere, hvor mange bidrag afspejler en ligeså alvorlig krisestemning og usikkerhed om fagets identitet; for eksempel:

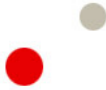
"Communication Research. Is there such a thing?" (Kivikuru, 1998)
"Communication Research after the Mediasaurus" (Jensen, 1998)
"Crisis again?" (Ekecrantz, 1998)
"The Future of Nordic Media and Communication Studies – The End of Splendid Isolation?" (Rantanen, 2000)
"On the Edge. A Meta-Analysis of the State of Media and Communication Research" (Jensen, 2000a)
"Media Research Cutting Edges. All Quiet at the Nordic Front?" (Lund, 2000)
"Towards the really useful media researcher?" (Corner, 2001)
"Media History becomes Communication History – or Cultural History?" (Salokongas, 2002)
"From Media History to Communication History. Three Comparative Perspectives on the Study of Culture" (Jensen, 2002a)

Figur 2: *Nordiske kommunikationsforskeres artikeloverskrifter om kommunikationsvidenskabens status omkring årtusindskiftet*

Med Gaye Tuchman (1988) kan man imidlertid også se positiv på denne type identitetsdebatter. Tuchman fortolker dem som vidnesbyrd om paradigmatisk skift i faget, der markerer en fortløbende institutionaliseringsproces. I denne proces bliver etablerede faglige identiteter udfordret af nye teoretiske perspektiver, nye medier og nye kommunikationspraksisser. Debatter om kommunikationsfagets identitet er således hverken usædvanlige eller odionne. Tilmed indikerer artiklens indgangscitat af Roethlisberger, at denne type debatter også findes i andre fag (se eksempelvis Gergen, 1995, når det gælder psykologi; og Ross, 1990; Osborne & Rose, 1997 og Kasperen & Mikkelsen, 2004, når det gælder historiefaget). Disse debatter bidrager på samme vis som institutioner (fx universitetsinstitutter, virksomheder og brancher, professions- og fagforeninger) og publikationer (fx fagblade og -tidsskrifter) til faglige disciplinerings- og institutionaliseringsprocesser, som Foucault (1976:216) karakteriserede som følger:

Disciplines constitute a system of control in the production of discourse, fixing its limits through the action of an identity taking the form of a permanent reactivation of the rules.

Tidligere kommunikationsvidenskabelige identitetsdebatter blev primært karakteriseret som interne epistemologiske kampe mellem såkaldte kvantitativister/positivister og empirister på den ene side og såkaldte kvalitativister/ideologikritikere og socialkonstruktivister på den anden (se også Rosengren, 1989; Hall, 1989 og Giddens, 1989, der i denne forbindelse sna-



rere taler om skoledannelses- end paradigmedebatter). Den aktuelle debat vedrører endog selve kommunikationsvidenskabens legitimitet og fremtid (jf. Becker, 1989). De nye digitale medier og den stigende mediekonvergens har resulteret i, at kommunikationsvidenskabens institutionelle opsplitning i stigende grad halter bagud i.f.t. kommunikationens integrerede og integrerende praksis (fx Newhagen & Rafeli, 1996; Drotner, 2002). Mediekonvergens omfatter ikke alene konvergensen af medieydelser, netværk, multifunktionale medieapparater og konvergerende markeder (Drotner, 2002:13) på udbudssiden. Mere afgørende er i denne forbindelse "a blurring of boundaries between processes of production and reception" som forbrugerforskningen beskriver med begrebet "prosumption" (Firat & Dholakia, 1998:96). Begrebet indikerer, at tidligere klare og entydige skel mellem producenter og afsendere på den ene side og (for-)brugere og modtagere på den anden side befinder sig i opløsning. Endelig rejser den stigende orientering mod tværfagligt samarbejde i både praksis og forskning spørgsmål til en distinkt kommunikationsfaglighed. Kritikerne af den igangværende udvikling argumenterer i denne forbindelse, at det ikke er muligt at definere tværfaglighed uden en klar definition af faglighed (Ruhrmann et.al., 2000).

Deetz (1992:78) beskriver identitetskonstruktioner som "a big stick that demands acceptance and a group of people who share initiation rites, a special language, and rituals of purification." Det efterfølgende afsnit søger i overensstemmelse hermed at definere kommunikationsfagligheden ved først at anvende et teoretisk-normativt perspektiv i forhold til andre fagligheder og ved at efterfølgende at diskutere kommunikationsfagets historiske institutionalisering.

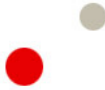
3. Kommunikationsdisciplin – et normativt definitionsforsøg

Der findes mange fag, der ikke er discipliner: skomager-, murer- eller tømrerfaget eksempelvis. Fag er arbejds-, praksis- og professionsområder, der ikke nødvendigvis forudsætter videnskabelig uddannelse, disciplinering og refleksion. Mens det står nogenlunde klart for de fleste, hvilken faglighed en skomager, murer eller tømrer har, forekommer en sådan karakteristik imidlertid noget vanskeligere, når det gælder kommunikationsfagligheden. Nogle journalister, reklame-, PR- og andre medieindholdsproducenter har således fortsat den opfattelse, at deres arbejds- og professionsområde primært er et færdighedsbaseret håndværk, hvor selve de praktiske kommunikationsfærdigheder udgør hele fagligheden. Af samme grund advares der fra denne side ofte mod en såkaldt "akademisering" af faget.

Der er imidlertid i stigende grad enighed om, at praktiske kommunikationsfærdigheder og journalistiske kompetencer må suppleres med viden, analytiske evner og faglig refleksivitet, hvis man vil kunne begå sig som professionel kommunikatør og kunne skabe arbejdsresultater af høj kvalitet. Dette indbefatter overgangen fra håndværksmæssig kunnen til videnskabelige metoder, overgangen fra et håndværksmæssigt fagsprog til en videnskabelig terminologi, samt overgangen fra faglige bedømmelses- og evalueringskriterier for resultaterne af håndværksmæssigt arbejde til gyldighedskriterier for videnskabelige positioner (Schmidt, 2000:342). Kommunikation er i dag således et fag, der både har en førsteordens praksisdimension (kommunikationsfagligt arbejdsmarked), en andenordens praksisdimension (kommunikationsvidenskaben) og en uddannelsesdimension (der integrerer de to førstnævnte dimensioner).

Udgangspunkt for en teoretisk indholds- og formålsbestemmelse for kommunikationsvidenskaben må være, at videnskaber iagttager bestemte fænomener og problemer (Schmidt, 2000:332). Kommunikationsvidenskabet iagttager ud fra et sådant perspektiv (problemerne i fænomenet) den menneskelige kommunikation. Kommunikationsforskere iagttager og systematiserer med andre ord menneskelig kommunikation med henblik på at beskrive, at forstå, at forklare og – i bedste fald - at kunne forudsige årsager til kommunikation samt dens former, processer og konsekvenser (Schmidt & Zurstiege, 2000:25).

En sådan normativ definition af kommunikationsfaglighed betyder umiddelbart, at ontologiske udsagn om at samfund, kultur, sprog, mad, kroppe, tøj, politik organisationer osv. er eller består af kommunikation ikke umiddelbart synes at give kommunikationsvidenskabelig mening. Tilmed udgrænser definitionens fokus på menneskelige aktørers kommunikative handlinger a priori andre – ikke handlingsorienterede – perspektiver. De senere års systemteoretiske og konstruktivistiske forskningsbidrag (fx Luhmann, 1996; Qvortrup, 1998; Langer, 1999; Eskjær & Helles, 2000) rejser i denne forbindelse tvivl om, hvorvidt en sådan udgrænsning er hensigtsmæssig. Craig (1995:178) kritiserer på denne baggrund forsøget på at definere kommunikationsfaglighed ud fra et teoretisk-normativt perspektiv som følger:



The rationale for our field's existence, at core amounts to scarcely more than a single, culturally very potent symbol, 'communication', a word still trendy enough to attract students, legitimate enough to keep skeptical colleagues away for awhile, and ambiguous enough to serve as a lowest common denominator for our otherwise largely unrelated scholarly and professional pursuits. Any further theoretical analysis of 'communication', any attempt to define the field that goes much beyond the magic word itself, threatens to elevate some traditions over others and to upset our delicately balanced system of alliances.

Problemet med en differencelogisk og normativ definition for kommunikationsfaglighed er, at der bagved et sådant forsøg ligger en antagelse om at videnskabelige discipliner ejer intellektuelle territorier (forskningsfelter eller forskningsområder). Der findes imidlertid ingen videnskabelig disciplin, der råder over en sådan type ejendomsret. Derfor må snarere betragtes som mere eller mindre løst koblede diskursfællesskaber, der konstrueres retorisk med afsæt i deres intellektuelle, institutionelle og sociokulturelle kontekst (Craig, 2003:2). Kommunikationsvidenskabens fremkomst skyldes således ikke, at der kan defineres et distinkt genstandsfelt for kommunikationsstudier; ej heller at der findes et afgrænset territorium, som kommunikationsvidenskabens ejer. Kommunikationsvidenskabens udvikling skyldes derimod vigtigheden af kommunikation som en sociokulturel praksiskategori, der har motiveret fagets fremkomst og udvikling (Craig, 1989; Deetz, 1992:23). Problemerne med at definere kommunikationsfaglighed skyldes, at

communication [is] often taught without much discussion of its roots. One result of this ahistorical nature of many communication courses today is that most students of communication do not know where the field comes from" (Rogers, 1994:xiii).

At en ahistorisk tilgang er særlig problematisk, når det gælder forståelsen af kommunikationsfaget, argumenterer bl.a. Wallerstein et. al. (1996), idet faget (ligesom andre fag som eksempelvis area eller culture studies) opstod som interdisciplinære felter og diskursfællesskaber MELLEMLØBET mellem nomotetiske videnskabelige discipliner som sociologi, økonomi og politologi; og tilmed på tværs af den historisk etablerede opdeling mellem naturvidenskabelige, samfundsvidenskabelige og humanistiske discipliner. Efterfølgende afsnit har derfor til formål at skitsere kommunikationsfagets historiske rødder, udvikling og institutionalisering som et interdisciplinært diskursfællesskab med afsæt i fagets praksis.

4. Kommunikationsfaget – et interdisciplinært diskursfællesskab

Videnskab har siden René Descartes handlet om ontologisk, epistemologisk og metodisk disciplinering af forstanden igennem læreprocesser. Etymologisk er "disciplin" derfor ikke overraskende afledt af det latinske "discipulus" (elev) og "discere" (at lære). Udviklingen af moderne videnskabelige discipliner begyndte i det 18. århundrede. Forudsætningerne for den historiske konstruktions- og institutionaliseringsproces af vidensområder i moderne videnskabelige discipliner siden midten af det 18. århundrede var Newtons verdensbillede, som antog at vi kan opnå sande erkendelser; og Descartes rationalistiske dualisme mellem krop og fornuft (body and mind), der førte til epistemologisk differentiering mellem den fysiske og den sociale verden, mellem naturen og mennesket, mellem det sande og det gode, mellem fornuften og følelserne og – i sidste ende – til konstruktionen af grundlæggende skel mellem naturvidenskaberne, samfundsvidenskaberne og humanistiske videnskaber (Wallerstein et. al., 1996: 2-8). I de følgende to århundreder udviklede sig på dette grundlag en række videnskabelige discipliner, der også i samfundsvidenskaberne havde det naturvidenskabelige rationalitetsideal og ønsket om at finde frem til universelle sandheder om virkeligheden - udenfor mennesket - som hegemonisk ledestjerne. Selvom det på denne baggrund forekommer nærliggende at betragte kommunikationsvidenskab som nutidens akademiske lededisciplin, vil jeg i det følgende argumentere for en anden forståelse. Opdelingen i videnskabelige discipliner og troen på Descartes dualisme begyndte nemlig efter midten af det 20. århundrede at smuldre. Kommunikationsfaget er – på samme måde som eksempelvis udviklingen af fag som forvaltningsvidenskab, kulturstudier eller "behavioral studies" - ikke bare udtryk for men også aktiv bidragsyder til denne erosionsproces. Disse nye fag invaderede så at sige de etablerede videnskabelige discipliner – og lånte teoremer, modeller og metoder fra flere af disse i etableringen af nye interdisciplinære fagområder og diskursfællesskaber med forskellige tematiske og faglige fokuspunkter. De satte netop spørgsmålstegn ved opdelingen i videnskabelige discipliner og det bagvedliggende rationale i Kartesianske dualismer ved at bevæge sig på tværs af disse. Denne proces anskueliggøres efterfølgende for kommunikationsfaget.

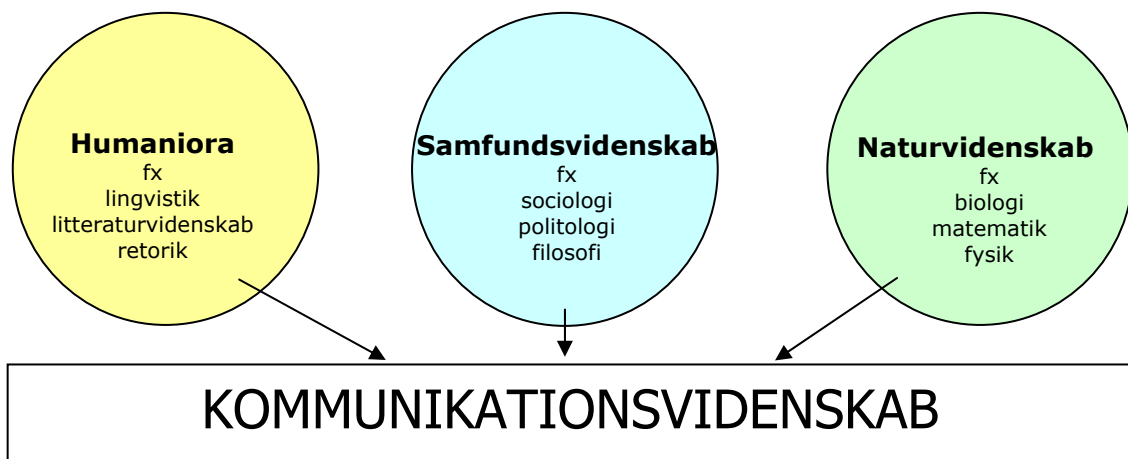
4.1 Kommunikationsfagets fødesdiscipliner og rødder

Kommunikationsvidenskabens rødder og inspirationskilder rækker tilbage til den græske og romerske antik. Lærde som Cicero, Aristoteles og Platon studerede særligt mundtlig kommunikation som overtalende og overbevisende argumentation. Men de antikke retorikere betragtede deres studier af og anbefalinger til talekunsten (der altså også indeholdt en æstetisk dimension) ikke som en særskilt kommunikationsdisciplin.

Litteraturen er et eksempel på en æstetisk/kunstnerisk udtryksform, der bør betragtes som et kommunikationsvidenskabeligt delområde, hvis modeller, teorier og analyser er blevet integrerede i kommunikationsdisciplinen. At litteraturvidenskaben søgte at konstituere sig på samme måde som retorikken som en selvstændig disciplin, har først og fremmest fagpolitiske og historiske årsager. Disse inkluderer bl.a. holdningen hos mange litteraturforskere, at litteraturvidenskabens særlige genstandsområde i æstetisk/kunstnerisk kommunikation ikke forpligter deres videnskab på de rationalitetskrav og videnskabelighedskriterier, der ellers gælder for alle andre empirisk-analytiske videnskaber (Schmidt, 2000:332).

Ligesom litteraturvidenskaben og retorikken har sprogvidenskaben haft stor betydning for den humanistisk orienterede kommunikationsvidenskab.

Kommunikationsvidenskabens rødder og inspirationskilder findes imidlertid ikke kun i forskellige humanistiske fag. Også samfunds- og naturvidenskaberne – discipliner som politologi, socialpsykologi og sociologi, matematikken, biologien og fysikken – har bidraget til konstitueringen af kommunikationsvidenskabens. Figuren nedenfor illustrerer kommunikationsvidenskabens dens forskellige fødediscipliner og rødder:



Figur 3: Kommunikationsvidenskabens rødder og centrale fødediscipliner

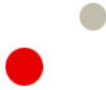
Schmidt og & Zurstiege (2000:25) angiver året 1916 som kommunikationsdisciplinens fødselstidspunkt og begrunder dette med oprettelsen af det første "Institut für Zeitungskunde" ved Leipzig Universitet. Allerede nogle år forinden havde Max Weber med sin programatiske skrift "Zur Soziologie des Zeitungswesens" (1910/1978) formuleret rammerne for det første forskningsprogram til studiet af moderne meningsdannelse i (tryk-)medierne.

Nogle år senere, i 1922, kom med Dewey-Lippmann-debatten om (tryk-)mediernes rolle i den offentlige og demokratiske meningsdannelse den første store og moderne debat af kommunikationsvidenskabelig relevans (Dewey, 1922/79; Lippmann, 1922/1997).

Pressens udbredelse som massemedium var utvivlsomt en afgørende katalysator for fremkomsten af den moderne kommunikationsvidenskab. Det kan imidlertid diskuteres, hvorvidt de nævnte begivenheder allerede var selve startskuddet. Weber, Dewey og Lippmann var samfundsvidenskabelige polyhistor-intellektuelle, der havde, og har, stor betydning i en række andre samfundsvidenskabelige discipliner (fx sociologien, filosofien og politologien). Ej heller opfattede de sig selv som kommunikationsforskere. Den spirende presseforskning ("Zeitungskunde") var - bortset fra ganske få undtagelser i USA og Europa - indtil slutningen af Anden Verdenskrig snarere en tematisk fokusering indenfor de ovennævnte allerede etablerede discipliner.

Det samme gælder for den forskning, der udførtes af Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin, Carl I. Hovland og Harold D. Lasswell. Også deres forskning var primært integreret i andre discipliner, nemlig i sociologien, socialpsykologien, psykologien og politologien. Lazarsfeld, for eksempel, emigrerede fra Østrig til USA, hvor han grundlagde den indflydelsesrige "The Columbia School of Media Study" (Tuchman, 1988). Forinden var han medforfatter til det berømte socialpsykologiske "Marienthal"-studie (Jahoda, Lazarsfeld & Zeisel, 1933/1997) om de socialpsykologiske konsekvenser af den strukturelle arbejdsløshed under verdenskrigen i en østrigsk industriby. Om Lazarsfeld eller de andre nævnte forskere var fødselshjælpere til den moderne kommunikationsvidenskab - og om det var avismediet eller de elektroniske massemedier radio og tv, der udgjorde den afgørende teknologiske forudsætning for fagets opståen - kan der argumenteres for og imod. Det afgørende er her, at det er de teknologiske landvindinger, og her specielt opkomsten af massemedier, som etablerede fagets professionsfaglige praksisdimension for udviklingen af uddannelser og fagets videnskabelige forskningsdimension.

Chaffee og Rogers (1993:129) knytter således kommunikationsvidenskabernes fødselstidspunkt til refleksionen over den i 1930'erne og 1940'erne opståede elektroniske massemediekommunikation. Det var specielt bekymringer om de elektroniske massemediers effekter, og det var - måske endnu vigtigere - de mange nye arbejdspladser i massemedierne og relaterede brancher (fx i reklame- og PR-industrien), der motiverede transformationen af kommunikationsfaget til en akademisk disciplin, dvs. til også at indeholde en forskningsdimension. Denne transformation fra fag til disciplin inkluderede skabelsen af de nødvendige institutionelle forudsætninger for en videnskabelig disciplin: forskningsbaserede uddannelser, publikationsvirksomhed, samt faglige og videnskabelige foreninger. I denne forbindelse bør imidlertid ikke glemmes, at store dele af den mere anvendelsesorienterede kommunikationsforskning altid er blevet udført uden for universiteterne, nemlig på reklame-, PR- og mediebureauer, meningsmålingsinstitutter og medieinstitutioner som fx Danmarks Radio.



I denne proces tilkommer der alligevel den tyske "Zeitungskunde"-tradition afgørende betydning, idet en række fremtrædende tyske forskere med kendskab til denne forskning emigrerede til USA i 1930'erne, herunder netop Lazarsfeld, men også Lewin, Marcuse, Adorno, Horckheimer. Disse forskere medbragte afgørende impulser til grundlæggelsen af den moderne kommunikationsvidenskab (Neverla, 1997). Denne (for de involverede ganske ufrivillige) brain-transfer var med andre ord "the key event in transferring the European roots of communication theory to America" (Rogers, 1994: 132). Forskningsbaseringen og den teoretiske refleksion adskilte den spirende nye kommunikationsvidenskab ikke mindst fra de hundredvis af allerede eksisterende Schools of Journalism på amerikanske universiteter. Disse institutioner tilbød professionsfaglige og færdighedsorienterede uddannelser frem for akademiske og forskningsbaserede studier, fordi avisejere og -redaktører som de primære aftagere af kandidaterne fra disse uddannelser mente, at kandidaterne først og fremmest skulle kunne skrive og stave korrekt. De mente derimod ikke, at der var behov for at beskæftige sig teoretisk, analytisk eller refleksivt med praksisområdet kommunikation (Chaffee & Rogers, 1997:138).¹

Sammenfattende kan siges, at kommunikationsfagets vigtigste dimension er dets professionsfaglige praksis, der grundet teknologiske og sociale udviklinger lagde grunden til udviklingen af fagets kommunikationsvidenskabelige forskningsdimension og uddannelsesdimension. Drivkræfterne til fagets udvikling var af ekstern karakter og skyldes historiske udviklinger, der muliggjorde udviklingen af dette tværfaglige diskursfællesskab med interdisciplinære rødder og fødediscipliner.

¹ En fremtrædende undtagelse var journalistuddannelsen på University of Wisconsin i Madison, der allerede siden 1904 er forskningsbaseret og allerede dengang bl.a. omfattede kurser i sociologi, politikvidenskab og økonomi (cf. Chaffee & Rogers, 1997:137). Parallellerne til den langt senere danske debat om akademiseringen af journalistfaget er i denne forbindelse åbenlyse.

4.2 Kommunikationsfagets historiske diversitet

Ifølge Chaffee og Rogers var det først, da Wilbur Schramm efter Anden Verdenskrig tog initiativ til verdens første Ph.d.-uddannelse i massekommunikation på University of Iowa, og fra 1947 University of Illinois, at den institutionelle videnskabeliggørelse af kommunikationsfaget begyndte. Her åbnede Schramm et Institut for Kommunikationsforskning. I 1948 udgav han med *Communications in Modern Society* den første grundbog til (masse)kommunikationsstudier, der indeholdt 15 studier af massemediekommunikationen (herunder om den begyndende "bladdød" i USA og om effekterne af de elektroniske massemedier – og bl.a. forfattet af Lazarsfeld og Hovland). Det var også Schramm, der i sin egenskab af universitetsforlagsdirektør på University of Illinois Press fremmede og arrangerede udgivelsen af Shannon og Weavers *The Mathematical Theory of Communication* (1949), der er det mest fremtrædende eksempel på den kybernetiske informationsteori. I 1955 flyttede Schramm til Stanford University, hvor han fortsatte sit virke med henblik på at opbygge en uddannelse og et institut, der generisk integrerede alle aspekter af den menneskelige kommunikation. Således samlede Schramm kommunikations-, journalistik-, film- og dramastudier samt studierne i interpersonel kommunikation på dette institut. Schramms ønske om (at disciplinere feltet og diskursfællesskabet til) en samlet og integreret kommunikationsvidenskabelig disciplin blev dog aldrig en realitet. Ser man bort fra spredte bestræbelser på eksempelvis University of Wisconsin-Madison og University of Michigan, fik hans integrerende Stanford-model ingen større udbredelse. Dette gælder også for kommunikationsvidenskabens udvikling i andre lande.² I stedet for at være en integreret disciplin, er faget både i praksis, uddannelse og forskning opsplittet i et stort og nærmest uoverskueligt antal institutionaliserede makroformer, skoler og uddannelser (jf. Schmidt & Zurstiege, 2000:177). Eksempelvis eksisterer der alene i forskningen om organisationers kommunikation mindst fem forskellige institutionaliserede retninger og skoledannelser, der overlapper hinanden nemlig "business, corporate, management og organizational communication" (Rogers, 1996:112), samt marketing kommunikation. Mange af disse retninger og skoledannelser påberåber sig status som selvstændige discipliner, selvom de til al overflod selv er fragmenterede, inkohærente og parasitære i forhold til andre skoler (Mumby & Stohl,

² Institut for Journalistik, Medier og Kommunikation (JMK) ved Stockholms Universitet kan betegnes som et nordisk eksempel i Schramms fodspor, idet instituttet blev grundlagt ved at fusionere en journalistikuddannelse, datalogistudier og et center for massekommunikation. Men politiske tilfældigheder placerede instituttet i sidste ende udelukkende på universitets Humanistiske Fakultet, hvilket bl.a. skabte problemer for de samfundsvidenskabelige kommunikationsforskere på instituttet (Ekecrantz, 1998:15). På Roskilde Universitetscenter (RUC) blev journalistik-, datalogi- og kommunikationsuddannelserne og ditto forskningen samlet i et fælles institut i 2000. Imidlertid dominerer også her fortsat de centrifugale kræfter, således at synergi-effekter af fusionen grundet øget integration og samling indtil videre forekommer at være begrænsede. Se også Jensen (2000b) for et integrationsforslag ud fra et medieforskningsperspektiv, der knytter faget primært til humaniora.

1996:50). Uddifferentieringen af kommunikationsvidenskaben har i denne forbindelse ofte ført til konstruktion af forkerte dikotomier (Reardon & Rogers, 1988; Ekecrantz, 1998; Langer, 2003b). Eksempelvis glemmes ofte, at et forskningsområde som "Corporate Communication" har sin oprindelse i journalistikken (jf. Argenti, 1996:74). Den stigende konsolidering og institutionalisering af "Corporate Communication" omfattede ikke kun oprettelsen af stillinger og funktionsområder, uddannelser, videnskabelige og faglige foreninger og tidsskrifter. Den omfattede også en afgrænsning til andre felter og diskursfællesskaber. Shepherd (1993:83) kommenterer konsekvenserne af denne udvikling af kommunikationsfaget som helhed følger: "Communication scholarship lacks disciplinary status because it has no core of knowledge.

Uden at dette på nogen måde mindsker Schramm's store betydning for kommunikationsvidenskaben, må den her gengivne beskrivelse af disciplinens fødselssituation og massemediernes og massekommunikationens fremtrædende rolle suppleres med komplementære beskrivelser af parallelle udviklinger i fagets to andre hovedområder - den interpersonelle kommunikation og organisationskommunikationen. Sideløbende med udviklingen af massekommunikationsforskningen havde disse nemlig deres hjemsted på "Departments of Speech Communication" på amerikanske universiteter. Mange af disse institutter blev grundlagt årtier før Schramm åbnede sit første institut og sin kommunikationsuddannelse på University of Illinois. Netop på dette universitets "Department of Speech Communication" blev der i 1902 oprettet den første uddannelseslinie i "Business communication". Forløberen af "Association for Business Communication" blev allerede grundlagt i 1936 (Russel, 1991:126; Reinsch, 1996:33) og selvom "Business communication" dengang som i dag mangler akademisk prestige, har delområdet med "Journal of Business Communication" sit eget videnskabelige tidsskrift.³ Organisationskommunikationens fødselstimer dateres tilbage til 1942 med udgivelsen af Heron's bog "Sharing Information with Employees" (Redding & Tompkins, 1988), dvs. også nogle år inden Schramm udgav de første grundbøger om massemediekommunikation. Omkring samme tidspunkt, i 1947, åbnede den første bacheloruddannelse i Public Relations på Boston University (DeFleur, 1997:87).

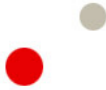
Nok har massekommunikationen og de elektroniske medier haft en central betydning for etableringen af den i de følgende årtier hegemoniske "masse(medie)kommunikationsforskning" - og dermed for hele kommunikationsvidenskaben. Men samtidig fandtes der parallelle udviklinger med henblik på at etablere andre kommunikationsvidenskabelige forskningsområder. Og nok har disse stået lidt i skyggen af den dominerende journalistik- og masse(medie)kommunikationsforskning i det 20. århundrede. Men siden udgangen af det 20. århundrede rykker disse andre hovedområder på grund

³ I Danmark var det - allerede længe før mange andre kommunikationsuddannelser blev grundlagte - frem for alt Handelshøjskolernes erhvervsproglige uddannelser, der (på fremmedsprog) varetog og udviklede feltet "business communication".

af den teknologiske og samfundsmæssige udvikling tilsyneladende i stigende grad i centrum.

Diversiteten og forskellene betyder at de færreste er opmærksomme på, at der også eksisterer en række ligheder mellem de forskellige kommunikationsvidenskabelige skoler, forsknings- og undervisningsfelter. Ligheder, der ikke kun vedrører en ofte parallel genealogi og fælles rødder, men også selve deldisciplinernes indholdsside. Således eksisterer der store overensstemmelser mellem teoretiske paradigmer og empiriske orienteringer i deldiscipliner som fx marketings-, organisations-, branding- og massekommunikationsforskningen. Disse bliver synlige i de metaforer, der bruges til at beskrive kommunikationsteoretiske perspektiver, og hvor fx massekommunikationens kanylemodel og informationsteori har rørpostmodellen i organisationskommunikationsforskningen og AIDA-modellen i marketingkommunikationen som ækvivalenter. Og når kommunikationssociologer eksempelvis taler om netværkskommunikation, så henviser de til fænomener og processer, som marketingskommunikationseksperter bare kalder noget andet, nemlig word of mouth, buzz kommunikation eller viral kommunikation. Endelig fandtes og findes i stort set alle deldiscipliner de samme debatter om forskningens afsender- versus modtagerorientering eller om "scientistiske" versus interpreterende analyseperspektiver og metodesigns (se fx Tuchman, 1988; Putnam, Philips & Champman, 1996; Kapferer, 1997; Langer, 2003a).

Det er således ikke kun konstruktionen af dikotomier mellem indholdsmæssige specialiseringer, der har bidraget til konstruktionen af forkerte og u hensigtsmæssige dikotomier i kommunikationsvidenskaben. Den vedrørte i lige så stort omfang de perspektiviske forskelle i studiet af kommunikationen, der kan føres tilbage til selve disciplinens forskellige forankring i både humanistiske, samfunds- og naturvidenskabelige fødediscipliner. Nogle forskere (fx Hall, 1989; Ekecrantz, 1998) etablerer i denne forbindelse en hovedskillelinie mellem udviklingstendenser i den amerikanske og europæiske kommunikationsforskning: mens den europæiske kommunikationsforskning har været meget optaget af kommunikationens kulturelle og samfundsmæssige kontekst og i større grad var karakteriseret af ideologikritiske, fortolkende og kvalitative studier og analysedesigns i den humanistiske forskningstradition, var den amerikanske forskning overvejende "scientistisk", dvs. benyttede sig i større grad af kvantitative analysedesigns i den naturvidenskabelige og traditionelle samfundsvidenskabelige forskningstradition. Selvom en sådan geografisk opdeling er en noget unuanceret generalisering (se for en kritik Becker, 1989), har konstruktionen af dikotomien mellem kvantitavister og kvalitavister (dvs. mellem "communication science" og "interpretive studies", cf. Griffin, 2003) i mange år været en af kommunikationsvidenskabernes centrale - og i sidste ende ganske uproductive - konfliktlinier i disciplinens identitetsdebatter. I de senere år spores der imidlertid - og dette bør anerkendes som et positivt resultat af disse debatter - en øget gensidig accept mellem de tidligere adskilte lejre. Dette kommer til udtryk i teoretiske og empiriske bidrag, der søger at slå bro over de historiske skyttegrave mellem lejrene (se fx Lund, 1986; Ekecrantz, 1998; Schrøder, 2000; Langer, 2002; Schrøder et al, 2003),



men bliver også synlige i kombinationsuddannelser og i fagets praksis, hvor humaniora-begreber som "narrativer", "storytelling" eller "diskursanalyse" har oplevet stor udbredelse.

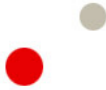
Sammenfattende kan der konstateres, at massemedier og massekommunikation har spillet en fremtrædende rolle i specielt de første årtier af forskningsfeltets og diskursfællesskabets eksistens. Samtidig eksisterer der imidlertid en historisk diversitet, der ikke sjældent har resulteret i uhenigtsmæssige afgrænsningsforsøg og intentioner om at institutionalisere fagets delområder og skoler som selvstændige (del-)discipliner. Forsøg på at samle diskursfællesskabet og det interdisciplinære forskningsfelt som disciplin har imidlertid ikke været succesfulde, selvom der eksisterer åbenlyse overlap mellem feltets delområder, når det gælder teoretiske og metodiske grundpiler og -perspektiver. Spørgsmålet er på denne baggrund, om det er meningsfuld at tale om et eller flere diskursfællesskaber, der udgør kommunikationsfaget. Her vil jeg argumentere for, at både den stigende mediekonvergens og erosionen af massekommunikationens hegemoniske status muliggør at tale om et løst koblet interdisciplinært diskursfællesskab bestående af flere forskellige men (i stigende grad) med hinanden forbundne diskurser, der dog netop ikke bør betragtes som en traditionel videnskabelig disciplin. Det er så at sige netop manglen på succesfuld disciplinering, der er med til at forklare diskursfællesskabets vækst og succes – samtidig med at den indebærer en latent eksistentiel trussel for at fællesskabet befinder sig i opløsning og faget sprænges i stykker. Væksten og truslen vil derfor blive hovedtema for det efterfølgende afsnit.

4.3 Kommunikationsfagets eksplosive vækst

Kommunikationsfaget har i alle sine tre dimensioner (praksis, uddannelse og forskning) oplevet en voldsom vækst. I USA eksisterer der i dag mere end 2.000 universitetsinstitutter for kommunikation. Disse institutter uddannede i 1993 50.000 bachelorer (1970: 11.000), 4.000 kandidater (1970: 1.800) og 250 (1970: 145) Ph.D.'ere i kommunikation årligt (jf. Rogers & Chaffee, 1993:125). I andre lande, fx Tyskland (jf. Ruhrmann et.al., 2000) og i Danmark, findes en tilsvarende vækst. I Danmark var kommunikationsdisciplinen i lang tid primært været institutionaliseret som journalistik- og mediastudier på ganske få højere uddannelsesinstitutioner. Beskæftigelsen med organisationers kommunikation fristede – ligesom en række andre områder, der ikke fokuserede på massemedier og journalistik – i Danmark ligesom i de andre nordiske lande en skyggetilværelse; men har i de senere år oplevet stigende interesse (Dalfelt, Heide & Simonsson, 2001; Windahl, 2003:25).

Med oprettelsen af kommunikationsuddannelserne i Roskilde og Aalborg i slutningen af 1970'erne indledtes også i Danmark disciplinens vækst og øgede uddifferentiering. Siden er der kommet en række nye kommunikationsuddannelser til, bl.a. på Handelshøjskolerne. Andre uddannelser, fx retorik- og sprogstudier, der tidligere ikke udtrykte en primær selvforståelse som kommunikationsstudier, samt IT-studier, har ligeledes meldt sig til feltet. Udviklingen betyder først og fremmest, at kommunikationsfaglighed ikke længere kan defineres med udgangspunkt i masse(medie)kommunikationsforskningen og har bl.a. givet anledning til spørgsmål som "Har medieforskningen sejret sig ihjel?" (Langkjær, 2003) og "The End of Mass Communication?" (Chaffee & Metzger, 2001). Afgørende for væksten i kommunikationsfagets uddannelser og forskning var igen fagets praksisdimension med dertil hørende kommunikationsstillinger - og i et endnu større perspektiv fremkomsten af et forhandlings- og forbrugssamfund, hvor kommunikation spiller (d)en afgørende rolle for enhver type politiske, økonomiske og kulturelle beslutninger. Medierne er blevet den vigtigste socialiseringsinstans i samfundet, fordi både individuel og kollektiv erfaringsdannelse i stigende grad er medialiserede. Globaliseringsprocesser har sat fokus på interkulturelle problemstillinger, hvor kommunikationsprocesser (i og med at kultur skabes igennem kommunikation) har fået stigende opmærksomhed. Politikens medialisering betyder, at kommunikationsevner er afgørende for politisk gennemslagskraft og succes. Det samme gør sig gældende for erhvervslivet, hvor strategiske og operationelle beslutninger ikke længere udelukkende baseres på traditionelle økonomiske rationaler, men må forholde sig til (og stadig oftere også tager udgangspunkt i) den konkrete kommunikationssituation. Endelig påpeger forbrugerforskningen, at vi lever i et forbrugssamfund, hvor kommunikationen af "added value" og image spiller en afgørende rolle for produktets afsætningsmuligheder.

Kommunikationsfagets vækst og succes skyldes m.a.o. mindre den kommunikationsvidenskabelige forsknings kvalitet end den store økonomiske og sociokulturelle betydning af kommunikationsfagets praksis, der kommer til



udtryk i en udbredt kulturel overbevisning om, at individers, organisationers og samfunds problemer kan løses ved at forbedre kommunikation (Craig, 2003:18). Som logisk konsekvens af den her beskrevne udvikling har imidlertid også discipliner som politologi-, forvaltnings-, økonomi- og kulturstudier integreret kommunikationsdimensionen i deres praksis, uddannelser og forskning. Så glædelig denne udvikling måtte forekomme ved første blik, så er det netop denne integration af kommunikationsfaglige elementer i andre videnskabelige discipliner, der kunne være den største og på sigt også eksistentielle trussel for kommunikationsvidenskaben. Der er nemlig ikke blot tale om, at der integreres kommunikation som en særlig analyseoptik, disse discipliner iagttager og kommunikerer om. Mange steder er der endda tale om en integration af kommunikationsfaglige kerneelementer, herunder videreudviklingen af kommunikative færdigheder.

Det er i dog vigtigt at påpege, at denne proces forekommer ganske indlysende og nødvendig ud fra de andre discipliners og interdisciplinære forskningsfelters egne rationaler. Som dokumenteret i denne artikel, omfatter kommunikationsvidenskabernes egen historie lån fra og integration af elementer fra en lang række andre videnskabelige discipliner. Derfor kan kommunikationsforskere og -praktikere ikke tillade sig at rynke på næsen over eller anklage de andre discipliner for faglig imperialisme og chauvinisme. Men når kommunikationsfagligheden integreres i andre videnskabelige discipliner og interdisciplinære diskursfællesskaber opstår naturligvis spørgsmålet, hvad der egentlig bliver tilbage som kommunikationsfagets distinkte identitet? Og hvad er fagets fremtidsudsigter i lyset af den igangværende udvikling? Disse spørgsmål om fagets fremtid diskuteres i artiklens afsluttende afsnit.

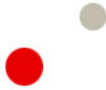
5. Har vi sejret os ihjel? – Kommunikationsfagets fremtid

Kommunikationsfagets uddifferentiering og vækst i alle dens tre dimensioner har specielt i de senere år givet anledning til en række bekymringer, bl.a. når det gælder om at holde sammen på faget og når det gælder beskæftigelsesudsigterne på kommunikationsarbejdsmarkedet. Eksplosionen i antallet af uddannelser og studerende har øget diversiteten i faget – både når det gælder kvantiteten og kvaliteten af uddannelse og forskning, når det gælder de formidlede og integrerede perspektiver og faglige indhold, samt når det gælder faglige specialiseringer og kombinationer. Det forekommer i denne kontekst sværere at identificere universelle kernekompetencer for kommunikationseksperter, hvilket afspejler endnu større problemer med at definere en fælles kommunikationsfaglig professionel identitet for alle, der arbejder med og i faget. Kan vi i lyset af dette fremover fortsat hævde, at der eksisterer et – om end kun løst koblet – diskursfællesskab, der udgør faget?

Selvom en nuanceret og grundig diskussion af dette spørgsmål fortjener en særskilt opfølgingsartikel, vil jeg afslutningsvis formulere et tentativt – men i mine øjne mest sandsynlige – bud for et fremtidsscenario for faget. Dette bud er igen inspireret af sociologen Immanuel Wallerstein, der i bøgerne "Open the Social Sciences" (1996) og "The End of the world as we know it – Social Science for the twenty-first century" (1999) formulerede et program for omstruktureringen af samfundsvidenskaberne. Dette program indikerer, at det ikke handler om at lukke og disciplinere kommunikationsfaget til større overskuelighed og ensretning. Tværtimod er der snarere brug for en øget accept af kommunikationsfagets kompleksitet, mangfoldighed og åbne grænser.

Det er mest sandsynligt, at specialiseringen og uddifferentieringen af faget fortsætter. Derfor bliver det i stigende grad umuligt at formulere universelle faglighedskriterier og kompetencer for kommunikationseksperter. Her er det imidlertid vigtig at påpege, at fagets kerne også i fremtiden udgøres af kommunikative færdigheder og kompetencer, dvs. evnen til at kunne kommunikere professionelt. Denne evne forudsætter kommunikative færdigheder, som netop knytter sig til de traditionelt tætte relationer mellem fagets professionsfaglige praksis, uddannelser og forskning. Det vil derfor for de færreste i faget være tilstrækkeligt udelukkende at kunne analysere og reflektere over andres kommunikation. Der vil givetvis være specialiststillinger på arbejdsmarkedet, der efterspørger analyseevner som primær kompetence – men en professionel kommunikator, der ikke selv er i stand til at kommunikere professionelt, vil også i fremtiden som regel have svært at få fodfæste i kommunikationsfagets praksis (jf. Videnskabsministeriet, 2003:10).

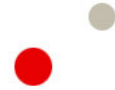
Når det gælder overbuddet af kommunikationseksperter fra et stigende antal kommunikationsuddannelser, vil specialiseringen og uddifferentieringen imidlertid ikke løse alle problemer. Selvom der også i de kommende år vil være en moderat vækst i antallet af kommunikationsstillinger, specielt for mediemedarbejdere med en akademisk formidlingsuddannelse i private og



offentlige organisationer (Videnskabsministeriet, 2003:30-35), vil konkurrencen mellem uddannelserne og deres (ny-)uddannede på arbejdsmarkedet stige. I en verden, hvor uddannelsessystemet i stigende grad organiseres efter markedets logikker, vil relationen mellem udbud og efterspørgsel også være styrende for fremtidige afgørelser om eksistensen af disse uddannelser. Uddannelser, der på grund af deres kvalitet viser sig i stand til at tiltrække og at uddanne de fleste og de dygtigste kandidater, vil have bedre muligheder, større legitimitet og bedre eksistensvilkår end andre. Kvaliteten skabes i denne forbindelse gennem uddannelsernes profil og indhold, men også gennem de konkrete underviseres og forskeres personlige og faglige kompetencer i samspillet med de studerende. Det helt afgørende bliver imidlertid en tæt kontakt til og samarbejde med kommunikationsfagets første ordens professionsfaglige praksis, både når det gælder uddannelser og forskning i kommunikation.

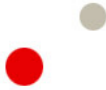
Sidstnævnte fører til en øget praksis- og anvendelsesorientering i den universitære forskning - ofte i samarbejde med konsulenter og forskere fra et stigende antal organisationer og institutter udenfor universitetssystemet, dvs. i tænketanke, analyseinstitutter, reklame-, medie- og kommunikationsbureauer osv.. Dette betyder, at den i forvejen problematiske opdeling mellem teoretikere og praktikere bliver endnu mindre holdbart; der vil i mindre og mindre grad være behov for teoretikere, der ikke interesserer sig for fagets praksis eller for praktikere, der ikke interesserer sig for fagets teorier, modeller og metoder og mangler evnen til analytisk refleksion. I overensstemmelse med fagets rødder og den fortsat igangværende erosion af fag- og videnskabsdisciplinære grænser er det mest sandsynligt, at forskningen i stigende grad organiseres som interdisciplinære temaorienterede projekter på tværs af og i samarbejde mellem repræsentanter for forskellige fag og discipliner. Dette stiller i sidste ende spørgsmålstejn ved universiteternes grundlæggende organiseringsprincip i disciplinorienterede institutter og fakulteter - men også til disciplinorienterede uddannelsesforløb. De stigende krav om individualiseringen af uddannelsesforløb med henblik på at skabe unikke og distinkte kompetenceprofiler forbunden med kravet om større fleksibilitet, når det gælder tilrettelæggelsen af individuelle uddannelsesforløb kan i denne forbindelse ses som udtryk for en udvikling, der først lige synes at være begyndt.

Nøgleord for fremtidens succes og videre udvikling af faget er således åbenhed, praksisorientering, projektorienteret tværfaglighed og integration forstået som kreativt samarbejde i mangfoldigheden. Den fulde anerkendelse af kommunikationsfagets tværfaglige karakter og muligheden for at tematisere kommunikation som et væsentligt aspekt ved stort set alle sociale fænomener og processer rummer muligheden for nye indsigter, kompetenceprofiler og tematiske specialiseringer. At åbne diskursfællesskabet ved at give plads og rum til nye udfordringer og profiler, forekommer derfor som en mere lovende tilgang end ønsket om øget diskursiv lukning og disciplinering baseret på af- og udgrænsningsstrategier. Det er netop fagets åbenhed, integrations- og opslugningsevne, der begrundes fagets hidtidige udvikling, vækst og succes.



Taksigelse

Jeg takker min anonyme reviewer for de konstruktive og hjælpsomme kommentarer og forbedringsforslag, som jeg har modtaget til et første udkast af artiklen. Ligeledes tak til Kim Schrøder og studerende på Master i Professionel Kommunikation, som kommenterede tidligere versioner af artiklen og til dette tidsskriftnummers ansvarlige redaktører, der udviste tålmodighed under tanke- og skriveprocessen.



Referencer

- Angus, Ian H. & Lannamann, John W. (1988):** Questioning the Institutional Boundaries of U.S. Communication Research: An Epistemological Inquiry, *Journal of Communication*, 38 (3), pp. 62-74.
- Argenti, Paul A. (1996):** Corporate Communication as a Discipline, *Management Communication Quarterly*, 10 (1), pp. 73-97.
- Becker, Samuel L. (1989):** „Communication Studies: Visions of the Future“, in: Dervin, Brenda; Grossberg, Lawrence; O’Keefe, Barbara J. & Wartella, Ellen (eds.): *Rethinking Communication*, 1, Newbury Park: Sage, pp. 125-129.
- Beniger, James R. (1996):** “Who shall control cyberspace?” in: Gibson, Stephanie B.; Jacobsson, Ronald & Strate, Lance (eds.): *Communication and cyberspace: Social interaction in an electronic environment*. Creskill, NJ: Hampton, pp. 49-58.
- Bentele, Günter (1997):** Das Fach ist höchst attraktiv, *Die Zeit*, 30.01.1997.
- Berelson, Bernard (1959):** The State of Communication Research, *Public Opinion Quarterly*, 23, pp. 1-6.
- Berger, Charles R. (1989):** „Back to the Future: Paradigm Monologues Revisited“, in: Dervin, Brenda; Grossberg, Lawrence; O’Keefe, Barbara J. & Wartella, Ellen (eds.): *Rethinking Communication*, 1, Newbury Park: Sage, pp.130-134.
- Berger, Charles R. & Chaffee, Steven H. (1988):** On bridging the communication gap, *Human Communication Research*, 15, pp. 311-318.
- Chaffee, Steven H. & Rogers, Everett M. (eds.) (1993):** The Past and the Future of Communication Study: Convergence or Divergence?, *Journal of Communication*, 43 (3), pp. 125-131.
- Chaffee, Steven H. & Metzger, Miriam J. (2001):** The End of Mass Communication?, *Mass Communication & Society*, 4(4), pp. 365-379.
- Corner, John (2001):** Towards the Really Useful Media Researcher?, *Nordicom Review*, 1, pp. 3-10.
- Craig, Robert T. (1989):** “Communication as a Practical Discipline“, in: Dervin, Brenda; Grossberg, Lawrence; O’Keefe, Barbara J. & Wartella, Ellen (1989) (eds.): *Rethinking Communication*, 1, Newbury Park: Sage, pp. 97-122.
- Craig, Robert T. (1995):** Book review of “A history of communication study” and “The history of speech communication“, *Communication Theory*, 5, pp. 178-184.
- Craig, Robert T. (2003):** Discursive Origins of A Communication Discipline. Paper presented at the Annual Conventions of the National Communication Association. Miami Beach, FL, November 21, 2003.
- Dalfelt, Sara; Heide, Mats & Simonsson, Charlotte (2001):** Organisationskommunikation. Ett forskningsfält i framväxt. *Nordicom Information*, 2, pp. 77-86
- Deetz, Stanley A. (1992):** *Democracy in an age of corporate colonization. Developments in communication and the politics of everyday life*. Albany: State University of New York Press.

- Deetz, Stanley A. (1997):** Communication in the Age of Negotiation, *Journal of Communication*, 47/4, pp. 118-135.
- DeFleur, Melvin L. (1997):** Where are all the Milestones Gone? The Decline of Significant Research on the Process and Effects of Mass Communication, *Mass Communication & Society*, 1(1/2), pp. 85-98.
- Dewey, John (1922):** "Review of Public Opinion by Walter Lippmann", in: Dewey, John & Boydston, Jo Ann (eds.) (1979): *The middle works 1899-1924*, Vol. 13, 1921-1922, pp. 337-344. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- Drotner, Kirsten (2002):** New Media, New Options, New Communities? Towards a Convergence of Media and ICT Research, *Nordicom Review*, pp. 11-22.
- Ekecrantz, Jan (1998):** Media, Communication, and Social Critique, *Nordicom Review*, 1, pp. 13-18.
- Eskjær, Mikkel & Helles, Rasmus (2000):** "Mediernes realitet – en introduktion til Luhmanns teori om massemedierne", i: Henriksen, Frank (red.): *Sekvens 2000*. København: Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab.
- Firat, Fuat & Dholakia, Nikhilesh (1998):** *Consuming People. From political economy to theaters of consumption*. London: Routledge.
- Foucault, Michel (1976):** "The Discourse on Language", in *The Archaeology of Knowledge*, translated by A.M. Sheridan Smith, New York: Harper Colophon Books.
- Gans, Herbert (1972):** The Famine in American Mass-Communication Research: Comments on Hirsch, Tuchman and Grecas, *American Journal of Sociology*, 77, pp. 697-705.
- Gardiner, W. Lambert (1993):** Virtual Reality/Cyberspace: Challenges to Communication Studies, *Canadian Journal of Communication*, 18/3, pp. 387-396.
- Gerbner, George & Siefert (eds.):** *Ferment in the Field*, *Journal of Communication*, Vol. 33.
- Gergen, Kenneth J. (1995):** Metaphor and Monophony in the 20th-century psychology of emotions. *History of the Human Sciences*, 8 (2), pp. 1-23.
- Giddens, Anthony (1989):** "The Orthodox Consensus and the Emerging Synthesis", in: Dervin, Brenda; Grossberg, Lawrence; O'Keefe, Barbara J. & Wartella, Ellen (eds.): *Rethinking Communication*, 1, Newbury Park: Sage, pp. 53-65.
- Godzich, Wlad (1986):** "Forward: The further possibility of knowledge", in: Certeau, Michel de: *Heterologies: Discourse on the other*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. vii-xxi.
- Griffin, Em (2003):** *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill. (5th ed.)
- Hall, Stuart (1989):** "Ideology and Communication Theory", in: Dervin, Brenda; Grossberg, Lawrence; O'Keefe, Barbara J. & Wartella, Ellen (eds.): *Rethinking Communication*, Vol. 1, Newbury Park: Sage, pp. 40-52.
- Jahoda, Marie; Lazarsfeld, Paul F. & Zeisel, Hans (1933/1997):** *Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch über die Wirkun-*

gen langdauernder Arbeitslosigkeit. (13. Auflage) Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Jensen, Jens F. (1998): Communication Research after the Mediasaurus? Digital Convergence, Digital Divergence, *Nordicom Review*, 1, pp. 39-52.

Jensen, Klaus Bruhn (2000a): On the Edge. A Meta-Analysis of the State of Media and Communication Research, *Nordicom Review*, 2, pp. 23-30.

Jensen, Klaus Bruhn (2000b): Fakultetet for Medier, Kommunikation og Kultur. *Mediekultur*, Nr. 31, s. 107-110.

Jensen, Klaus Bruhn (2002a): From Media History to Communication History, *Nordicom Review*, 1, pp. 95-99.

Jensen, Klaus Bruhn (2002b) (ed.): "Introduction: The state of convergence in media and communication research", in: Jensen, Klaus Bruhn (ed.): *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Research Methodologies*. London: Routledge, pp. 1-14.

Kapferer, Jean-Noël (1997): *Strategic Brand Management*. London: Kogan Page.

Kaspersen, Lars Bo & Mikkelsen, Flemming (2004): *Historisk Sociologi*. Frederiksberg: Forlaget Sociologi.

Kivikuru, Ullamaija (1998): Communication Research. Is there such a Thing?, *Nordicom Review*, 1/1998, pp. 7-11.

Langer, Roy (1999): Towards a Constructivist Communication Theory?, *Nordicom Information* 1-2, pp. 75-86.

Langer, Roy (2003a): "New Subtle Advertising Formats: Characteristics, Causes and Consequences", in: Hansen, Flemming & Christensen, Lars Bech (eds.): *Branding and Advertising*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, pp. 232-265.

Langer, Roy (2003b): Farvel til the Crying Game - velkommen til organisationskommunikation på tværs af etablerede skyttegrave, Tiltrædelsesforelæsning ved Institut for Kommunikation, Journalistik og Datalogi, Roskilde Universitetscenter, 03.10.2003.

<http://www.kommunikationsforum.dk/Log/cryinggame.pdf>

Langer, Roy & Nielsen, Anne Dorte Bruun (2002): Skjult reklame - en undersøgelse af erfaringerne med denne reklameform, udviklingstendenser og reguleringsmulighederne. København: Økonomi- og Erhvervsministeriet/Forbrugerstyrelsen.

Langkjær, Birger (2003): Har medieforskningen sejret sig ihjel? Debatindlæg på hjemmesiden af Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark, 23.06.2003. <http://www.smid.dk/debatforum/debat.html>

Lippmann, Walter (1922/1997): *Public Opinion*. New York: The Free Press.

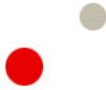
Ludes, Peter & Schütte, Georg (1998): „Für eine integrierte Medien- und Kommunikationswissenschaft“, in: Schanze, Helmut & Ludes, Peter (Hg.): *Einführung in die Medienwissenschaft. Entwicklungen und Theorien*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, S. 27-63.

Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Lund, Anker Brink (2000): Media Research Cutting Edges. All Quiet at the Nordic Front?, *Nordicom Review*, 2, pp. 31-30.

- Lund, Anker Brink (1986):** "Habermas i hovedet og Gallup på papiret", i: Fabricius Jensen, Else & Pittelkow, Ralf (red.): Det ukendte publikum. Nye metoder i medieforskningen. København: C.A. Reitzels Forlag, s. 28-39.
- Miller, Katherine (2002):** Communication Theories. Perspectives, Processes, and Contexts. New York: McGraw-Hill.
- Mumby, Dennis K. & Stohl, Cynthia (1996):** Disciplining Organizational Studies, *Management Communication Quarterly*, 10 (1), pp. 50-72.
- Neverla, Irene (1997):** Ein Kind der Bildungsreform, *Die Zeit*. 24.01.1997.
- Newcomb, Horace (2000):** Searching for Landmarks at the Forefront of Media Research, *Nordicom Review*, 2, pp. 15-21.
- Newhagen, John E. & Rafeli, Sheizaf (1996):** Why communication researchers should study the Internet: A dialogue, *Journal of Communication*, 46, pp. 4-13.
- Osborne, Thomas & Rose, Nikolas (1997):** In the name of society, or three theses on the history of social thought. *History of the Human Sciences*, 10 (3), pp. 87-121.
- O'Keefe, Barbara (1993):** Against theory, *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 75-82.
- Putnam, Linda & Phillips, Nelson & Chapman, Pamela (1996):** "Metaphors of Communication and Organization", in: Clegg, Stewart R., Hardy, Cynthia & Nord, Walter R. (eds.): *Handbook of Organization Studies*. London: Sage, pp. 125-158.
- Qvortrup, Lars (1998):** Det hyperkomplekse samfund. København: Gyldendal.
- Rakow, Lana F. (1993):** The Curriculum is the Future, *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 154-162.
- Rantanen, Terhi (2000):** The Future of Nordic Media and Communication Studies. The End of Splendid Isolation?, *Nordicom Review*, 2, pp. 37-41.
- Reardon, Kathleen K. & Rogers, Everett M. (1988):** Interpersonal versus mass media communication: A false dichotomy, *Human Communication Research*, 15, pp. 284-303.
- Redding, Charles W. & Tompkins, Philipp K. (1988):** "Organizational Communication – Past and Present Tenses", in: Goldhaber, Gerald M. & Barnett, George A. (eds.): *Handbook of Organizational Communication*. Norwood, NJ: Ablex Publishing, pp. 5-33.
- Reinsch, N. Lamar Jr. (1996):** **Business Communication:** Present, Past, Future, *Management Communication Quarterly*, 10 (1), pp. 27-49.
- Rogers, Everett M. & Chaffee, Steven H. (1997):** The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir. Thousand Oaks (CA): Sage.
- Rogers, Everett M. (1994):** A History of Communication Study: A Biographical Approach. New York: The Free Press.
- Rogers, Everett M. & Chaffee, Steven H. (1983):** Communication as an academic discipline: A dialogue, *Journal of Communication*, 33 (3), pp. 18-30.
- Rogers, Priscilla S. (1996):** Disciplinary distinction or responsibility?, *Management Communication Quarterly*, 10 (1), pp. 112-123.

- Rosengren, Karl-Erik (1989):** "Paradigms lost and regained", in: Dervin, Brenda; Grossberg, Lawrence; O'Keefe, Barbara J. & Wartella, Ellen: Rethinking Communication, Vol. 1, Newbury Park: Sage pp. 21-39.
- Rosengren, Karl-Erik (1993):** From field to frog ponds. Journal of Communication, Vol. 43, pp. 67-77.
- Ross, Dorothy (1991):** The Origins of American Social Science. Cambridge: Cambridge University Press.
- Russel, David R. (1991):** Writing in the academic disciplines, 1970-1990. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- Ruhrmann, Georg; Kohring, Matthias; Görke, Alexander; Maier, Michaela & Woelke, Jens (2000):** Im Osten was Neues? Ein Beitrag zur Standortbestimmung der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Publizistik, Nr.3/2000, S. 283-309.
- Ruß-Mohl, Stefan (1997):** Das Fach ist durchaus leistungsfähig, Die Zeit, 30.01.1997.
- Salokangas, Raimo (2002):** Media History becomes Communication History – or Culture History?, Nordicom Review, 1, pp. 101-105.
- Schmidt, Siegfried J. (2000):** Kalte Faszination. Medien-Kultur-Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Schmidt, Siegfried J. & Zurstiege, Guido (2000):** Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Hamburg: Rowohlt.
- Schrøder, Kim Christian (2000):** Pionerdagene er forbi! Hvor går receptionsforskningen hen? Mediekultur, Nr. 31, s. 74-88.
- Schrøder, Kim Christian; Drotner, Kirsten; Kline, Steve & Murray, Catherine (2003):** Researching Audiences. London: Edward Arnold.
- Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949):** The mathematical theory of communication. Urbana: University of Illinois Press.
- Shepherd, Gregory J. (1993):** Building a discipline of communication, Journal of Communication, 43 (3), pp. 83-99.
- Shoemaker, Pamela J. (1993):** Communication in Crisis: Theory, Curricula, and Power, Journal of Communication, 43 (4), pp. 146-153.
- Silbermann, Alois (1996):** Marottenhafte Wichtigtuerei. Ein Abgesang auf die deutsche Medien- und Kommunikationswissenschaft, Die Zeit. 13.12.1996.
- Schramm, Wilbur (ed.) (1948):** Communications in Modern Society. Urbana, ILL: University of Illinois Press.
- Tuchman, Gaye (1988):** "Mass Media Institutions", in: Smelser, Neil J. (ed.): Handbook of Sociology. London: Sage. pp. 601-626.
- Videnskabsministeriet (2003):** Mediearbejdsmarkedet - arbejdskraft og kompetencer: Efterspørgselsanalyse. København: Ministeriet for Videnskab, Teknik og Udvikling.
- Wallerstein, Immanuel et. al. (1996):** Open the Social Sciences. Report of the Gulbenkian Commission on the Restructuring of the Social Sciences. Stanford: Stanford University Press..
- Wallerstein, Immanuel (1999):** The End of the World as we Know it. Social Science for the Twenty-First Century. Minneapolis: University of Minnesota Press.



Weber, Max (1910/1988): „Zur Soziologie des Zeitungswesens“, in: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Wien: Braumüller, pp. 18-24. (oprindeligt publiceret i: Schriften der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Serie I. Band I. Tübingen, pp. 39-62).

Windahl, Sven (2003): Hvad skal kommunikationsfolk kunne? – Nogle refleksioner, Kommunikatøren, Nr. 5, s. 24-24.