

Røtter og vinger

Argumenter for en transnasjonal sosiologi

Hans Erik Næss



Masteroppgave i sosiologi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi
Det samfunnsvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Høst 2007



CULCOM

Kulturell kompleksitet
i det nye Norge

Forord

Ingen masteroppgave skrives alene, og *Røtter og vinger: Argumenter for en transnasjonal sosiologi* er slett intet unntak. Derfor ønsker jeg å fremheve følgende personer som har ytet ulike bidrag i løpet av arbeidsperioden.

Først vil jeg rette en takk til mine veiledere Anne Krogstad og Thomas Hylland Eriksen. Dere bekreftet begge mitt håp om hvordan veiledere skal være – grundige, konstruktive, støttende og utfordrende.

Takk også til Iver B. Neumann, Sharam Alghasi, Odin Lysaker, Ida Hjelde, Arnfinn H. Midtbøen, Dag Herbjørnsrud, Nils Klevjer Aas og Tore Dybing Myklebust for nyttige innspill og hjelp underveis.

Takk til forskningsprogrammet «Kulturell kompleksitet i det nye Norge» (Culcom) for økonomisk støtte, samt til alle mine medmasterstipendiater og andre på Culcom for et særdeles stimulerende miljø.

Til slutt vil jeg sende en takk til familie og venner, og endelig, Vibeke – en stor takk for alt du har måttet gjennomgå, og for all den støtte, varme, omtanke og forståelse du har gitt meg alle disse årene.

Hans Erik Næss, Oslo, oktober 2007

Sammendrag

Ifølge Samordna Opptaks søkemotor hadde 33 høyskole- og universitetsstudier i Norge tilbud om sosiologiemner høsten 2006. Gjennom å undersøke utvalget blant de ti institusjonene som tilbyr rene sosiologiske årsstudium, bachelor- eller mastergrader, viste det seg at kun fem av totalt 155 tilgjengelige sosiologiemner i hovedsak tok for seg ulike kombinasjoner av transnasjonalitet og sosiologi. For meg indikerte dette funnet at sosiologifaget i Norge generelt har det jeg kaller et *transnasjonalitetsunderskudd* – at det ikke har nok fokus på transnasjonale trekk ved vår samtids sosiale fenomener. Selv om flere pensumbidrag og emnedeler ved lærestedene som tilbydde sosiologikurs direkte tok for seg følgene av økende transnasjonalisering, mente jeg å kunne tolke det slik at de bar mer preg av å være sporadiske unntak enn en fagsatt norm.

Dette inspirerte meg til å lete etter mer spesifikke sider ved transnasjonalitetsunderskuddet som kunne tas opp til diskusjon. Siden jeg tilhørte Universitetet i Oslo (UiO) falt det meg naturlig å starte undersøkelsene der. UiO skiller seg positivt ut på landsbasis ved å tilby ett av de fem tilgjengelige sosiologiemnene med fokus på transnasjonalitet. Men gjennom forundersøkelser av pensumbidragene til introduksjonskursene «SOS1001 – Introduksjon til sosiologi» og «SOS1002 – Oversikt over sosiologien» i bachelorstudiet i sosiologi, dukket det opp tegn til at transnasjonalitetsunderskuddet også gjenspeiles på andre måter – fremfor alt metodologiske. En fellesbetegnelse på dette er *metodologisk nasjonalisme*.

Spørsmålene jeg stiller i denne oppgaven er altså ikke *om* det er et transnasjonalt underskudd ved UiO, men *hvilket metodologisk omfang* dette kan sies å ha, på hvilke måter og i hvilken grad det er til stede i et utvalg pensumbidrag, og hvorfor norsk sosiologi bør integrere transnasjonale perspektiver i sine introduksjonskurs. Denne oppgaven skal med andre ord *argumentere for en transnasjonal sosiologi*. Måten jeg skal gjøre det på, er å skissere og operasjonalisere en transnasjonal metodologi gjennom en analyse av filmindustrien samlet under begrepet *Hollywood*. Basert på denne analysen er målet å formulere noen alternative *metodologiske* huskereglar for en sosiologi som er

grunnleggende transnasjonal. Fra disse huskereglene skal jeg så presentere et alternativt pensum for de sosiologikursene ved UiO som jeg har valgt å studere pensumutdragene fra i denne oppgaven

INNHOOLD

FORORD	II
SAMMENDRAG	III
1. TRANSNASJONALE UTFORDRINGER	7
INTRODUKSJON.....	7
<i>Definisjoner og begrepsavklaringer</i>	8
ET SOSIOLOGIFAGLIG PROSJEKT	10
<i>Bakgrunn for utvalget</i>	12
<i>Hollywood som case</i>	15
OPPGAENS VIDERE STRUKTUR.....	16
2. METODOLOGISK NASJONALISME VED UIO?	20
INTRODUKSJON.....	20
SOSIOLOGI VED UNIVERSITETET I OSLO	20
METODOLOGISK NASJONALISME	22
<i>Seks idealtypiske prinsipper</i>	22
PENSUMUTDRAG 1: SOCIOLOGY: A GLOBAL INTRODUCTION	25
<i>En global sosiologi?</i>	25
<i>Metodologisk inkonsekvens?</i>	29
DET NORSKE SAMFUNN	33
<i>Pensumutdrag 2: Makt</i>	33
<i>Pensumutdrag 3: Det flerkulturelle Norge</i>	37
FRA UIO TIL HOLLYWOOD	41
3. KULTURELL GLOBALISERING = HOLLYWOODISERING?	44
INTRODUKSJON.....	44
HVA ER AMERIKANISERING?.....	45
KULTUR, MEDIER OG KINOFILM	46
<i>Hollywood og nasjonalstaten</i>	50
<i>Den uønskede popkulturen</i>	51
KULTUR I GLOBALE HANDELSFORA	52
<i>Eurimages</i>	54
MÅ FILM VÆRE NASJONAL?	56
HVOR AMERIKANSK ER HOLLYWOOD?	60
BEHOV FOR METODOLOGISKE ALTERNATIVER.....	61
4. METODOLOGISKE ALTERNATIVER	64
INTRODUKSJON.....	64
METODOLOGISK KOSMOPOLITISME	65
<i>Kritikk av Beck</i>	66
GLOBAL ETNOGRAFI.....	68
<i>Et forsøk på å unngå «globaloney»</i>	70
GLOBALE KREFTER.....	73
RØTTER OG VINGER: Å FØYE SAMMEN ØKONOMI OG KULTUR	77
5. RØTTER	79
INTRODUKSJON.....	79
NICL: EN NY GLOBALE KULTURELL ARBEIDSDELING	80
UTDRAG FRA HISTORIEN OM HOLLYWOOD	81

1895-1945: Filmens transnasjonale barndom.....	81
1945-1973: USA som kulturhegemon	82
1973-1989: Fremveksten av storfilmer	83
1989 → : Globaliseringens tid.....	85
NICL, DEL I: PRODUKSJON.....	87
NICL, DEL II: MARKEDSFØRING	93
NICL, DEL III: DISTRIBUSJON OG VISNING	96
NICL, DEL IV: IMMATERIELLE RETTIGHETER.....	100
KOSMOPOLITISK HOLLYWOOD?	102
6. VINGER	105
INTRODUKSJON.....	105
KINOGÅINGENS SOSIOLOGI.....	106
DA MARLON BRANDO KOM TIL EGGESBØNES	110
NARRATIV GJENNOMSIKTIGHET.....	114
MYTOTYPER	117
<i>Propp møter Shrek 2</i>	118
<i>Campbell møter Star Wars og The Matrix</i>	119
DET KOSMOPOLITISKE HOLLYWOOD	122
PÅ TIDE Å SAMLE NOEN TRÅDER.....	126
7. ARGUMENTER FOR EN TRANSNASJONAL SOSIOLOGI	128
EN LITEN OPPSUMMERING	128
ANALYTISKE ERFARINGER.....	130
PRINSIPPER FOR EN TRANSNASJONAL SOSIOLOGI.....	132
<i>Rekontekstualisert</i>	133
<i>Kosmopolitisk</i>	134
<i>Flerfaglig</i>	136
FRA REFLEKSJONER TIL PRAKSIS: ET ALTERNATIVT PENSUM.....	136
ALTERNATIVT PENSUM SOS1001 – INTRODUKSJON TIL SOSIOLOGI	138
ALTERNATIVT PENSUM SOS1002 – OVERSIKT OVER SOSIOLOGIEN.....	141
SLUTTORD	144
APPENDIKS A	146
OVERSIKT OVER LÆRESTEDER SOM TILBYDDE SOSIOLOGI HØST 2006.....	146
APPENDIKS B.....	147
PENSUM/LÆRINGSKRAV (SOS1001 – HØST 2006)	147
PENSUM/LÆRINGSKRAV (SOS1002 – HØST 2006)	148
LITTERATURLISTE	150

1. Transnasjonale utfordringer

Behind the façade of enduring nationality, processes of transnationalization are everywhere taking place.

- Ulrich Beck

Introduksjon

Ifølge Samordna Opptaks søkemotor hadde 33 høyskole- og universitetsstudier i Norge tilbud om sosiologiemner høsten 2006. Gjennom å undersøke utvalget blant de ti institusjonene som tilbyr rene sosiologiske årsstudium, bachelor- eller mastergrader, viste det seg at kun fem av totalt 155 tilgjengelige sosiologiemner i hovedsak tok for seg ulike kombinasjoner av transnasjonalitet og sosiologi (se appendiks A).¹ For meg indikerte dette funnet at sosiologifaget i Norge generelt har det jeg kaller et *transnasjonalitetsunderskudd* – at det ikke har nok fokus på transnasjonale trekk ved vår samtids sosiale fenomener. Selv om flere pensumbidrag og emnedeler direkte tok for seg følgene av økende transnasjonalisering, tolket jeg det slik at de bar mer preg av å være sporadiske unntak enn en fagsatt norm.

Dette inspirerte meg til å studere mer spesifikke sider ved transnasjonalitetsunderskuddet som kunne tas opp til diskusjon. Siden jeg tilhørte Universitetet i Oslo (UiO) falt det meg naturlig å starte undersøkelsene der. UiO skiller seg positivt ut på landsbasis ved å tilby ett av de fem tilgjengelige sosiologiemnene med fokus på transnasjonalitet. Men gjennom forundersøkelser av pensumbidragene til introduksjonskursene «SOS1001 – Introduksjon til sosiologi» og «SOS1002 – Oversikt over sosiologien» i bachelorstudiet i sosiologi (se appendiks B), dukket det opp tegn til at transnasjonalitetsunderskuddet også gjenspeiles på andre måter – fremfor alt metodologiske. Årsakene til at jeg ser nærmere på introduksjonskursene og de enkelte bidragene fra dem, skal jeg komme tilbake til utover i dette kapittelet.

¹ <http://www.samordnaopptak.no/SW/studier.html>, gjennom søk på «sosiologi».

Spørsmålene jeg stiller i denne oppgaven er altså ikke *om* det er et transnasjonalt underskudd ved UiO, men *hvilket metodologisk omfang* dette kan sies å ha, på hvilke måter og i hvilken grad det er til stede i et utvalg pensumbidrag, og hvorfor norsk sosiologi bør integrere transnasjonale perspektiver i sine introduksjonskurs. Denne oppgaven skal med andre ord *argumentere for en transnasjonal sosiologi*. Måten jeg skal gjøre det på, er å skissere og operasjonalisere en en transnasjonal metodologi gjennom en analyse av filmindustrien samlet under begrepet *Hollywood*. Målet er å formulere noen *metodologiske* huskereglene for en sosiologi som er grunnleggende transnasjonal. Fra disse huskereglene skal jeg så presentere et alternativt pensum for de sosiologikursene ved UiO som jeg har valgt å studere pensumutdragene fra i denne oppgaven.

Definisjoner og begrepsavklaringer

Transnasjonalitet var lenge et begrep som hørte migrasjonsforskningen til, men har i nyere tid forflyttet seg til andre deler av samfunnsvitenskapen (Roudometof 2005). En grunnleggende forklaring er at det konvensjonelle synet på verden som en mosaikk av nasjonalstater med klare og veldefinerte kulturelle, økonomiske og politiske grenser, ikke lenger er tilstrekkelig for å forstå den sosiale verden (Tilly 1990, Hannerz 1992:218). Overordnet sett er begrepet derfor blitt et referansepunkt for «the multiple ties and interactions linking people or institutions across the borders of nation-states» (Vertovec 1999:447). Eksempelvis beskriver Linda Basch, Nina Glick-Schiller og Cristina Blanc-Szanton (1994:52) transnasjonalitet som «deterritorialiserte lojaliteter», og henviser til at sosial tilknytning, identitet og politisk lojalitet ikke nødvendigvis er geografisk bundet.

Selv om transnasjonalitet begrepsmessig har mye til felles med *globalisering* i studielitteraturen (jf. Held, McGrew, Goldblatt og Perraton 2004:68), skiller imidlertid begrepene seg fra hverandre på flere områder. Ulf Hannerz (1996), hvis utsyn jeg velger å følge i resten av denne oppgaven, presenterer ett av de mest sentrale:

The term «transnational» is in a way more humble, and often a more adequate label for phenomena which can be of quite variable scale and distribution, even when they do share the characteristic of not being contained within a state. It also makes the point that many of the linkages in question are not «international», in

the strict sense of involving nations – actually, states – as corporate actors. In the transnational arena, the actors may now be individuals, groups, movements, business enterprises, and in no small part it is this diversity of organization we need to consider (Hannerz 1996:6).

Foruten å innta et mer ydmykt ambisjonsnivå sammenliknet med mange globaliseringsstudier, åpner Hannerz for en pluralistisk og nettverksbasert innfallsvinkel hvor de relevante aktørrollene innehas av andre enn nasjonalstaten. For en transnasjonal sosiologi ser jeg på det som et sentralt nytenkningspremiss. Samtidig tas det høyde for at nasjonalstaten ikke utraderes fra analysen. Forbeholdet er at det kreves andre måter å analysere dens tilstand på. Å skille begrepene «transnasjonal» og «global» fullstendig ad er imidlertid vanskelig siden en overveiende del av kildene i denne oppgaven bruker dem om hverandre. Derimot vil mine egne analyser i større grad være tro mot Hannerz' utsyn.

Metodologi defineres i *Oxford Dictionary of Sociology* som «the methods and general approaches to empirical research» (Scott og Marshall 2005:406). En arbeidsdefinisjon på et metodologisk fundament kan derfor være hva slags sett med teoretiske forutsetninger og retningslinjer, sterke nok til å inneha avgjørende betydning for analysens utfall, som geleider sosiologer i deres empiriske arbeid. Dette fundamentet grenser iblant til hva Pierre Bourdieu kaller *doxa*. Dette begrepet indikerer en dominerende tenkemåte der synsing, tro og antatte selvfølgeligheter forsyner oss med oppfatninger av emner og fenomener det ikke stilles spørsmål ved, som heller ikke behøver å etterprøves, og som dermed tas for gitt (Bourdieu 1977:164-71).

Jeg ser imidlertid ikke det metodologiske grunnlaget ved UiOs innføringskurs i sosiologi som doxisk, siden bakgrunnen for det materialiseres i pensumlister hvor de metodologiske føringene er resultat av bevisste valg og prosedyrer. Dessuten har pensumlistenes metodologiske design også en historisk side som ikke kan utelukkes. Det er dekning for å hevde at norsk sosiologis ulike «skoler», metodologiske premisser og kunnskapssosiologiske retningslinjer har vært, og i overveiende grad er, europeiserte eller anglo-amerikaniserte (se Mjøset 1991, Engelstad 2000, Birkelund 2006, Thue 2006).

Et sosiologifaglig prosjekt

Det midlertidige inntrykket jeg fikk ved gjennomgangen av UiOs sosiologikurs nevnt over var at transnasjonale perspektiver i liten grad fremsto som utslag av et *metodologisk* helhetsbilde. Metodologisk transnasjonalitet var som oftest sidesprang fra det Thomas Hylland Eriksen og Halvor Finess Tretvoll (2006:8) kaller et «nasjonalstatlig fortolkningshegemoni».² Begrepet defineres ikke ytterligere av dem, men en indikasjon på hva det innebærer mener jeg kan finnes i Jonathon W. Moses og Anne Margrethe Brighams bok *Globalisering i Norge* (2007:76); sosiologi, nasjonalstat og samfunn har i Norge vokst sammen til et dominerende referansepunkt for analyse.

En forklaring på denne sammenvevingen i Norge er rollen som UiO spilte i nasjonsbyggingsfasen fra tidlig 1800-tall og fremover. Ved å tilby et felles pensum, forankret i norsk historie, språk og kultur, har UiO ifølge Moses og Brigham (2007:90) en viktig rolle i å skape forståelse for Norge som selvstendig enhet. Legger vi til at Institutt for samfunnsforskning (ISF), en av de viktigste institusjonene for utformingen av norsk sosiologi på 1950- og -60-tallet, hadde som mål å etablere norsk sosiologi «as a government-oriented social science» (Thue 2006:278), trer båndene mellom stat, nasjonsbygging og sosiologi tydeligere frem. Da blant andre tidligere finans-, handels-, og planleggingsminister Per Kleppe på slutten av 1960-tallet presset på for å få en sosiologi rettet mot problemløsning, ble ISF «formelt et strategisk virkemiddel i statens kram» (Neumann 2007:274). Enkelte kritiske sosiologer hevder at disse forbindelsene fremdeles er for tette (se for eksempel Veiden 2006). Moses og Brigham (2007) ønsker derimot å problematisere den norske sosiologiens lange og nære forhold til nasjonalstaten som analytisk ankerfeste. Årsaken de fremhever er at globalisering utfordrer vår tillærte og nasjonalstatsbaserte forståelse av verden.

Samme tankerekke er også grunnlaget for denne oppgaven. Forbindelsen mellom nasjonalstatlig fortolkningshegemoni og mangel på transnasjonale perspektiver førte til at jeg bestemte meg for å bruke transnasjonalitetsunderskuddet ved UiO *i seg selv* som et utgangspunkt. Hovedfokuset ligger på en problematisering av de metodologiske

² Nasjonalstat forstås her som «en suveren myndighet med kontroll over et bestemt geografisk område og legitimitet basert på et tett og relativt homogent fellesskap innenfor dette området» (Eriksen og Tretvoll 2006:58).

premissene i tre pensumutdrag fra sosiologikursene «SOS1001 – Introduksjon til sosiologi» og «SOS1002 – Oversikt over sosiologien», som det ble forelest over høsten 2006 ved UiO. De tre utdragene er to bokkapitler; Fredrik Engelstads «Makt i det norske samfunn» og Grete Brochmanns «Lykksalighetens rike og den nye etniske forstyrrelsen» fra *Det norske samfunn* (Frønes og Kjølsvold 2005), samt pensumdelene i John J. Macionis og Ken Plummers bok *Sociology: A Global Introduction* (2005).

Dette fokusvalget er basert på forundersøkelser som tilsa at pensumet ved introduksjonskursene viste ulike antydninger til et nasjonalstatlig fortolkningshegemoni, eller mer presist det som kalles «metodologisk nasjonalisme». Daniel Chernilo definerer dette som

the all-pervasive equation within the social sciences between the concept of «society» and nation-state. Methodological nationalism presupposes that the nation-state is the natural and necessary form of society in modernity and that the nation-state becomes the *organizing principle* around which the whole project of modernity is cohered (Chernilo 2006b:129).

Selv om dette metodologiske premisset for sosiologisk analyse – som jeg skal utdype mer i neste kapittel – ble myntet første gang på 1970-tallet (Martins 1974:276), har det i særdeleshet møtt kritikk på 1990-tallet. Årsaken er at en sosiologi som baserer seg på metodologisk nasjonalisme ikke avleser samfunnsendringer i en globaliserende verden med tilstrekkelig grad av presisjon (Wimmer og Glick Schiller 2002, Beck 2006a, Chernilo 2006a, Featherstone og Venn 2006). Her må jeg presisere at jeg, i likhet med Beck, slett ikke mener at utøvere av metodologisk nasjonalisme er nasjonalister eller at nasjonalstaten bør fjernes fra listen over sosiologiske nøkkelbegreper. Mitt undersøkelsesområde er ikke de ideologiske elementene i nasjonalisme eller nasjonalstaten. Problematikken i denne oppgaven handler utelukkende omkring den voksende empiriske tvilen forbundet med den metodologiske nasjonalismes analytiske prinsipper (jf. Beck 2006a:27).

Bakgrunn for utvalget

Valget av utdrag fra pensumlistene til SOS1001 og SOS1002 er ikke tilfeldig. Fire beslektede hovedårsaker kan pekes ut. For det første: Selv om pensumbidragene er enkeltforfatteres verk, er vurderingen rettet mot *UiO som institusjon*. Dette synet er basert på Ida Hjeldes (2006) undersøkelsesprosedyre. Årsaken er at pensumlitteraturen «for de ulike kursene som tilbys velges ut og vedtas gjennom flere ledd av valgte organer ved instituttet,³ og man må derfor regne pensum som uttrykk for instituttets offisielle politikk og holdninger til hva sosiologi skal være» (Hjelde 2006:60). Jeg har valgt å ta for meg SOS1001 og SOS1002 fordi de begge er obligatoriske på bachelornivå og fordi deres pensum står for den mest elementære læringsbiten av bachelorprogrammet, både i tid og tema.

For det andre er de valgt på grunn av *nedslagsfelt*. John J. Macionis og Ken Plummer gjør med *Sociology: A Global Introduction* et forsøk på å skrive en altomfattende og global innføringsbok i sosiologi. Med sine 788 sider spekket med ulike former for informasjon, fargerike bilder, faktabokser og historiske kart, i tillegg strukket over veldige spenn i tid og rom, tar den sikte på å presentere hele verden og dens sosiale fenomener sett gjennom sosiologiske briller. *Det norske samfunn*, der jeg straks skal gå nærmere inn på valget av de to artiklene herfra, er valgt fordi seks av de 33 pensumbidragene på SOS1001 og SOS1002 er hentet fra denne boken, og flere av bidragsyterne går også igjen med andre bidrag på pensumlistene. Dessuten kan *Det norske samfunn* sies å være en veletablert kunnskapskilde i norsk sosiologi, ikke bare fordi den har profilerte sosiologer som redaktører og bidragsytere, men også fordi den over lang tid har kommet i ulike utgaver.

For det tredje er de valgt på grunn av *sjanger*. Som pensumlistenes to mest generelle innføringsbøker er de vesentlige påvirkningskilder når det gjelder å organisere ferske studenters verdensbilde (Tønnesson 2001, Bromark og Herbjørnsrud 2005a). Pål Veiden skriver om sosiologiske lærebøker at de

³ Hjelde (2006:60, fotnote 34).

skal ordne verden, *leseren* skal innordnes. Det er her det ligger en forskjell mellom samfunnsvitenskap og sosiologi: Førstnevnte skal beskrive verden rimelig presist, som antall medlemmer av Stortinget eller listen over Norges største byer. I sosiologien derimot, ligger det også en språklig innføring, en del av innføringsbokens oppgave er ganske enkelt å lære bort språket (Veiden 2006:102).

Jeg antar derfor at pensumet ved disse kursene i høy grad danner grunnlaget for elevenes sosiologiske utsyn med tanke på resten av bachelorstudiet.

For det fjerde er bidragene valgt med tanke på sine direkte forbindelser mellom *transnasjonalitet og sosiologi*. Macionis og Plummers bok har tittelen *Sociology: A Global Introduction* og har som mål, som jeg skal vise i kapittel 2, å introdusere både en global sosiologi og et sosiologisk blikk på vår globaliserte verden. Når det gjelder Engelstad ser jeg på hans artikkel om *makt* som relevant på grunn av at kapittelet i hovedsak baserer seg på den seneste Makt- og demokratiutredningen (1998-2003), hvor et av hovedtemaene var endrede maktkonstellasjoner i Norge i en global tid (NOU 2003). Brochmanns artikkel om *det flerkulturelle Norge* er relevant fordi dens fokus på migrasjon anskueliggjør kulturelle og politiske konfliktlinjer både i Norge og i landene migrantene kommer fra.

Formålet er ikke å trekke ambisiøse slutninger fra dette utvalget til norsk sosiologi eller UiOs sosiologipensum generelt, selv om funnene på grunn av utdragenes relevans etter mitt syn vil gi interessante indikasjoner på UiOs forhold til sosiologistudiets nærvær eller fravær av transnasjonale dimensjoner. Jeg hevder heller *ikke* at det ikke finnes studier i norsk sosiologi som involverer transnasjonale perspektiver overhodet (se for eksempel Alghasi, Fangen og Frønes 2006, samt Skilbrei, Tveit og Brunovskis 2006). Målet er først og fremst å sette et kritisk søkelys på den metodologiske nasjonalismen som analysepremiss, undersøke i hvilken grad den er til stede i utvalgte pensumutdrag fra SOS1001 og SOS1002, og hvorfor sosiologi alternativt bør internalisere transnasjonale perspektiver i sitt analytiske grunnsyn.

I tilknytning til dette kan det sies at kritikken mot metodologisk nasjonalisme er ledd i en større fagdebatt om sosiologiens utfordringer i det som løst kan kalles «globaliseringens tidsalder» (se Tilly 1990, Albrow og King 1990, Horowitz 1993, Abdo 1996, Giddens 1996, Abu-Lughod 2000, Urry 2000, Mbembe 2001, Tomasci 2001, Lemert 2004, Beck 2006a og Alatas 2006, for debatter). Antydningene til at dette er en

relevant problemstilling også i norsk sosiologi er mange. Et tegn på dette var Willy Martinussens selvransakende tilbakeblikk i forbindelse med tiårsjubileet til *Sosiologisk tidsskrift* i 2003: «Få av bidragene er artikler og diskusjoner om hvordan faget er i endring, hva vi i våre miljøer er for sterke og for svake på, og hvor norsk sosiologi bør bevege seg med de endrede eksistensbetingelsene vi nå møter» (Martinussen 2003:11). Mette Andersson hevder på sin side at samtidens migrasjonsbevegelser empirisk utfordrer «grunnleggende epistemologiske forutsetninger for sosiologisk tenkning» (Andersson 2007:59). Og skal vi tro Iver B. Neumann, kan norsk sosiologis manglende orienteringsevne i møtet med globaliseringens kompleksitet sågar være «en bit av en mulig forklaring på hvorfor sosiologiens stjerne har dalt såpass kraftig de siste 25 årene, en periode som jo har stått i globaliseringens tegn» (Neumann 2007:277-78).

Enda mer eiendommelig, fremdeles ifølge Neumann, var det at det måtte en student til for å sette denne debatten på dagsordenen. Studenten var Ida Hjelde (2006), som i sin nå mye omtalte masteroppgave anklaget sosiologien ved UiO for å være eurosentrisk. Norsk sosiologis eurosentriske *doxa*, som Hjelde betegner det (se også Bourdieu 1977:164-71), gjør at eurosentrisme ikke bare handler

om at vi ser oss selv først, på bekostning av 'de andre' men også om *hvordan vi ser, og ikke ser, oss selv*. Dette perspektivet åpner for en forståelse av at den norske sosiologiens eurosentrisme ikke bare handler om pensumlister med utelukkende vestlige navn, eller at sosiologien i liten grad befatter seg med studier av ikke-vestlige land, men kanskje først og fremst om at vi systematisk *ikke* ser vårt eget samfunn som relasjonelt konstituert i en global kontekst (Hjelde 2006:15).

Dette er presserende, mener Neumann videre, all den tid «det nå knapt finnes et sosiologisk studieobjekt i Norge som ikke må tenkes som en del av globale nettverk om analysen skal bli fyldestgjørende» (Neumann 2007:277). I denne oppgaven skal jeg forsøke å videreføre denne debatten. I likhet med Hjelde og Neumann ønsker jeg å bidra til en sosiologisk grunnholdning hvor det globale og det lokale er naturlig innvevd i hverandre. For en transnasjonal sosiologi er en kaffekopp ikke bare en sosial samhandlingssituasjon mellom to mennesker, men også sluttledd i en globalisert varehandelkjede (jf. Cohen og Kennedy 2000:16). Imidlertid bør det påpekes at Hjelde og jeg går ulike veier på flere undersøkelsesområder. Viktigst er det at jeg lanserer et annet

metodologisk alternativ. Dette er ikke fordi jeg anser Hjeldes valg eller hennes kilder som irrelevante, men fordi eksemplene jeg skal bruke for å vise fordelene ved en transnasjonal metodologi er lettere operasjonaliserbare gjennom mitt eget forslag.

Hollywood som case

Forslagene jeg skal argumentere for baserer seg på Sanjeev Khagram og Peggy Levitts skisse til en transnasjonal sosiologi. Denne skissen etterlyser en sosiologi som fra begynnelsen av søker

to uncover, analyze and conceptualize similarities, differences, linkages and interactions among transnational phenomena and dynamics, as well as with bordered and bounded social forms and processes, across time and space. Doing so involves conducting analyses that capture, compare and contrast, interpret and explain the range, level, scale and scope of transnational phenomena, dynamics and their interactions (Khagram og Levitt 2004:36).

Gjennom en studie av Hollywood skal denne oppgaven være et bidrag til en slik sosiologi. Bakgrunnen er at tradisjonelle studier av Hollywood domineres av den metodologiske nasjonalismens prinsipper. Et fellesargument går på hvordan Hollywood spiller en sentral rolle i påstanden om at kulturell globalisering bare er dekkord for en kulturell «amerikanisering», det vil si en verdensomspennende homogenisering av amerikanske livsstiler, verdier, normer og idealer (se Beck, Sznaider og Winter 2003, Campbell, Davies og McKay 2004, Duncan og Juncker 2004, Marling 2006, for debatter).

I skyggen av denne metodologisk nasjonalsentriske forestillingen om kultur og økonomi som et nullsumspill – mer av Hollywood gir mindre av norsk kultur – finner vi en svært underkommunisert side ved denne debatten. Hvor amerikansk er Hollywood *som filmindustri*? Studier har vist at under begrepet Hollywood skjuler det seg en rekke transnasjonale interesser, økonomiske så vel som kulturelle. Eksempelvis har filmproduksjonsselskapet Columbia Pictures siden 1989 vært eid av japanske Sony (se for eksempel Kunz 2007). Og hvor amerikansk er en «Hollywood-film»? Antropologen Hortense Powdermaker, som gjorde feltarbeid i Hollywood på 1940-tallet, har noen interessante refleksjoner som neppe er mindre relevante i vår globaliserende samtid:

Some characteristics of the modern world have been greatly exaggerated in Hollywood while others are underplayed. Hollywood is therefore not a reflection, but *a caricature of selected contemporary tendencies*, which, in turn, leave their imprint on the movies (Powdermaker 1951:307, min kursivering).

Disse aspektene og forbindelsene, som jeg kommer tilbake til i kapitlene 3, 5 og 6, lanserer en god del metodologiske utfordringer for en nasjonalsentrisk sosiologi som fokuserer på Hollywoods nasjonalkulturelle påvirkningskraft. En studie av Hollywood gjennom et alternativt metodologisk syn, gir meg derfor muligheten til både å vise den metodologiske nasjonalismens mangler og samtidig utforske fordelene ved mitt egenkomponerte alternativ.

Oppgavens videre struktur

Før jeg går over til kapitlenes videre gang, vil jeg si litt om hvordan oppgaven er skrevet. Den har en lineær og kumulativ form og kapitlene vil kun gi fragmentariske innsyn i innholdet dersom de leses hver for seg. Drøftingen av oppgavens problemstilling er fordelt utover kapitlene og peker i sin helhet mot avslutningen (jf. Eco 2002).

Konsekvensen er at oppgaven krever litt tålmodighet av leseren. Til gjengjeld håper jeg at den samlede argumentasjonen som har blitt lansert underveis vil styrke avslutningskapittelets konklusjoner.

I kapittel 2 skal jeg, på basis av en idealtypisk inndeling av den metodologiske nasjonalismens prinsipper, granske tre pensumutdrag fra kursene SOS1001 og SOS1002 som ble undervist på bachelorprogrammet i sosiologi ved UiO høsten 2006. De tre utdragene er to bokkapitler; Fredrik Engelstads «Makt i det norske samfunn» og Grete Brochmanns «Lykksalighetens rike og den nye etniske forstyrrelsen», begge fra *Det norske samfunn* (Frønes og Kjølsvold 2005), samt pensumdelene i John J. Macionis og Ken Plummers bok *Sociology: A Global Introduction* (2005). Gjennom å prøve pensumbidragene mot den metodologiske nasjonalismens prinsipper, skal jeg belyse tilstedeværelsen av dem ved å samle funnene i komparative tabeller. Motivet i denne sammenheng er å påpeke metodologiske mangler som er problematiske fra en

transnasjonal synsvinkel, en synsvinkel jeg – med støtte fra diskusjonen over – vil hevde får stadig større betydning for sosiologiske forståelser av vår transnasjonale samtid.

Min analyse er derimot ikke ute etter å påpeke alle sosiologiske perspektiver og studier som *burde* vært tatt med i pensumbidragene eller i studier av Hollywood, men i første rekke måten det som er tatt med fremstilles på. Skillet mellom faktiske funn (hvordan det som faktisk står i bidragene fremstilles) og «ikke-funn» (bemerkninger rettet mot perspektiver, eksempler eller vinklinger som ikke er tatt med overhodet) er imidlertid gjerne to sider av samme sak. Siden «ikke-funn» i mange tilfeller er den eneste måten å vise begrensningene til det som faktisk står i pensumbidragene, vil kritikkens fundament underveis i kapittel 2 og 3 i stor grad være basert på alternative vinklinger til det som bøkene, studiene og pensumutdragene presenterer.

Etter å ha kommet frem til noen indikasjoner om hvilke metodologiske føringer sosiologien ved UiO baserer seg på i kapittel 2, skal jeg i kapittel 3 flytte fokuset over på amerikaniseringsdebatten nevnt ovenfor. Primærårsaken til at nettopp Hollywood gir den metodologiske nasjonalismen bry er fenomenets uåndgripelighet innenfor et nasjonalstatlig fortolkningshegemoni. Dette til tross for at en klar majoritet av studielitteraturen omkring Hollywood er basert på den metodologiske nasjonalismens prinsipper. Siden tradisjonelle sosiologistudier av Hollywood-fenomenet deler flere av den metodologiske nasjonalismens prinsipper med pensumbidragene gjennomgått i kapittel 2, skal jeg utbrodere noen årsaker til hvorfor dette er problematisk.

Utover det at amerikaniseringsdebatten gir meg et brohode til hvordan vi kan operasjonalisere et metodologisk alternativ (jf. Beck 2003), ønsker jeg med denne overgangen å forsterke påstanden om at nødvendigheten av å finne alternativer til metodologisk nasjonalisme gjelder mer eller mindre uavhengig av studiefelt. At metodologisk nasjonalisme er et premiss i UiOs sosiologipensum sier i mine øyne for lite om dets metodologiske egenskaper, dersom dette premissets ulemper ikke tydeliggjøres fra en annen vinkel. Generaliseringseffekten øker dersom vi forflytter problemstillingen til å gjelde andre temaområder enn kun de ved UiOs sosiologipensum. Gjennom å vise at rammeverket til den metodologiske nasjonalismen ikke er egnet for studier av ulike typer av grenseoverskridende fenomener, som for eksempel Hollywood, ønsker jeg å avdekke de generelle manglene ved metodologisk nasjonalisme.

Kapittel 3 kan derfor ses på som en forberedende teoridiskusjon til kapittel 4, der jeg skal forsøke å utvikle et alternativ til metodologisk nasjonalisme. Først og fremst står Becks (2006a) begrep om «metodologisk kosmopolitisme»⁴ frem som et allment fundament. Dette skal jeg redegjøre årsakene til, men jeg vil også trekke frem Michael Burawoys begrep om «global etnografi» og Manuel Castells' teori om «nettverkssamfunnet» som andre innspill om hvordan sosiologien kan tilpasse sine analyseverktøy en transnasjonal verden skal drøftes. I forlengelsen av dette skal jeg diskutere hvordan vi kan operasjonalisere den metodologiske kosmopolitismen, og deretter presentere et todelt operasjonaliseringsalternativ til bruk på en analyse av Hollywood-industrien.

I kapittel 5 skal jeg prøve ut del I, det vil si den delen jeg kaller *røtter*, av dette operasjonaliseringsalternativet. Denne delen tar kort sagt for seg det jeg kaller «den materielle infrastrukturen» som tilrettelegger for et transnasjonalt fenomens omfang, i dette tilfellet Hollywood. Hvem står bak Hollywood-produksjonene? Her dreier det seg om hva Toby Miller, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell og Ting Wang (2001, 2005) kaller «a new international division of cultural labor» (NICL). Kort fortalt er NICL et akronym for Hollywood-industriens globaliserte arbeidsdeling når det gjelder produksjon, markedsføring, distribusjon og immateriell rettighetskamp. I praksis vil det si en undersøkelse av hvordan Hollywood-industrien er sammensatt av ulike organisasjonsledd, og hvordan en slik strukturfunksjonalistisk innfallsvinkel kan være første del av en forklaring på Hollywoods globale posisjon.

NICL gir imidlertid i beste fall halve forklaringen på hvorfor folk over en stor del av verden flokker seg til kinoene når en ny Hollywood-storfilm dukker opp. Kapittel 6, det vil si del II av operasjonaliseringsalternativet og den delen jeg kaller *vinger*, skal derfor være et forsøk på å fange hovedtrekkene ved det vi forenklet kan kalle den andre forklaringshalvparten – den som indikerer kulturelle årsaker til Hollywoods transnasjonale popularitet. Hvorfor går folk på kino og ser de filmene de ser? Her vil jeg gå inn på hvordan globaliseringen av Hollywood kan ha sin forklaring i industriens

⁴ Kosmopolitisme stammer fra det greske ordet *kosmopolitês* (verdensborger), og kan beskrives som en moralfilosofisk holdning som forsøker å balansere et universelt verdifellesskap med respekt for forskjeller (Appiah 2006:xv). I Becks forståelse heller begrepet imidlertid mer i retning av en slags «verdensmetodologi». Jeg kommer tilbake til dette i kapittel 4.

transnasjonale eller kosmopolitiske historie og fortellerteknikk. Kultursosiologiske teorier, blant annet det Scott J. Olson kaller «narrative transparency»-teori (Olson 1999, se også Semadi og Sotirin 1999, Stokes og Maltby 2004), vil stå i sentrum for kapittelet.

Begrepsparet røtter og vinger er for øvrig hentet fra Beck (2003:17), som skriver at «cosmopolitanism signifies *rooted* cosmopolitanism, having 'wings' and 'roots' at the same time». Jeg bruker dem imidlertid i en litt annen betydning, noe som vil fremgå av drøftelsene i kapittel 4-7. Jeg vil også hevde at – ytre likheter til tross – ideen om røtter og vinger skiller seg vesentlig fra Marx' (1963) tese om basis og overbygning. Ortodoks marxisme anser kultur «as a corporeal force locked into the socially organized production of the material conditions of existence» (Barker 2004:35). Jeg, på min side, deler A.J. Scotts (2005:1) argument for at kultur og økonomi ikke kan deles i to empiriske analysefelt når det kommer til dagens globaliserte medieindustri. I kontrast til marxismens deterministiske syn har denne oppgaven et langt mer vekselvirkende og nettverkspreget syn på forholdet mellom kultur og økonomi. Dette skal jeg vise i kapitlene 4-7.

I kapittel 7 skal jeg oppsummere erfaringene fra den kombinerte Hollywood-analysen og bruke dem som empirisk underlag for noen konkrete forslag til praktisering av en transnasjonal sosiologi. Med bruk av en komparativ tabell skal jeg sammenlikne den metodologiske nasjonalismen med funnene fra kapittel 2 og 3, samt mitt metodologiske alternativ fra kapittel 4-6. Derfra skal jeg trekke ut noen generelle prinsipper for en transnasjonal sosiologi, og deretter omgjøre erfaringene fra oppgavefunnene i denne tabellen til retningslinjer for en alternativ pensumliste for SOS1001 og SOS1002.

2. Metodologisk nasjonalisme ved UiO?

The social sciences have become obsessed with describing processes within nation-state boundaries as contrasted with those outside.

- Andreas Wimmer og Nina Glick Schiller

Introduksjon

I dette kapittelet skal jeg først informere om hvordan UiO fremstiller sosiologifaget. Deretter skal jeg redegjøre for det jeg, basert på Becks (2006a) fremstilling, har katalogisert som seks idealtypiske kjennetegn i metodologisk nasjonalisme. Deretter skal jeg se hvordan tre pensumutdrag fra sosiologiemnene SOS1001 og SOS1002 står seg i møtet med innholdet i disse premissene. Det tematiske rommet for drøftingen i dette kapittelet kan betegnes som spenningsfeltet mellom transnasjonalitet og sosiologiske forståelser av globaliseringens transnasjonale sider.

Forutsetningen for drøftingens gang, i henhold til det som ble debattert i forrige kapittel, er at globalisering innebærer kvalitative samfunnsendringer som nødvendiggjør en restrukturering av sosiologifagets metodologiske utsyn. John Urry (2003:3) hevder for eksempel at sosiologiske studier av «det globale» betinger en sosiologi som ikke bare leser nye fenomener med eksisterende analysebegreper, men som ser verden med andre forståelsesbriller enn før. Gjennom å prøve pensumbidragenes forhold til metodologisk nasjonalisme, vil vekten ligge på om de inkorporerer denne nødvendigheten i sitt metodologiske grunnsyn.

Sosiologi ved Universitetet i Oslo

Universitetet i Oslos internettdefinisjon av sosiologi er som følger:

Sosiologi er studiet av mennesker i samfunnet. Faget dekker ulike nivå, fra analyse av kortvarige treff mellom enkeltmennesker på gata til undersøkelser av globale sosiale prosesser. Sosiologi søker å forklare og fortolke hvordan mennesker blir formet av samfunnsforhold og samtidig kan endre disse forholdene.⁵

Bachelorprogrammet i sosiologi søker å gi studenten «en bred innføring i samfunnsvitenskapelige tenkemåter» samtidig som det «utstyrrer deg med grundig kunnskap om moderne samfunn og deres virkemåte». Emnene med navnene «SOS1001 – Introduksjon til sosiologi» og «SOS1002 – Oversikt over sosiologien» utgjør inngangsporten til faget. Begge emnene består av ti studiepoeng og foreleses i det aller første semesteret. I omtalen av SOS1001 lover UiO studentene «å gi et riss av den sosiologiske tenkemåten gjennom å knytte den til dagsaktuelle problemstillinger» samtidig som de skal gis innblikk i sosiologiske tradisjoner og nøkkelbegreper. Studentene tilbys «en innføring i substansielle begreper, tradisjoner og viktige temaer i sosiologien» og «vil lære om de metodene en bruker for å innhente ny kunnskap».⁶ SOS1002 bygger videre på SOS1001, og «gir en mer systematisk oversikt over de ulike delområdene i sosiologien. Slike områder kan knyttes til begreper som for eksempel globalisering, klasse og ulikhet, velferd, kjønn og seksualitet, sosialisering og identitet».⁷

Disse intensjonene kanaliseres gjennom til sammen 33 pensumbidrag, hvorav 20 av disse har direkte fokus på Norge (se appendiks B). Alle pensumbidragene har opphav i enten Europa eller Nord-Amerika. Dermed føyer pensumlistene seg inn norsk sosiologisk tradisjon for en euroamerikansk fagimport, slik den ble beskrevet i forrige kapittel (jf. Mjøset 1991, Thue 2006). Dette behøver dog på ingen måte å være en indikasjon på et transnasjonalitetsunderskudd. Noen av de sterkeste kritikerne av metodologisk nasjonalisme er eksempelvis europeere (jf. Urry 2000, Beck 2006a). Men siden den metodologiske nasjonalismens prinsipper er en sentral del av euroamerikansk sosiologi (jf. Tilly 1990, Beck 2006b), gir dette meg likevel en god grunn til å granske det

⁵ Alle sitater fra presentasjonen av bachelorprogrammet i sosiologi ved UiO er hentet fra <http://www.uio.no/studier/program/sosiologi/om/kort-om-programmet.xml>

⁶ <http://www.uio.no/studier/emner/sv/iss/SOS1001/>

⁷ <http://www.uio.no/studier/emner/sv/iss/SOS1002/>

metodologiske grunnsynet ved UiOs introduksjonskurs i sosiologi.⁸ Den delvis tatt-for-gitte symbiosen mellom stat, nasjon og sosiologi fremhevet av Moses og Brigham (2007) som kjennetegn på norsk sosiologi (se forrige kapittel), som igjen er dypt influert av euroamerikansk sosiologi, gjør faget sårbart for metodologiske skjevheter.

Metodologisk nasjonalisme

En fellesbetegnelse på noen slike skjevheter, som jeg var inne på i kapittel 1, er *metodologisk nasjonalisme*. Begrepet har i praksis en rekke mer eller mindre omfattende kjennetegn (jf. Beck 2006a:24-40). For å skaffe leseren en analytisk oversikt og trekke relevante forbindelser til denne oppgaven, har jeg kategorisert dem i seks idealtypiske prinsipper. Jeg vil gå kort igjennom hvert enkelt av dem, samtidig som jeg inkluderer noen illustrerende eksempler og innvendinger ved hvert prinsipp. Deretter skal jeg se på hvordan utdragene fra pensum på SOS1001 og SOS1002 står seg i møte med disse prinsippene.

Seks idealtypiske prinsipper

Den metodologiske nasjonalismens første prinsipp er at nasjonalstaten definerer hva som er samfunnet. Resultatet er en territoriell forståelse av samfunnet basert på nasjonalstatlig konstruerte og kontrollerte grenser (Beck 2006a:27). Benedict Andersons begrep om «langdistansenasjonalisme» (1992) eller ideen om «deterritorialiserte nasjonalstater» (Basch et al. 1994) – begge eksemplifisert av Karen O'Reillys (2000) studie av briter bosatt på Costa del Sol, som utvilsomt regner seg som en del av det britiske samfunnet selv om de bor utenfor landets grenser – blir her metodologiske avvik siden de bryter med likestillingen av samfunn og det nasjonalstatlige territorialprinsippet.

For det andre er verdensbildet i samfunnsvitenskapene bestemt av motsetningsforholdet mellom det nasjonale og det internasjonale (Beck 2006a:28).

⁸ En grunn til at sosiologi i andre verdensdeler er mindre opptatt av metodologisk nasjonalisme er at premisset ikke har stått så sterkt historisk, foruten de fløyen som tradisjonelt har importert euroamerikanske teorier og metoder (jf. Akiwowo 1989, Briceño-León 2002, Weinberg 2004, Alatas 2006).

Grunnen til dette er at samfunn, forstått som nasjonalstater, bare kan eksistere i flertall. Konsekvensen er at globaliseringsstudier, eller studier av fenomener med transnasjonale forgreninger, ofte konsentrerer seg om effekter på nasjonalstatlig nivå. Alternative forståelseskategorier som «nytribalisme» (Maffesoli 1995), «nettverkssamfunn» (Castells 2000) antas ikke i det sosiologiske grunnsynet. Det er likevel viktig å huske på at kritikk av dette punktet *ikke* fjerner analyser av nasjonalstater, med det forbehold om at nasjonalstaten analyseres i et relasjonelt forhold til både transnasjonale, lokale og globale krefter (jf. Hjelde 2006).

For det tredje har metodologisk nasjonalisme den nasjonalsentriske bieffekten at den generaliserer nasjonale erfaringer til universelle prognoser. For å parafrasere Hannerz (1990:11) kan det sies at uten et sammenliknende perspektiv, er risikoen stor for å forveksle et kulturfenomens iboende egenskaper med de særskilte egenskapene som opptrer nasjonalt. Hvis franskmenn føler at fransk kultur amerikaniseres som følge av globalisering, og anser dette som en trussel mot verdens kultur mangfold, betyr ikke dette nødvendigvis at *globaliseringen* er amerikanisert. Arjun Appadurai (1990:295) skriver eksempelvis at for befolkningen på Irian Jaya kan indonesianisering være mer bekymringsfullt enn amerikanisering, på samme måte som japanisering kan være det for koreanere, samt russifisering for armenerne og de baltiske republikker.

For det fjerde involverer metodologisk nasjonalisme en «territoriell (mis)forståelse» (Beck 2006a:29) av kultur. Vi kan ikke, som den metodologiske nasjonalismen postulerer (i sin strengeste form), ta kultur for gitt som en *ferdig liste med kvaliteter*, som tilhører et *folk*, som har *nasjonalgeografiske grenser* og bygger på *fortiden* (jf. Eriksen 1999b, Kennedy og Roudometof 2002). Det er heller ikke slik at ulike nasjonalstater, etter relativismens forståelseslogikk, ikke kan sammenliknes fordi det er umulig å komme frem til et felles sammenlikningsgrunnlag. I likhet med punkt 2 betyr heller ikke kritikk av dette punktet at nasjonal kultur skal fjernes fra det metodologiske grunnsynet, men at kulturen som assosieres med nasjonalstaten heller må forstås som en forhandlingsprosess med omverdenen.

For det femte innebærer metodologisk nasjonalisme en essensialiserende tendens (Beck 2006a:30), selv om dette vanligvis antas å være utilsiktet, siden kulturhistoriske begivenheter skilles fra hverandre og settes sammen igjen til nasjonale fortellinger i blant

annet historiebøker. Et eksempel er Stian Bromark og Dag Herbjørnsruds påstand om at fortellingene om Taj Mahal og Frihetsgudinnen som huskes gjerne er de «rene» versjonene «basert på kulturideologienes renhetsbilde – denne nye, moderne ideen der alt helst skal tilhøre én nasjon eller én sivilisasjon» (Bromark og Herbjørnsrud 2005a:328). Det er imidlertid mer historisk korrekt, skriver Bromark og Herbjørnsrud videre, å si at verken Taj Mahal eller Frihetsgudinnen «tilhører én enkelt kultur, religion eller sivilisasjon. Snarere er de blandingsprodukter, et konglomerat av mysteriøse tilfeldigheter, påvirkninger og inspirasjonskilder» (Bromark og Herbjørnsrud 2005a:328-29).

For det sjette har den metodologiske nasjonalismen en spesifikk ekskluderingsmekanisme; den utelukker en metodologisk kosmopolitisme (Beck 2006a:31), et begrep jeg skal komme mer tilbake til i kapittel 4. Kort fortalt betyr dette en teoretisering av, og forskning på, sosiologiske fenomener fra en polysentrisk innfallsvinkel, mens metodologisk nasjonalisme ser fenomenene som enten-eller. Et eksempel på metodologisk nasjonalisme er Milan Kunderas (1987) påstand om at romanen er en spansk oppfinnelse som ble født med Miguel de Cervantes' (1547-1616) *Don Quijote* fra 1605. I motsetning til dette står metodologisk kosmopolitisme. Med et slikt utsyn kan det hevdes at romanen er en sammensatt litterær sjanger uten noe dominerende geografisk opphav, det vil si verken rent europeisk eller noe annet. Eksempelvis kan vi, i tillegg til *Don Quijote*, henvise til japanske Murasaki Shikibus (978-1031) *Fortellingen om Genji*. Boken, som ble ferdigstilt rundt 1015, har en rekke likhetstrekk med «den europeiske romanen».⁹

Ut i fra denne pakke kategoriseringen av metodologisk nasjonalisme som en forestilling om samfunnet som en «selvgenererende» nasjonalstatlig enhet, «owing little or nothing to the institutions, practices, conceptual schemes, or peoples of other parts of the world» (Harding 1998:14), ser vi at den på ulike måter er metodologisk mistilpasset en globaliserende og transnasjonal verden. Til tross for dette er den fremdeles godt synlig i europeisk sosiologi. Konsekvensene er at sosiologien må utarbeide et metodologisk alternativ for å brygge gode analyser av transnasjonale, og på sikt globale, fenomener (Beck 2006a, 2006b, Chernilo 2006a, 2006b). Som jeg allerede har nevnt og skal komme

⁹ <http://www.taleofgenji.org>

tilbake til flere ganger utover i oppgaven, betyr ikke dette at sosiologien skal kvitte seg med nasjonalstaten som analysegrunnlag. Det er bare et argument for å analysere dens plass i en globalisert verden på andre måter enn tidligere.

I neste avsnitt skal jeg se på omfanget av metodologisk nasjonalisme i tre pensumutdrag fra sosiologiemnene SOS1001 og SOS1002 ved Universitetet i Oslo. Men før jeg kommer så langt, må jeg legge til en note om struktur. På grunn av at innslagene av metodologisk nasjonalisme i pensumbidragene ikke fremstår like organiserte som i avsnittet overfor, lar det seg ikke gjøre å systematisk koble dem opp mot enkeltavsnitt i pensumutdragene. Resten av kapitlet blir i stedet en kryssklippet diskusjon, oppdelt etter pensumbidrag, hvor jeg skal forsøke å vise tilstedeværelsen av den metodologiske nasjonalismens prinsipper der de er. For å samle argumentene (og for å se fellestrekk og ulikheter) har jeg konstruert oversiktstabeller som følger etter hvert pensumbidrag.

Pensumutdrag 1: Sociology: A Global Introduction

Pensumutvalget på SOS1001 og SOS1002 er sosiologiprofessorene John J. Macionis og Ken Plummers *Sociology: A Global Introduction* (2005), unntatt kapitlene 18, 21 og 24,¹⁰ noe som på grunn av bokens siderikdom gjør den til en sentral premissleverandør for innarbeidingen av en sosiologisk forståelse. Tyngden i denne drøftingen vil ligge på introduksjonskapitlene 1-5, samt kapittel 25 «Futures: the Challenges for Sociology in the Twenty-first Century». Grunnene til det er at det er i disse kapitlene jeg mener det sosiologifaglige drøftes mest eksplisitt.

En global sosiologi?

Målet med boken kan deles i fire: For det første ønsker forfatterne å introdusere alle sosiologiske hovedområder, nøkkelbegreper, historiske debatter og elementære innfallsvinkler til faget. For det andre ønsker de å fortelle historien om den parallelle

¹⁰ Man kan reise spørsmålet om de utelatte kapitlene «Religion and Belief», «The Mass Media», og «Social Change and the Environment», dersom de var inkludert på pensum, ville ført til et annet analyseresultat. I min oppfatning er utslaget for lite til å endre totalvurderingen av boken.

veksten av sosiologi og den moderne verden. For det tredje hevder de at samtidens sosiologi må være globalt orientert. For det fjerde er målsettingen å introdusere studieemner som sjelden inkluderes i sosiologiske innføringsbøker (Macionis og Plummer 2005:xx).

Mest interessant i denne sammenheng er målsettingen om å bidra til en mer global orientering innenfor sosiologien. I kapittel 2, «Thinking Sociologically, Thinking Globally», hevder forfatterne at sosiologien bør utstyres med en global referanseramme fordi samfunn over hele verden i økende grad er sammenvevd. Dette gjør at vi bare kan forstå oss selv så lenge vi forstår andre (Macionis og Plummer 2005:36). I slutten av boken skriver de dessuten at «we are moving out of the era of the old nation state and into a new period where countries are profoundly interconnected through global flows». På grunn av dette kan sosiologi ikke lenger kan isolere studiene av Vesten fra resten av verden (Macionis og Plummer 2005:700). Her gis det med andre ord indikasjoner på en forståelseshorisont som nærmer seg Hjeldes (2006) krav til en relasjonelt basert sosiologi.

For denne oppgavens del har det liten hensikt å kritisere forfatternes gjennomgang av klassiske sosiologiske teorier. Mest interessant er hvorvidt de selv utfører de metodologiske og teoretiske grepene de anbefaler andre å gjøre. Epistemologisk sett vektlegges i kapittel 3, «Doing Social Science: An Introduction to Method», de økte kravene om at sosiologisk kunnskapsproduksjon alltid medfører strukturelle og kontekstuelle koblinger – moralske, materielle, politiske eller etiske (Macionis og Plummer 2005:50). Det skrives imidlertid minimalt om hvorfor, hvordan dette foregår, årsakene til det, eller hva slags alternativer som finnes for å manøvrere seg gjennom denne problematikken. Den relasjonelle tankegangen forfatterne fremhevet i kapittel 2, som er fremtredende hos for eksempel Hjelde (2006), der for eksempel eliter og underklasser er konstituerende for hverandres stilling i en transnasjonal økonomisk orden, kommer bare enkeltvis til syne. Pedagogisk sett gjenstår det likevel mange muligheter for å oppfylle bokens hensikt. En hypotese jeg hadde var om forfatterne ville bruke de resterende kapitlene til å inkorporere en pluralistisk og transnasjonal sosiologi, for på den måten å gi faget den globale introduksjonen som loves i boktittelen.

For å vise sosiologiske forklaringer på industrisamfunnets vekst og forandringer, henviser de i kapittel 4, «Societies», til teorier av Marx, Weber og Durkheim (Macionis

og Plummer 2005:82-94). Etter en tradisjonell ferd gjennom det 20. århundrets sosiologi stanser drøftingen tidsmessig sett ved Daniel Bells (1976) mynting av begrepet «det postindustrielle samfunn». Etter en kort gjennomgang av dette begrepet, går de tilbake til de klassiske analysene av moderne samfunn, som dermed defineres og tolkes sosiologisk etter hva slags kategoriseringer av menneskelig samhandling de klassiske sosiologene gjorde av dem. Problematisk aspekt ved Marx' eurosentrisme i omtalen av manglende klassebevissthet i Asia og Webers kritiske islamstudier (jf. Abdo 1996:14-27) er imidlertid ubehandlet, mens omtalen av Marx og Weber ellers tar så mye plass at drøftingen av sosiologiens egen globalisering blir minimal. Poenget om å løfte frem de strukturelle betingelsene for kunnskapsproduksjon på 2000-tallet, annonsert av Macionis og Plummer i kapittel 2, er dessuten så godt som fraværende.

Modernitet er eksempelvis ikke nødvendigvis rent « europeisk », samtidig som « tradisjonell » og « moderne » ikke er gjensidig utelukkende kategorier. Eksempelene på at dette er viktige emner for det som med en upresis samlebetegnelse kan kalles « ikke-vestlig sosiologi », er flertallige. Eksempelvis har indiske sosiologer lenge omtalt det dominerende aspektet ved sosiale skifter i nyere tid som modernisering av tradisjonene og tradisjonisering av moderniteten (Mukherjee 1989:140). Liknende brytninger, i tillegg til forholdet mellom nasjonalisme og andre sosiale organiseringsformer, ble omtalt i tyrkisk og kinesisk sosiologi av henholdsvis Niyazi Berkes (1936) og Pen-Wen Sun (1949) for over et halvt århundre siden. Macionis og Plummer gjør seg selv med dette til en del av målgruppen for Nahla Abdos kritikk. Hun skriver at ved å inngjerde faget som et produkt av vestlige, mannlige sosiologer, har konvensjonell sosiologi ekskludert så vel den kvinnelige halvdel av den vestlige verden som alle ikke-europeiske samfunn og samfunnsvitere (Abdo 1996:vi).

Eurosentrismen som begrep inkluderes derimot i diskusjonen om en global sosiologi. Macionis og Plummer skriver at en europeisk sosiolog kan ha alle mulige former for europeiske forutsetninger som ikke holder vann i Thailand eller Brasil. Selv med de beste intensjoner forblir mye av sosiologien etnosentrisk, det vil ifølge dem si bundet til et bestemt kultursyn (Macionis og Plummer 2005:11). På bakgrunn av dette er det overraskende hvordan de selv, i kapittel 5, « Culture », i dominerende grad definerer kultur etter et territorielt område (Asia, Europa, Vesten) – uten å inkludere refleksjoner

over nasjonale kulturers transnasjonale forhistorie og utviklingstendenser. Såkalte «religiøse verdenskart» gir for eksempel et syn på menneskehetens utvikling som bryter mot kulturell territorialisme.¹¹

Macionis og Plummer (2005:127) problematiserer videre Göran Therborns (1995:19) påstand om at Europa utvilsomt var modernitetens arnested og utviklingsentrum, og skriver at det er et alvorlig problem med denne formen for eurosentrisme.¹² Dersom vi inntar et europeisk blikk på verden, hevder de videre, minimerer vi ofte innflytelsene andre kulturer – her nevner de «asiatiske, latinamerikanske, afrikanske, etc.» – har hatt på moderniteten (Macionis og Plummer 2005:129). De siterer i sympatisk forstand dessuten Molefi Kete Asante, som skriver at på samme måte som 1400-tallets europeere ikke ville gi slipp på ideen om at verden var sentrum av universet, finner mange det vanskelig å ikke se europeisk kultur som sentrum for vårt sosiale univers (Asante 1987:7).

Her reiser forfatterne en interessant diskusjon ved metodologien omkring kulturbegrepet. Hvordan skal vi komponere en sosiologi som ikke tar Europa for gitt som modernitetens arnested? På den ene siden trekker de opp konstruktive linjer:

Is there any common ground in this debate? Virtually everyone agrees that all people in Europe need to gain greater appreciation of the extent of cultural diversity. Eurocentric views distort an appreciation of the emergent global cultures, all with their differing languages, symbols, countercultures, etc. But precisely where the balance is to be struck is a burning issue for a new generation of sociologists (Macionis og Plummer 2005:128).

På den andre siden undergraver forfatternes idé om at det må finnes en balanse mellom eurosentrisme og noe annet (i dette tilfellet afrosentrisme)¹³ håpet om å komme vekk fra den metodologiske nasjonalismen. Under mellomoverskriften «European values?» konkluderes det eksempelvis med at europeiske verdier lar seg distingvere fra eksempelvis asiatiske verdier (Macionis og Plummer 2005:111). Hvorfor må dette anses som et enten-eller-valg? Jeg vil tro at det er mulig å globalisere sosiologien eller foreta

¹¹ Se <http://mapsofwar.com/ind/history-of-religion.html>. På 90 sekunder vises en Flash-animasjon med religionenes globaliserende utvikling over et tidsspenn på 5000 år.

¹² Det hindrer ikke Macionis og Plummer (2005:103) å føre opp Therborns bok som «the most important sociological study of Europe to date» i kapittel 4, «Societies».

¹³ Asante blir av Bromark og Herbjørnsrud (2005a:267) omtalt som «afrosentrist».

sosiologiske analyser av globalisering uten å balansere mellom eurosentrisme og afrosentrisme (eventuelt asiasentrisme). Anslaget til overskridelse av den metodologiske nasjonalismen ledsages med andre ord av argumenter som styrker den.

Metodologisk inkonsekvens?

Ser vi nærmere på resten av boken, fortsetter forfatterne med denne litt selvmotsigende argumentasjonslogikken. I kapittel 6, «Groups, Organisations and the Rise of the Network Society», er det rimelig å anta at transnasjonalitet vil få stor plass, ikke minst med tanke på fremveksten av internett og Castells' (2000) teori om nettverkssamfunnet. Derimot kommer ikke diskusjonen før i kapittel 22, «Science, Cyberspace and the Risk Society». Her skrives det blant annet at «Interest groups of all kinds can establish worldwide communications with the like-minded: hobbies, fanzines and soap operas seem to have their sites» (Macionis og Plummer 2005:621). Likevel vises det ikke til noen caseeksempler eller ymt om hva slags metodologisk tilbakeslagskraft disse transnasjonale endringene kan ha på sosiologifaget.

Min antagelse om at et transnasjonalt perspektiv vil være fremtredende i kapittel 7, «Micro-Sociology: The Social Construction of Everyday Life», faller også naturlig. For eksempel bruker mange artister og andre internettportalen www.myspace.com som et globalt utstillingsvindu for iscenesettelsen av sin egen biografi (Kelsey 2007). Men verken i gjennomgangen av individets biografidannelse, sosialisering, identitet eller sosiologiseringen av kroppen, berører Macionis og Plummer de transnasjonale båndene som er med på å forme individets oppfatning og praktisering av alle disse begrepene. At begrepene kan ha ulikt innhold i ulike kontekster, gjerne på tvers av landegrensene, forblir også ubehandlet. Amin Maalouf skriver for eksempel om kjønn og identitet at det å «være født jente i Kabul og i Oslo er ikke det samme. Kvinnene lever ikke ut sin femininitet på samme måte, like lite som noen annen del av deres identitet» (Maalouf 1999:24). Grunnen er at vi lever i «internasjonaliseringens tidsalder, en prosess vi alle omfattes av, som blir stadig hurtigere og mer svimlende, og et nytt identitetsbegrep er tvingende nødvendig» (Maalouf 1999:33).

I kapittel 8, «Social Divisions and Social Stratification», ligger fokuset på sosial lagdeling. Blant annet skriver forfatterne, i en ledsagertekst til et fotografi av en fattig kvinne, at «our social standing is largely a consequence of the way a society (or a world of societies) structures opportunity and reward» (Macionis og Plummer 2005:191). Dessverre følges ikke denne tesen opp i særlig grad, og forfatterne nøyer seg med å fokusere på stratifikasjonsproblematikkens uttrykk og funksjon. Selv om drøftingen kretser rundt kaste, klasse og slaveri, utelates nær sagt alle deler av for eksempel den britiske imperialismens historie (jf. Ferguson 2003). Deler av denne problematikken kommer tilbake i kapittel 9, «Global Inequalities and Poverty». Her drøftes såkalt moderniseringsteori og avhengighetsteori, begge med økonomisk globalisering som utgangspunkt. I det samme presenteres diskusjonen om global ulikhet nærmest som en duell mellom fattige nasjonalstater og en internasjonal kapitalisme, uavhengig av ideologisk ståsted. Dette medfører bruk av metodologisk nasjonalisme – der verdensbildet domineres av forholdet mellom det nasjonale og det internasjonale – og utelukker transnasjonale årsaker til global økonomisk ulikhet. Transnasjonale selskaper blir eksempelvis utelatt fra diskusjonen, selv om forfatterne kommer tilbake til dette i kapittel 25.

Boken er naturligvis ikke helt uten transnasjonale lyspunkter. Kapittel 11, «Racism, Ethnicities and Migration», er kanskje det kapittelet som i størst grad tar innover seg vår transnasjonale verden. Blant annet refererer de til en studie av sikhers kulturelle tilpasningsevne i Leeds (Ballard og Ballard 1982), selv om hovedfokuset legges på negative sider som diskriminering, rasisme og etniske konflikter. Kapittel 12, «The Gender Order and Sexualities», trekker inn sexturisme i Thailand. I kapittel 14, «Economies, Work and Consumption», kastes søkelyset på transnasjonal menneskehandel (noe som kommer igjen i kapittel 16 sammen med «svart» våpenhandel og hvitvasking av penger) og sweatshop-økonomien, samt en informativ skisse av hvor global Fords bilproduksjon var allerede midt på 1980-tallet (Macionis og Plummer 2005:370).

Til tross for visse positive anslag er mitt generelle inntrykk likevel at transnasjonalitet i *Sociology: A Global Introduction* behandles som et konseptuelt sidespor, og ikke som en naturlig sosiologisk bestanddel. Kritikken forsterkes ettersom

forfatterne i mindre grad følger sine egne anbefalinger. Først i kapittel 25, «Futures: The Challenges for Sociology in the Twenty-First Century», kommer noen manifeste refleksjoner om sosiologiens fremtid stilt overfor nye sosiale endringer. Et spørsmål som stilles er om nye former for samfunn er i emning på grunn av modernitetens skiftende karakter (Macionis og Plummer 2005:691), det vil i hovedsak si skiftende karakter i Europa. Først slår de fast at modernitetsbegrepet, for sosiologi, representerer «the many social patterns set in motion by the Industrial Revolution beginning in Western Europe in the mid-eighteenth century» (2005:690). Dette skal leseren imidlertid ikke legge for stor vekt på, siden forfatterne noen sider senere skriver at «in the new century, across the globe, we all now live simultaneously in traditional, modern and postmodern worlds» (2005:693, kursiv original).

Foranledningen, ifølge forfatterne, er Ulrich Becks teori om overgangen til «det andre moderne» (1999) hvor globalisering omkalfatrer den tradisjonelle tolkningen av modernitet (Macionis og Plummer 2005:690). Kombinasjonen av tradisjonelle og moderne sosiale praksiser er nå regelen snarere enn unntaket (Macionis og Plummer 2005:698). Derimot skriver Macionis og Plummer lite om *hvordan* samfunnene endres av «det andre moderne» – bare at det skjer – eller at disse endringene kan forklares og forstås gjennom andre metodologiske linser og teoretiske synsvinkler enn hva det rådende kunnskapshegemoniet målbærer, et behov forfatterne innledet boken med å påpeke. Hovedspørsmålet jeg stiller meg, er imidlertid hvorfor de ikke benyttet seg av slike perspektiver i bokens tidligere kapitler?

Dette er med på å gjøre det uklart hvorvidt målet med *Sociology: A Global Introduction* er et sosiologisk blikk på globalisering, eller om ideen er å presentere en globalisert sosiologi. Går vi tilbake til målsettingen med boken gjengitt over, er det gode grunner til å tro at forfatterne også ønsker å globalisere sosiologien. I kapittel 2, «Thinking Sociologically, Thinking Globally», skriver de at fremfor å reprodusere den vestlige dominansen i sosiologifaget bør vi nå lytte til stemmer i andre deler av verden. Hvis sosiologien skal utvikle seg, må vi ifølge forfatterne ta dem på alvor (Macionis og Plummer 2005:34). Derfor er det noe paradoksalt at analysene i *Sociology: A Global Introduction* ikke går dypere inn i for eksempel indiske sosiologers betraktninger om modernitet, slik jeg viste ovenfor, men holder seg til sosiologiens konvensjonelle syn.

Dette er betegnende for boken helhetlig sett. Resultatet er en variabelt porsjonert reproduksjon av de seks idealtypiske kjennetegnene på metodologiske nasjonalisme jeg satte opp i begynnelsen av dette kapitlet. Dette kan illustreres gjennom å sette opp en tabell, hvor jeg har rangert tilstedeværelsen av den metodologiske nasjonalismen som enten Fraværende, Moderat, Fremtredende eller Dominerende:

Tabell 2.1. Metodologisk nasjonalisme i Macionis og Plummers bidrag

Perspektiver Den metodologiske nasjonalismens prinsipper	Macionis og Plummer
1. Samfunn er nasjonalstaten og ikke noe annet	<i>Moderat:</i> Viser til at nasjonalstaten bare er én av flere former for samfunn, selv om dette ikke utdypes
2. Verdensbildet i samfunnsvitenskapene er bestemt av motsetningsforholdet mellom det nasjonale og det internasjonale	<i>Fremtredende:</i> Diskusjonen om global ulikhet (kap. 9)
3. Nasjonale erfaringer generaliseres til universelle prognoser	<i>Dominerende:</i> Modernitet = europeisk (les: britisk)
4. Forstår kultur som en <i>ting</i> , som tilhører et <i>folk</i> , som har <i>nasjonalgeografiske grenser</i> og bygger på <i>fortiden</i>	<i>Fremtredende:</i> Attribuerer kultur kun etter område og ikke etter egenskap
5. En essensialiserende tendens	<i>Fremtredende:</i> Om asiatiske verdier
6. Ser sosiologiske fenomener som enten-eller	<i>Dominerende:</i> Ikke nødvendig med noen balansegang mellom eurosentrisme og afrosentrisme

Selv om forfatterne inntar et globalt utgangspunkt og samtidig oppfordrer leserne til å søke sosiologisk kunnskap utenfor den vestlige verden (Macionis og Plummer 2005:34-35), behandles transnasjonalitet mer eller mindre konsekvent som et avvik fra sosiologiens naturlige analysekategorier. Senere skal jeg sette funn fra de andre pensumbidragene inn i denne tabellen, samt kjennetegn på det tradisjonelle synet på Hollywood-fenomenet (kapittel 3), for å vise hva de har til felles når det kommer til metodologisk nasjonalisme. For Hollywoods del, som skal undersøkes i kapittel 3, blir det også et spørsmål om hvilke metodologiske alternativer som må utarbeides for å kunne skissere og operasjonalisere en transnasjonal sosiologi.

Det norske samfunn

Fra Macionis og Plummer skal vi gå over til de to utdragene fra boken *Det norske samfunn* (Frønes og Kjølrsrød 2005). Siktemålet med denne boken i sin helhet «er å formidle aktuelle analyser av det norske samfunns virkemåter ved hjelp av samfunnsvitenskapelige begreper og tenkesett» (Frønes og Kjølrsrød 2005:13). Siden dette er enkeltkapitler, som dessuten er hentet fra en artikkelsamling og ikke hele bøker, er de analytiske innfallsvinklene noe annerledes enn med Macionis og Plummers bidrag. Da kapitlene dreier seg om det norske samfunn, vil fokuset ligge på hvorvidt diskusjonen ført i dem i tilstrekkelig grad inkorporerer det transnasjonale Norge. Målestokken, selv om jeg tar forbehold om at det ikke forventes et overordnet argument for en transnasjonal sosiologi i noen av pensumbidragene fra *Det norske samfunn*, er fremdeles de seks idealtypiske prinsippene om metodologisk nasjonalisme utdypet tidligere i dette kapittelet.

Pensumutdrag 2: Makt

Sosiologiprofessor Fredrik Engelstads artikkel «Makt i det norske samfunn» betoner hovedsakelig tre problemstillinger, alle knyttet til det norske samfunn: a) hva er makt, b) hvordan er den strukturelle fordelingen av makt i Norge, og c) hvem aktiverer denne makten (Engelstad 2005:42). På grunn av transnasjonalitetsfokuset i denne oppgaven er de to sistnevnte de mest interessante. Kapittelet bygger på «problemstillinger og materiale» (Engelstad 2005:43) fra de to Makt- og demokratiutredningene Norge har hatt (1972-1982 og 1998-2003). Spesielt interessant er materialet fra den siste Makt- og demokratutredningen, siden Engelstad var en del av den fem personer store forskergruppen.¹⁴

Bokartikkelen kretser innom en rekke aspekter ved maktbegrepet og hvordan det inngår i blant annet næringslivet, kunnskapsproduksjonen og i forbindelse med statens rolle. Generelt defineres makt som «en egenskap ved sosiale relasjoner» samtidig som maktens rekkevidde «er begrenset til omfanget av de nettverkene relasjonene er en del

¹⁴ De andre var Øyvind Østerud, Per Selle, Hege Skjeie og Siri Meyer. For utredningens mandat og konklusjoner, se NOU (2003).

av» (2005:43-44). Dette inviterer til spørsmålet om hvor sentrert (i motsetning til å være sidespor) de transnasjonale dimensjonene ved maktbegrepet er i Engelstads analyser. Under avsnittet «Fragmentering og globalisering: politikkenes retrett?» innledes det med at også «de nasjonale politikere har opplevd at deres styringsmuligheter er blitt innskrenket» (Engelstad 2005:53). Årsaken er at «nasjonalstatens handlingsrom» er blitt «innskrenket i en verden preget av internasjonalisering og, i noen henseender, globalisering» (Engelstad 2005:53). Dette betyr ikke at nasjonal styring har forsvunnet. Politikken har fremdeles en helt spesiell plassering i samfunnet, «for selv om nasjonalstaten har tapt noe av sin kraft, er den fortsatt det eneste sentrum for politisk legitimitet». Ifølge Engelstad er det bare «nasjonalstater som har den politiske bærekraft som trengs for å holde et moderne samfunn sammen» (Engelstad 2005:54).

Denne innfallsvinkelen fortsetter også under avsnittet «Kunnskapsproduksjon». Foruten konstateringen av at «kunnskap er makt», fremhever Engelstad hvordan kunnskapen har en kulturell side da en vitenskapelig tenkemåte har blitt hegemonisk i moderne samfunn. Med andre ord «avgrenser [den] hva som oppfattes som gyldige og legitime måter å argumentere på» (Engelstad 2005:63). Litt senere skriver han at for vitenskapens verdensbilder gjelder samme forhold som for alle andre bilder av verden, «at de er ikke nøytrale eller hevet over debatt. Kunnskap er alltid foreløpig, fragmentert, basert på utvalg av data og tolkning av fakta. Teorier representerer bestemte perspektiver» (Engelstad 2005:63). Fra en transnasjonal synsvinkel er dette interessant, siden Engelstad baserer sitatet på en forutgående konstatering av at historie, lingvistikk og estetiske fag er «bidrag til kollektive identiteter, som er en forutsetning for å konstituere moderne nasjoner» (2005:63). Dette perspektivet videreføres i avsnittet om «Estetikk, kultur og nasjonale verdier». Norsk kulturliv er ifølge Engelstad noe mer enn kunstnerisk virksomhet som foregår i Norge; kunsten yter et

nødvendig bidrag til nasjonens legitimitet overfor resten av verden. På linje med vitenskap og handel viser den at «vi» er dyktige og fulle av skaperkraft. Gjennom videreformidling av folkeliv, landskaper, toner, språk og strev, synliggjøres hva som er særegent for «oss», at akkurat «vi» utgjør en nasjon (Engelstad 2005:64).

Engelstad fortsetter med å påpeke at det er vår nasjonale historieskriving som legitimerer nasjonen ved å fortelle «hvordan vi ble oss». Siden artikkelen inntar et maktperspektiv, er Engelstad rask til å vise hvordan kulturlivet også opptrer i ulike maktsfærer, med sitt eget hegemoni og ulike subkulturer. Pønk nevnes kort som et eksempel på kulturell-estetisk motmakt.

Likevel, det er i forbindelse med dette avsnittet at jeg finner tendenser til metodologisk nasjonalisme. Engelstad fremhever hvordan «innvandringen fra ikke-vestlige kulturer» (2005:65) vinner anerkjennelse på egne premisser, noe som skaper flerkulturelle møtepunkter og setter det nasjonale inn i nye rammer. Denne geografisk orienterte innvandringen tidfestes ikke direkte, men siden artikkelen baserer seg på de to Makt- og demokratiutredningene, antar jeg at epoken strekker seg fra tidlig på 1970-tallet frem til 2005. Når det gjelder fortellingen om hvordan «vi ble oss» underkommuniserer denne avgrensningen at Norges nasjonale kulturarv er en krysspollinerende prosess med impulser hentet fra andre deler av verden lengre tilbake i tid (jf. Eriksen 1993, Huitfeldt 2002, Kjeldstadli 2003, Bromark og Herbjørnsrud 2005c).¹⁵

På tross av Engelstads fokus på makt som en egenskap ved sosiale relasjoner, anses for eksempel kulturell makt i liten grad som utslag av en relasjonell, transnasjonal virkelighet. For eksempel er sammensetningen av kinoprogrammene på Oslos kinematografer – ofte i skuddlinjen når det gjelder anklager om Hollywoodisering av verden, som jeg kommer til i neste kapittel – et resultat av transnasjonale forhandlinger. De er regulert av forholdet mellom norske kinomarkeder, norsk kulturpolitikk (som igjen er definert i dialog med en global kulturpolitikk fremført av UNESCO), en globalisert filmindustri, og et transnasjonalt regelverk om åndsverk nedfelt i GATS-avtalen.

Slike innvendinger knytter seg opp til deler av kritikken som kom mot den seneste Makt- og demokratiutredningen (1998-2003), som bokkapittelet er basert på. Slik jeg leser for eksempel Iver B. Neumann (2000, 2001) var det å foreta analyser av makt uten å løse på grunnregelen om å ta utgangspunkt i nasjonalstaten, mer et resultat av maktutredernes faglige sporvalg enn maktens skiftende valører. Dette ble også et tema internt i forskergruppen. Foruten Engelstad besto denne av leder Øyvind Østerud, Per

¹⁵ I dette argumentet skiller jeg mellom «fleretnisk» og «flerkulturell», selv om disse begrepene brukes om hverandre i dagligtale.

Selle, Hege Skjeie og Siri Meyer. På grunn av faglige meningsforskjeller trakk Meyer seg til slutt helt fra forskergruppen, samtidig som både hun og Skjeie leverte særuttalelser i stedet for å slutte seg til hovedrapporten. Meyer skriver i sin særuttalelse, som jeg vil hevde er like relevant for Skjeies syn, at forskjellene bunnet «i uenigheter om forståelseshorisonter eller blikk på verden» (NOU 2003:62).

Setter vi derfor Engelstads artikkel inn i samme tabell og klassifikasjoner, på samme måte som jeg gjorde med boken til Macionis og Plummer, får vi følgende bilde:

Tabell 2.2. Den metodologiske nasjonalismen i bidragene til Macionis og Plummer og Engelstad

Perspektiver Den metodologiske nasjonalismens prinsipper	Macionis og Plummer	Engelstad
1. Samfunn er nasjonalstaten og ikke noe annet	<i>Moderat:</i> Viser til at nasjonalstaten bare er én av flere former for samfunn, selv om dette ikke utdypes	<i>Dominerende:</i> Det norske samfunn er nasjonalstaten Norge
2. Verdensbildet i samfunnsvitenskapene er bestemt av motsetningsforholdet mellom det nasjonale og det internasjonale	<i>Fremtredende:</i> Diskusjonen om global ulikhet (kap. 9)	<i>Dominerende:</i> Globalisering «truer» nasjonalstaten
3. Nasjonale erfaringer generaliseres til universelle prognoser	<i>Dominerende:</i> Modernitet = europeisk (les: britisk)	<i>Fraværende</i>
4. Forstår kultur som en <i>ting</i> , som tilhører et <i>folk</i> , som har <i>nasjonalgeografiske grenser</i> og bygger på <i>fortiden</i>	<i>Fremtredende:</i> Attribuerer kultur kun etter område og ikke etter egenskap	<i>Fremtredende:</i> Fremstiller hvordan «vi ble oss» som en nasjonal affære
5. En essensialiserende tendens	<i>Fremtredende:</i> Om asiatiske verdier	<i>Fremtredende:</i> Om det norske
6. Ser sosiologiske fenomener som enten-eller	<i>Dominerende:</i> Ikke nødvendig med noen balansegang mellom eurosentrisme og afrosentrisme	<i>Fremtredende:</i> Viser i liten grad til at globalisering muliggjør at makt kan forgrenes og kalibreres på nye, transnasjonale måter

Fra tabell 2.2 ser vi at artikkelbidraget deler flere av den metodologiske nasjonalismens kjennetegn med Macionis og Plummers bok, men på ulike måter. En forklaring på dette kan leses som en dissens om nasjonalstatens status. Thomas Hylland Eriksen (2003:69) skriver i en omtale av utredningen at Skjeie «viser at transnasjonal kamp for rettigheter både undergraver de nasjonale styringsinstrumentene og fører til positive resultater, ikke

minst for kvinner». Maktens forgreninger som følge av globalisering er ikke nødvendigvis noe negativt. Senere skriver Eriksen om utredningens sluttbok (Østerud, Engelstad og Selle 2003) at den er «begrenset av en nasjonalsinnet horisont der etterkrigstidens Norge fremstår som et ideal og grensenes oppløsning som kilden til en lang rekke problemer» (Eriksen 2003:73). På samme måte fremstilles makt i «Makt i det norske samfunn» som en situasjon, hvor endringer i maktens utfoldelser kretser rundt nasjonalstatens selvstendighetsevne i møte med globaliseringens krefter. Artikkelen viser i liten grad til at globalisering muliggjør at makt kan forgrenes og kalibreres på nye, transnasjonale måter.

Pensumutdrag 3: Det flerkulturelle Norge

Det andre bidraget som er hentet fra *Det norske samfunn* er sosiologiprofessor Grete Brochmanns «Lykksalighetens rike og den nye etniske forstyrrelsen». Denne artikkelen dreier seg i hovedsak om hvordan den etniske sammensetningen av Norge har endret seg de siste 30 årene. Dette har medført en rekke kulturelle og politiske utfordringer i forbindelse med nye kulturimpulser, individbaserte rettigheter og plikter, organiseringen av arbeidslivet og velferdsstatens utforming.

Generelt viser Brochmanns bidrag at et transnasjonalt perspektiv i sosiologi ikke behøver å anses som noe unaturlig. Med migrasjonssosiologi som bakteppe nevner hun blant annet fremveksten av *diaspora*, det vil si nasjonale eller etniske nettverk og lojaliteter på tvers av landegrensene (Brochmann 2005:380). Hun problematiserer også bruken av nasjonalitet som sorteringsgrunnlag for innvandrere: «Bruker man *nasjonalitet* som samlebetegnelse, sier man indirekte at nasjonal bakgrunn har betydning for hvordan man handler og lever i det nye hjemlandet» (Brochmann 2005:365). Brochmann stiller seg i tillegg spørrende til om nasjonal identitet og nasjonal/etnisk homogenitet er et basisvilkår for å reprodusere et samfunns livsform, hvorpå hun skriver at i «moderne statsvitenskap har det vært vanlig å mene at en stat er mer stabil hvis den er basert på en viss homogenitet, en form for samforstand – ofte forstått som en *nasjonal community*, *et samfunn rammet inn av nasjonalstaten*» (2005:377, min kursivering).

Debatten Brochmann fører gjennom kapittelet kan sies å bruke disse spørsmålene som utgangspunkt for ulike sider ved nasjonalstaten Norges nyere innvandringshistorie. Fra ulike vinkler belyses det hvordan nasjonalstaten Norge lenge har opprettholdt et skille mellom det rent nasjonale og alt som kommer utenfra. Forbindelsene mellom nye impulser og det «typisk norske» har blitt regulert av statens nasjonsbyggings- og integreringspolitikk, som ifølge Bromark og Herbjørnsrud (2005c:315-327) grovt sett har forblitt uendret siden «innvandringsstoppen» på 1970-tallet. Blant annet viser Brochmann til en side ved debatten om menneskerettigheter som absolutt har relevans for en transnasjonal sosiologi. Hun skriver blant annet at rettigheter «som tidligere var koblet til å være borger av en nasjonalstat, er i økende grad blitt knyttet til individer uavhengig av nasjonal tilknytning – og legitimert i en transnasjonal sammenheng» (Brochmann 2005:379). Dette har medført at individer, i alle fall i teorien, i mindre grad er avhengig av nasjonale territorier for å få ivaretatt sine grunnleggende rettigheter (Brochmann 2005:379). Likevel fortsetter nasjonalstaten etter hennes syn «i praksis å danne rammen for individers virkefelt. Selv om det transnasjonale eller postnasjonale perspektivet utfordrer tradisjonell tenkning, finnes det knapt alternative appellinstanser til nasjonalstaten i dagliglivet» (Brochmann 2005:380).

På visse betingelser, i første rekke når det gjelder hvem sitt dagligliv det er snakk om, er ikke denne fremstillingen nødvendigvis dekkende. For det første behøver denne appellinstansen ikke være *nasjonalstaten*, tolket her som nasjonalt verdi- og kulturfellesskap innenfor et territorielt område, men staten som rettighetsgarantist. For det andre, selv om Brochmann konsentrerer seg om Norge, er dagliglivets appellinstanser variabelt spredd mellom staten, private institusjoner, lokale foreninger og regionale instanser i ulike land. For det tredje finnes det et økende antall studier hvor identitet og tilhørighet søkes gjennom andre samlingsrammer enn nasjonalstaten. Empiriske eksempler på dette er emigrantmiljøer fra Øst-Asia (Ong og Nonini 1997), den transnasjonale kapitalistklassen (Sklair 2001), transnasjonale solidaritetsbevegelser (Smith, Chatfield og Pagnucco 1997), eller religiøs praksis blant saudiarabere i London (Al-Rasheed 2005).

På samme måte som hos Engelstad, utdyper heller ikke Brochmann samfunnsbegrepet i særlig stor grad, siden nasjonalstaten tas for gitt som analysegrunnlag.

Siden artikkelen er ganske deskriptiv, og Brochmann konsentrerer seg om å referere til statistikk og statens integrasjonspolitiske historie i perioden 1975-2005, er det sammenliknet med bidragene til både Macionis og Plummer og Engelstad imidlertid langt mer moderate innslag av metodologisk nasjonalisme i tekstens analytiske grunnprinsipper. Innvandringspolitikken dreier seg for Brochmann mye om hvilket nasjonalstatlig lovverk som legges til grunn, samtidig som hun kontekstualiserer Norges innvandringspolitikk inn i 1970-tallets Europa.

Ett konkret tilfelle er drøftingen av den såkalte innvandringsstoppen fra 1975. Dette var ikke noe Norge fant på i et politisk enerom. Brochmann skriver blant annet at «det geografiske utkantlandet Norge» på 1970-tallet var «sterkt påvirket av utviklingen i det øvrige Europa». Årsaken er at innføringen av innvandringsstoppen langt på vei var «en 'internasjonalisert' beslutning» (Brochmann 2005:360). Dessverre fullføres ikke det relasjonelle resonnementet som det her legges opp til. En årsak er at avsenderhistorikken i migrasjonsdrøftingen er så godt som utelatt. Brochmann (2005:370) nevner såkalte «push-pull»-teorier og selvforsterkende årsaksmekanismer («cumulative causation») i forbindelse med hvorfor folk migrerer. Men siden artikkelen ikke har noen illustrerende eksempler, slik Brochmann for øvrig tilbyr i en egen bok om emnet (Brochmann 2006:22-24), får ikke leseren innblikk i hvilke transnasjonale politiske situasjoner som førte til de endrede migrasjonsstrømmene til Norge på 1970-tallet.

Relevansen av denne innvendingen belyses av Andersson (2007), som i sin artikkel drøfter forholdet mellom metodologisk nasjonalisme og sosiologisk forskning på migrasjon. Hun hevder at Brochmann, sammen med blant andre Ottar Brox, på mange måter har bidratt positivt til kunnskap om migrasjonsfeltet. Ingen av dem, ifølge Andersson (2007:56-57), har imidlertid drøftet hvordan migrasjon utfordrer sosiologiens grunnleggende samfunnsforståelse. Anderssons artikkel sveiper innom en rekke illustrasjoner om hvorfor dette er tilfellet, blant annet debatten om hvilke begreper som er mest formålstjenlige i fransk migrasjons- og etnisitetsforskning, men konklusjonen er generelt den samme som i min lesning av Brochmanns artikkel: Der nasjonalstatbaserte forskningstradisjoner er opptatt av integrering av innvandrere i nasjonalstatlige rom, «vil et transnasjonalt perspektiv i større grad fokusere på migranter som 'bærere' av

transnasjonal tilhørighet og som utgangspunkt for å studere endringer i global ulikhet» (Andersson 2007:74-75).

Setter vi Brochmanns bidrag inn i den samme tabellen som bidragene til Macionis og Plummer og Engelstad, ser vi at hennes artikkel – til tross for en fruktbar grunnholdning – tangerer flere av den metodologiske nasjonalismens prinsipper:

Tabell 2.3. Den metodologiske nasjonalismen i bidragene til Macionis og Plummer, Engelstad, og Brochmann

Perspektiver Den metodologiske nasjonalismens prinsipper	Macionis og Plummer	Engelstad	Brochmann
1. Samfunn er nasjonalstaten og ikke noe annet	<i>Moderat:</i> Viser til at nasjonalstaten bare er én av flere former for samfunn, selv om dette ikke utdypes	<i>Dominerende:</i> Det norske samfunn er nasjonalstaten Norge	<i>Moderat:</i> Det norske samfunn er nasjonalstaten Norge, men av bestemte årsaker, jf. fokuset på lover og regler
2. Verdensbildet i samfunnsvitenskapene er bestemt av motsetningsforholdet mellom det nasjonale og det internasjonale	<i>Fremtredende:</i> Diskusjonen om global ulikhet (kap. 9)	<i>Dominerende:</i> Globalisering «truer» nasjonalstaten	<i>Moderat:</i> Avsnittet om Norges innvandringsstopp
3. Nasjonale erfaringer generaliseres til universelle prognoser	<i>Dominerende:</i> Modernitet = europeisk (les: britisk)	<i>Fraværende</i>	<i>Fraværende</i>
4. Forstår kultur som en <i>ting</i> , som tilhører et <i>folk</i> , som har <i>nasjonalgeografiske grenser</i> og bygger på <i>fortiden</i>	<i>Fremtredende:</i> Attribuerer kultur kun etter område og ikke etter egenskap	<i>Fremtredende:</i> Fremstiller hvordan «vi ble oss» som en nasjonal affære	<i>Fraværende</i>
5. En essensialiserende tendens	<i>Fremtredende:</i> Om asiatiske verdier	<i>Fremtredende:</i> Om det norske	<i>Moderat:</i> Delvis om norsk innvandringspolitikk
6. Ser sosiologiske fenomener som enten-eller	<i>Dominerende:</i> Ikke nødvendig med noen balansegang mellom eurosentrisme og afrosentrisme	<i>Fremtredende:</i> Viser ikke til at globalisering muliggjør at makt kan forgrenes og kalibreres på nye, transnasjonale måter	<i>Fremtredende:</i> Utelater viktige deler av migrasjonsfenomenets relasjonelle aspekter

Tabellen kan suppleres med ytterligere en kommentar. At verdensbildet i Brochmanns artikkel i det store og det hele tegnes opp som forholdet mellom det nasjonalstatlige og det internasjonale, det vil si et tegn på metodologisk nasjonalisme, behøver ikke være noe negativt med tanke på Brochmanns analysefokus. Forutsetningen for en slik

innfallsvinkel, slik jeg ser det, er å kompensere dette med en drøfting av koblingene mellom en globalisert politisering av migrasjonsprosessene og de som fremdeles ønsker at nasjonalstatens ideal skal være sammenfall mellom statens territorielle kontroll og nasjonens kulturelle grenser. Ifølge Øivind Fuglerud (2001:14-15) er nettopp disse forbindelsene foranledningen til 1990-tallets økende interesse for migrasjonsstudier. Skeptikernes argument, som helt siden innvandringsstoppen har vært frykten for at norsk kultur skulle utvannes, står i mine øyne sentralt her. Brochmann tolker denne oppfatningen dithen at skeptikerne mente

det unge Norge var et sårbart land kulturelt, og at store tilstrømninger fra andre deler av verden ville kunne rokke ved norske grunnverdier. Og om grunnverdiene ikke ville være truet, ville deler av befolkningen like fullt frykte det, og da kunne de politiske følgene bli urovekkende uansett (Brochmann 2005:360).

Ulike konflikter, som på forskjellige måter er festet på kulturbegrepet, kan sies å være en av hovedårsakene til at migrasjonsdebatten på 2000-tallet har forgrenet seg ytterligere (jf. Fuglerud og Eriksen 2007). Nevnes bør den intensiverte meningsutvekslingen om religiøs praksis, negative og positive sider ved migrasjon, om det har noe å si hvor immigrantene kommer fra, og hvilke sosiopolitiske ringvirkninger debatten, retorikken og politikken ført om «det flerkulturelle» har fått i samtidens Norge. En slik drøfting, som også refereres til i Brochmann (2006), er imidlertid i liten grad til stede i artikkelen fra *Det norske samfunn*.

Fra UiO til Hollywood

I dette kapittelet har jeg vist at metodologisk nasjonalisme er et sett av analyseprinsipper som ikke tar høyde for bredden og dybden i vår transnasjonale samtid. Deretter har jeg vist at et utvalg fra pensumet ved UiOs innføringsemner i sosiologi SOS1001 og SOS1002 et stykke på vei følger disse prinsippene. Som forventet varierer bidragene ganske mye når det gjelder tilstedeværelsen av metodologisk nasjonalisme, både i omfang generelt og med tanke på enkeltpunkter. Der Macionis og Plummer gir en innføring i sosiologi via en rekke av den metodologiske nasjonalismens kjennetegn, er

Brochmann – naturlig nok med sitt langt snevrere fokus og i seg selv transnasjonale forskningsfelt – i mindre grad preget av dem. Engelstads bidrag blir stående i en mellomposisjon, til dels preget av maktforskningens konvensjonalitet (jf. Neumann 2001).

Men selv om bidragene varierer med tanke på innvevingen av transnasjonale perspektiver, har de til felles at de sogner til det nasjonalstatlige fortolkningshegemoniet. Transnasjonalitet blir derfor noe som *eksternaliseres*. Ifølge Henrik Sinding-Larsen innebærer eksternalisering

en flere trinns overordnet prosess hvor partikulære, kontekstavhengige og flyktige prosesser i mennesker eller andre enheter karakterisert som et indre, legges ut i omgivelsene (eller noe ytre) i form av generaliserte, standardiserte og fikserte strukturer som så virker tilbake på de opprinnelige indre prosessene (Sinding-Larsen 2006:207).

Av denne ganske så abstrakte definisjonen kan vi lese i alle tre pensumutdragene hvordan transnasjonalitet ikke anses for å være en indre del av sosiale fenomener. Selv om de har tydelige kjennetegn på dette (eksempelvis «kaffens sosiologi», det vil si forbindelsene mellom kolonialismens historie, kaffebøndene i Etiopia, Starbucks og kaffens sosialiseringsegenskaper (Clarence-Smith og Topik 2006)), forklares de som «ytre» prosesser. Spissformulert kan det sies at Macionis og Plummer anser sosiologi for å være et analytisk verktøy for å forstå den eksternaliserte samhandlingen mellom nasjonalstater; Engelstad ser på globaliseringens rolle i forflytninger av makt som en eksternalisert utfordring til nasjonalstaten; og Brochmann velger å se migrasjon som et eksternalisert forhandlingsforhold mellom nasjonalstatlige lovverk.

For å vise at disse metodologiske mekanismene ikke er eksklusive for UiOs sosiologipensum, skal jeg i neste kapittel gå over til debatten om amerikanisering, Hollywood og kulturell globalisering. Dette diskusjonsområdet deler mange av analysemekanismene med mine utvalgte pensumbidrag fra SOS1001 og SOS1002. Beck (2003:16) skriver nemlig at påstandene om «amerikanisering» er basert på en nasjonalsentrisk forestilling. I kontrast til dette fremhever Beck et kosmopolitisk alternativ, noe jeg kommer tilbake til i kapittel 4, som eksplisitt prøver å overskride amerikaniseringsdebattens metodologiske nasjonalisme og frembringe nye konsepter som reflekterer en transnasjonal verden (Beck 2003:16).

Gjennom å drøfte tradisjonelle sosiologistudier av Hollywood, skal jeg sette kjennetegnene på dem inn i samme tabell som de ovenfor og dermed vise deres felles analysetrekk. Med dette ønsker jeg å vise at ulempene med metodologisk nasjonalisme ikke kan begrenses til å gjelde pensumutdragene ved SOS1001 og SOS1002. Neste kapittel danner dermed en innledende teoridiskusjon for hvordan jeg i kapittel 4 skal formulere et alternativ til den metodologiske nasjonalismen.

3. Kulturell globalisering = Hollywoodisering?

Å klargjøre nasjonaliteten til enkelte filmer involverer betydelig detektivarbeid og er i noen tilfelle – for eksempel Harry Potter – faktisk umulig.

- Nils Klevjer Aas

Introduksjon

Påstandene om hvorvidt kulturell globalisering er amerikanisering, som dominerer majoriteten av samfunnsvitenskapelige Hollywood-studier, deler mange av kjennetegnene på metodologisk nasjonalisme (jf. Beck 2006a:27-40, se kapittel 2). Da tegn på metodologisk nasjonalisme også var tydelige i et utvalg av UiOs sosiologipensum, diskutert i forrige kapittel, gjør amerikaniseringsdebatten det mulig å generalisere den metodologiske nasjonalismens ulemper.

For å illustrere dette skal jeg utover i kapittelet ta for meg amerikaniseringsdebattens grunntrekk. Underveis skal jeg drøfte på hvilke måter Hollywood har blitt stilt i sentrum for denne debatten. Deretter skal jeg vise at amerikaniseringsstudier, med Hollywood som peilepunkt, fra et metodologisk nasjonalistisk perspektiv overser en rekke viktige aspekter ved Hollywood. Må en film være av nasjonal art, og er Hollywood-industrien så amerikansk som mange skal ha det til?

Etter å ha drøftet disse spørsmålene skal likhetene mellom pensumbidragene drøftet i forrige kapittel, tradisjonelle Hollywood-studier og metodologisk nasjonalisme, sammenfattes i en tabell som bygger på tabell 2.2 og 2.3. Disse koblingene utgjør til slutt et brohode til hvordan et metodologisk alternativ til den metodologiske nasjonalismen kan operasjonaliseres.

Hva er amerikanisering?

Utover på 1990-tallet, etter den kalde krigens slutt, ble USA stående igjen som verdens eneste supermakt. Dette kan på mange måter også sies å gjelde på det kulturelle området. Mange, både på venstresiden og i den nyliberale fløyen, hevdet at kulturell globalisering bare var andre ord for «amerikanisering» (se Bryn 1992, Melling og Roper 1996, van Elteren 1996, Olson 1999, Wagnleitner og May 2000, Ritzer 2002, Beck, Sznaider og Winter 2003, Campbell, Davies og McKay 2004, Marling 2006, for debatter). Derimot er det ikke alltid like klart hva denne amerikaniseringen innebærer rent empirisk. Richard Kuisel (2003:96-97) definerer amerikanisering som «the import by non-Americans of products, images, technologies, practices and behaviour closely associated with America/Americans». Så å si nøyaktig samme standpunkt, uten å referere til Kuisel, inntar Mel van Elteren:

It [amerikanisering] refers to processes in which economic, technological, political, social, cultural, and/or sociopsychological influences emanating from America or Americans impinge on values, norms, belief systems, mentalities, habits, rules, technologies, practices, institutions, and behaviors of non-Americans. These diverse influences are conveyed by the import in foreign contexts of products, models or exemplars, images, ideas, values, ideals, technological practices, and behavior originating from, or at least closely associated with, America or Americans (van Elteren 2006:345).

Problemet med slike definisjoner er at det sjelden, i alle fall i presise ordelag, gjøres tydelig *hva* som «importeres» av ikke-amerikanere eller hvordan amerikaniseringen konkret *foregår*. Både Kuisel og van Elteren bruker begrepet «assosiere», men assosiasjoner og fakta er ikke nødvendigvis det samme. Å hevde at amerikanisering indikerer ikke-amerikaneres import av «amerikanske væremåter» sier heller ingenting om fenomenet hvis det ikke konkretiseres hva denne væremåten *er* og hva den eventuelt *erstatte*.

Skal vi tro Rob Kroes (1996) og Rainer Winter (2003) ledsages påstanden om amerikanisering som regel i stedet av en negativ *subtekst*, som betyr at det underforstått knyttes en rekke negative assosiasjoner til ordet «amerikanisering». Kritikken tar med

andre ord gjerne form som det ulike meningsytrere setter minst pris på ved det kulturelle USA. Ziauddin Sardar og Meryll Wyn Davies skriver for eksempel at

Den amerikanske forbrukerkulturens *tsunami* assimilerer alt, idet den legger et umåtelig, ustoppelig press på folk i store deler av verden for å få dem til å endre livsstil, fordrive alt som gir livet deres mening, kaste bort ikke bare verdiene, men også identiteten, gi på båsen innarbeidede, stabile forhold, historisk tilhørighet, bygninger, steder, familier og nedarvede måter å leve og handle på. Hamburgerkulturens «obscøne makt» tvinger lokale kulturer inn i grepet til en skrustikke (Sardar og Davies 2002:106).

De etablerer med andre ord en vri på hva Ernesto Laclau og Chantal Mouffe (1985:113) kaller «artikulatorisk praksis», det vil si «the construction of nodal points which partially fix meaning» (Laclau og Mouffe 1985:113). «Amerikanisering» blir med andre ord ikke en konkret hendelse, men en knagg («nodal point») enhver kan henge en mer eller mindre konstruert *assosiativ* forestilling på. For Sardar og Davies fikses eksempelvis «amerikansk kultur» gjennom å henge «hamburger» (jf. «hamburgerkulturen») på assosieringsknaggen. Amerikanisering, symbolisert ved Hollywood, blir med dette dessuten eksternalisert til nasjonalkulturelle endringer (i form av ikke-amerikanere som importerer amerikanske verdier og normer), selv om det ikke nødvendigvis er så sikkert at Hollywood er «rent» amerikansk. Dette er et kjennetegn for debatten om kulturell globalisering, amerikanisering og Hollywood. Mitt neste spørsmål er hvorfor film, også en velbrukt knagg for kulturelle assosiasjoner, blir så sterkt debattert i denne sammenhengen.

Kultur, medier og kinofilm

Kultur, skriver Hannerz (1990:7), er sosiale foreteelser som har med bevissthet og kommunikasjon å gjøre. Bevissthet indikerer kulturens private, mentale dimensjon (oppfatninger, vurderinger, kunnskaper), mens kommunikasjon er en nødvendighet for at kulturen skal bli sosial, at den skal gis en «ytre form». Kultur er med andre ord et verb, og identifiserer vi kultur som det som gjør kommunikasjon mulig (jf. Eriksen 1994), er veien kort til å anerkjenne medier som kulturens særegne teknologi (Hannerz 1990:7).

Medier er kommunikasjonsteknologier som med menneskelig hjelp produserer og sprer budskap, ytre former som har til hensikt å tolkes av andre mennesker, og derigjennom påvirke deres bevissthet (Hannerz 1990:7).

Aksepterer vi denne tolkningen er det ingen overraskelse at moderne statsdannelser har brukt mediene aktivt i nasjonsbyggingsprosessen (Löfgren 1990, Helseth og Dahl 2006). Nasjonal identitet og kultur konstitueres i relasjon til andre stater eller mennesker som ikke er medlemmer av nasjonen (Eriksen 2002:98-99). Norskhet blir i en bok om norsk nasjonalkultur for eksempel definert slik: «Å være norsk innebærer en tilslutning til et sett særegne nasjonale kulturelle verdier som gir den enkelte følelse av tilhørighet og identitet til land og felleskap» (Hodne 2002:20). Norskhet er med andre ord den hegemoniske forestillingen om hva som gjør «vi» til «oss». Selv om fokuset i slike studier ofte er rettet mot massemediet TV, har også filmmediet fått stor oppmerksomhet. Film er definitivt med på å gi hvordan «vi blir oss» en bestemt form, retning og innhold (jf. Engelstads avsnitt om kulturmakt i kapittel 2). Den gjenspeiler, skaper, og er selv en del av virkeligheten på en og samme tid (Miller et al. 2005:331).

I debatten om kulturell globalisering er amerikanisering, er det nærmere bestemt den globale motsetningen mellom det som løselig kalles «Hollywood» og annen nasjonal film som dominerer. Miller et al. (2001:18) beskriver det slik: «'Hollywood' appears in nearly all descriptions of globalisation's effects – left, right and third ways – as a floating signifier, a kind of cultural smoke rising from the economic fires of a successful US-led crusade to convert the world to capitalism». Kino er en del av modernitetens kulturelle sfære (Branston 2000), og film som «forsvar» mot amerikaniseringen henger nøye sammen med den tradisjonelle forståelsen av nasjonal kultur i Europa (van Elteren 1996, jf. også Rampal 2005). Påvirkningskraften i film betones også på grunn av at kino, eksempelvis i Norge, er et mye brukt kulturtilbud. Norsk mediebarometer 2006, publisert av Statistisk Sentralbyrå (SSB), viser gjennom to tabeller at kinoens populariteten er jevnt høy. Dette gjelder over tid og i ulike aldersgrupper, blant de med både lav og høy utdanning, så vel som blant en rekke sosiale grupper i ulike familiefaser, fra ulike økonomiske sjikt og geografiske områder, for å nevne noen sentrale variabler.

Tabell 3.1. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2006 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. Prosent

	Siste uke	Siste måned	Siste 3 måneder	Siste 6 måneder	Siste 12 måneder
1991	7	20	38	49	58
1992	5	16	33	43	52
1994	8	23	43	55	61
1995	6	20	40	53	58
1996	7	22	42	55	61
1997	6	21	40	53	60
1998	7	25	48	62	68
1999	7	22	43	55	63
2000	8	26	45	59	65
2001	8	27	49	62	69
2002	8	23	46	60	66
2003	10	28	47	61	66
2004	7	25	48	61	68
2005	8	25	47	61	67
2006	8	25	49	62	67
Menn	8	25	49	61	66
Kvinner	8	26	50	63	69
9-15 år	12	40	75	87	91
16-24 år	16	47	75	86	89
25-44 år	8	28	58	73	81
45-66 år	4	13	29	41	47
67-79 år	1	5	15	23	26
Ungdomsskole	4	17	31	40	46
Videregående skole	7	21	43	56	61
Universitet/høgskole, kort	8	25	55	71	76
Universitet/høgskole, lang	11	38	61	76	81
Oslo/Akershus	10	32	56	69	77
Østlandet ellers	5	23	46	58	64
Agder/Rogaland	7	24	51	63	68
Vestlandet	8	22	47	61	65
Trøndelag	9	27	53	62	68
Nord-Norge	8	20	38	53	56

Kilde: SSB (2007:68)

Tabell 3.2. Andel som har vært på kino de siste 12 måneder, gjennomsnittlig antall besøk blant alle og blant dem som har vært på kino, i ulike befolkningsgrupper, i 2006

	Prosent- andel	Antall besøk			Prosent- andel	Antall besøk	
		Alle	Besøk- ende			Alle	Besøk- ende
Alle	67	3,7	5,4	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	61	5,4	8,8
Menn	66	3,7	5,5	200 000-349 000	54	2,9	5,4
Kvinner	69	3,6	5,3	350 000-499 000	65	3,0	4,5
Alder				500 000-599 000	70	3,6	5,1
9-12 år	92	3,8	3,9	600 000-749 000	75	3,3	4,4
13-15 år	90	5,8	6,3	750 000 eller mer	82	4,4	5,4
16-19 år	94	6,6	7,0	Landsdel			
20-24 år	85	7,5	8,7	Oslo/Akershus	77	4,6	6,0
25-34 år	82	4,8	5,8	Østlandet ellers	64	3,0	4,6
35-44 år	79	3,7	4,6	Agder/Rogaland	68	3,5	5,0
45-54 år	54	2,3	4,3	Vestlandet	65	3,6	5,4
55-66 år	40	1,6	4,0	Trøndelag	68	4,1	6,0
67-79 år	26	0,7	2,7	Nord-Norge	56	3,4	6,1
Kjønn/Alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd, 100 000			
9-15 år	91	4,3	4,6	eller flere	81	5,4	6,6
16-24 år	89	6,8	7,6	Tettbygd 20 000-99 000 ...	72	4,0	5,6
25-44 år	80	4,4	5,5	Tettbygd under 20 000	67	3,1	4,5
45-66 år	40	1,9	4,7	Spredtbygd	50	2,4	4,9
67-79 år	27	0,6	2,3	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	91	5,4	5,8
9-15 år	91	5,1	5,3	Enslige ellers 9-44 år	83	7,2	8,5
16-24 år	89	7,5	8,3	Enslige 45-79 år	37	1,9	5,2
25-44 år	82	4,0	4,9	Enslige forsørgere	73	3,4	4,6
45-66 år	54	2,0	3,8	Par med barn 0-6 år	78	3,0	3,8
67-79 år	25	0,8	3,0	Par med barn 7-17 år	73	3,5	4,7
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	85	5,6	6,6
Yrkesgruppe 1-2	79	4,0	5,1	Par 45-79 år uten barn	36	1,2	3,5
Yrkesgruppe 3	78	4,3	5,5	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	71	4,1	5,8	Bor alene	63	4,8	7,7
Yrkesgruppe 6-9	59	3,2	5,5	2 husholdningsmedlemmer	52	2,5	4,9
Elever/studenter	91	6,9	7,6	3 husholdningsmedlemmer	72	4,2	5,8
Pensjonister	27	0,7	2,6	4 husholdningsmedlemmer	81	4,0	4,9
Hjemmearbeidende	58	1,7	2,9	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	82	3,9	4,7
Ungdomsskole	46	2,5	5,5				
Videregående skole	61	3,4	5,5				
Universitet/høgskole, kort .	76	3,9	5,1				
Universitet/høgskole, lang .	81	4,9	6,0				

Kilde: SSB (2007:69)

Hollywood og nasjonalstaten

Men hvis kinofilm er en såpass populær aktivitet, som tabellene over antyder, hvorfor møtes nettopp Hollywood med så mye antipati? En av hovedårsakene til engasjementet mot Hollywood, som tilsynelatende er sterkest i Europa – der Hollywood gjør det best økonomisk (Miller et al. 2005:17) – er filmens nasjonalkulturelle dannelsespotensial. Shohini Chaudhuri (2005:2-3), Melvyn Stokes og Richard Maltby (2004:4) konkretiserer dette ved å hevde at nasjonal identitet formes aktivt via film, i alle fall historisk sett, samtidig som definisjoner av nasjonal film vanligvis inneholder konstruksjonen av en homogen identitet og kultur (jf. også Anderson 1987, Eriksen 2002). Da Hollywood-filmene ifølge kritikerne overskygger eller skviser ut nasjonal film, i tillegg til at Hollywood angivelig er «typisk amerikansk» (jf. Sardar og Davies 2004), blir resultatet en potensielt destruktiv kraft på opprettholdelsen av en nasjonal kultur – en fundamental ideologisk drivkraft for det 19. og 20. århundrets europeiske nasjonalstater. Sagt på en annen måte blir Hollywood utsatt for såkalt «othering». Lawrence Cahoon skriver om denne mekanismen at

What appear to be cultural units – human beings, words, meanings, ideas, philosophical systems, social organizations – are maintained in their apparent unity only through an active process of exclusion, opposition, and hierarchization. Other phenomena or units must be represented as foreign or «other» through representing a hierarchical dualism in which the unit is «privileged» or favored, and the other is devalued in some way (Cahoon 1996:16).

I forbindelse med dette figurerer Hollywood vanligvis som «den kulturelle Andre» (Stokes og Maltby 2004:4-5). Bromark og Herbjørnsrud (2005b:26) beskriver polemisk denne prosessen slik: «Amerikanere blir gjort til 'det omvendte' av oss: De er overfladiske, vi er dype. De er éndimensjonale, vi er mangetydige. Og Hollywood står som en truende kontrast til vår europeiske filmkunst». Hollywood blir ikke bare gjort til nasjonal representant for amerikansk film, men også til en representant for typisk amerikanske verdier, normer og idealer (Stokes og Maltby 2004:4-5). Dette synet på Hollywood som typisk amerikansk er problematisk på flere måter. De metodologiske innsigelsene skal jeg ta for meg senere i dette kapittelet og i kapitlene 4 og 5, mens jeg

kommer tilbake til de kulturelle innvendingene i kapittel 6. Men først skal jeg redegjøre for grunnlaget til den fremfor alt europeiske skepsisen mot Hollywood.

Den uønskede popkulturen

Amerikaniseringens uønskede innflytelse på nasjonale kulturer gjennom Hollywood kan sies å ha to beslektede årsaker. For det første har det med omfang å gjøre. Tall fra Medietilsynet (2007) oppgir at av totalt 4584 filmer vist på norske kinoer mellom 1985 og 2005, var 2584 «USA-produserte».¹⁶ Dette omfanget utgjør en trussel om «at Norge skal bli en engelskspråklig koloni, derfor må ikke-engelske europeere stå sammen mot den fordømmende Hollywood-industrien», slik Bromark og Herbjørnsrud (2005b:27) igjen lett polemisk omtaler kritikernes argumentasjonsrekke. For det andre er det en debatt om hvilke politiske og kulturelle kvaliteter, eller mangel på sådanne, som filmene formidler. Sistnevnte henger tett sammen med at amerikansk kultur – ikke minst film – ofte gjøres synonymt med populærkultur (se Gans 1999, Lindgren 2005, Fraser 2005) og dennes innflytelse på nasjonalstatens kulturelle tilstand. Vanligvis, ifølge Simon Lindgren (2005:46), kjennetegnes popkultur av fire egenskaper:

- popkultur er *kommersiell* – den står i nær sammenheng med den kulturelle økonomien hvor kulturproduktene innehar et godt innvevd økonomisk motiv
- popkultur er *lett tilgjengelig* – dens uttrykk bygger på «enkle» fremstillinger av veletablerte tegn, symboler og betydninger, noe som gjør at et stort antall mennesker kan identifisere seg med den
- popkulturen er i forlengelsen av dette *mindre intellektuelt krevende* enn for eksempel en operaforestilling, og er på samme tid gjerne koblet til rekreasjon og underholdning
- popkulturen er *folkelig* – den «gir hva folk vil ha» og gjenspeiler derfor mange menneskers kulturelle ønsker og behov

¹⁶ <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikkogmedium=kinoogqueryID=200>

Bak kritikken mot disse fire punktene står både konservative og radikale krefter med en lang akademisk historie (jf. Storey 1993). Fellesargumentet mot populærkulturens (eventuelt «massekulturens») omfang, kanalisert gjennom disse fire egenskapene, er at den fjerner kulturens dypere mening. Der de kulturkonservative peker på den angivelige verdiutvanningen av høykulturens mer subtile dimensjoner, hevder de kulturradikale at profittjagende kommersialisering har erstattet folkekulturens autensitet (Storey 1993, Barker 2004, Lindgren 2005).

Mens skillet mellom høy- og lavkultur i mange tilfeller har forsvunnet i nyere tid, har kritikken mot hvordan økonomi, ideologi og populærkultur deler «det samme konseptuelle landskapet» økt (jf. Storey 1993:6). Dette vil primært si kritikk mot storkorporasjoner innen medie-, telekommunikasjons- og underholdningssektoren (jf. McChesney 2004). Med disse selskapenes informasjonsmakt som grunnlag påpeker kritikerne det problematiske i at popkulturens «tekster» (TV-programmer, popsanger, romaner, filmer, etc.) alltid gir et bestemt bilde av verden. De representerer konkurrerende forståelser av verden, avhengig av ideologisk opphav. Og siden popkultur angivelig er en øvelse i å forføre forbrukeren, understrekes denne jakten på en stadig større kollektiv forståelse av verden alltid av et politisk budskap (Storey 1993:3-6, Barker 2004). Da den amerikanske popkulturen er økonomisk størst, med ansamlingen av mektige medieselskaper i spissen (Herman og McChesney 1997, McChesney 2004), forvandles den kulturelle globaliseringen i deres øyne til en forkledd amerikanisering.

Kultur i globale handelsfora

Nettopp denne delen av debatten, nært knyttet til økonomisk globalisering, fikk bensin på bålet med amerikanernes aktivisme i globale handelsfora som for eksempel Verdens handelsorganisasjon (WTO) på 1990-tallet. USAs motiver var sammensatte, men kan for enkelhetens skyld deles i to. For det første ble liberale forutsetninger for kulturelt mangfold trukket frem som et påskudd for å fremme ytringsfriheten. Ifølge den amerikanske holdningen i WTO er det upassende dersom staten involveres for mye, enten gjennom eierskap eller kulturelle føringer, i mediens daglige drift. Et tilhørende argument er at kjennskap til, og utvikling av, verdens kultur mangfold best oppnås

gjennom et fritt «kulturmarked» der alle har lik tilgang til dette mangfoldet. Det betinger avskaffelsen av alle forsøk på å kvotestyre kulturens levedyktighet, for eksempel regulerte sendeskjemaer for nasjonale TV-kanaler, noe som er nedfelt i GATS-avtalen (jf. Miller et al. 2005), og som jeg skal komme tilbake til senere i kapittelet.

For det andre hadde USA et økonomisk motiv. Da den amerikanske filmbransjen er en sentral del i det som kalles «kjernecopyrightindustrier»,¹⁷ hvor de totale inntektene i 2005 utgjorde 819,06 milliarder dollar eller 6,56 prosent av USAs BNP (Siwek 2007:2, jf. også Waterman 2005), ønsket USA å liberalisere transnasjonale mediers tilgang til nye markeder. Først og fremst gikk ønsket på å gjøre film- og TV-produksjoner til en handelsvare i større grad enn før og i mindre grad la dem være beskyttet av kulturelle særrettigheter (Miller et al. 2005). Siden 1960-tallet har filmproduksjon videre vært en viktig del av amerikansk sysselsettingspolitikk. I 2000 jobbet det for eksempel flere i filmbransjen enn i stålindustrien (ITA 2001:5).

USAs kulturpolitikk har imidlertid lenge møtt motbør. Et eksempel er deres vedvarende uoverenskomst med UNESCO (FNs særorganisasjon for utdanning, vitenskap, kultur og kommunikasjon). På 1970-tallet forsøkte flere utviklingsland i UNESCO å danne en kulturell motsvarighet til ideen om en Ny økonomisk verdensordning (NØV), fordi de mente USA i altfor stor grad dominerte globaliseringen av informasjon og kulturelle verdier (Mowlana 1993). I 1984 meldte USA seg ut av organisasjonen i protest fordi landet mente UNESCO hadde blitt en politisert interesseorganisasjon for nasjonalstater og neddyngnet i mislykkede prosjekter.¹⁸ At USA meldte seg inn igjen i 2003 har så langt hjulpet lite for amerikanerne. På UNESCOs generalkonferanse i Paris 2005 vedtok 148 av 150 medlemmer «Convention on the Protection of the Diversity of Cultural Contents and Artistic Expressions» (UNESCO 2005), som langt på vei følger GATS-avtalens kulturpolicy, som jeg straks kommer tilbake til. USA stemte mot konvensjonen, men tapte da et tilstrekkelig antall medlemsstater (mer enn 30) ratifiserte konvensjonen, som trådte i kraft 18. mars 2007.

Heller ikke etter den såkalte Uruguay-runden i GATT (Generalavtalen om tolltariffer og handel, fra 1995 Verdens handelsorganisasjon, WTO) som pågikk mellom

¹⁷ Siwek (2007:7) definerer kjernecopyrightindustrier som forlagsvirksomhet, film, musikk, skriftmedier, radio, TV og software.

¹⁸ Se <http://usinfo.state.gov/products/pubs/unesco/priority.htm>

1986-1993, ble USAs liberaliseringsforslag akseptert. Godt hjulpet av EU, ulike kulturpersonligheter, diverse underskriftskampanjer og franske myndigheter som drivkraft ble utfallet at den såkalte GATS-avtalen (Generalavtalen med handel og tjenester), som trådte i kraft i 1995, gjør et unntak for kulturfeltet. «Åndsverk» ble gitt en særegen status, og støttet dermed opp om spesielt europeiske nasjonalstaters ønske om en fortsatt offentlig regulert kulturpolitikk, spesielt på det audiovisuelle området (van Elteren 1996:44-45, Miller et al. 2001:34-41). EUs arbeid med å ta opp kampen mot Hollywoods sterke stilling på det globale kinomarkedet stopper imidlertid ikke der.

Programparaplyer som MEDIA (Measures pour Encourager le Développement de l'Industrie de production Audiovisuelle) har ifølge Kim Bredesen (2007) blitt et viktig verktøy i målet om å «styrke den audiovisuelle sektoren i Europa, og la Europas kulturelle identitet og kulturarv gjenspeile seg i filmproduksjonen». I perioden 2001-2006 satset EU over 500 millioner euro på 8000 prosjekter i Europa, relatert til filmproduksjon gjennom programmene MEDIA I, II, Plus og Training. Mellom 2007 og 2013 satser EU nye 755 millioner euro på film gjennom programmet MEDIA 2007 (Bredesen 2007, EU 2007). Grunnlaget for MEDIA 2007 er artikkel 151 i EF-traktaten fra 1958,¹⁹ kjent som «kulturartikkelen»,²⁰ som erkjenner medlemsstatens «selvråderett» på kulturfeltet: EU-organer kan bare bidra med tiltak som supplerer, utfyller eller overbygger nasjonale kulturtiltak. MEDIA-programmets poengskala er først og fremst en sikring for at støttemidlene skal tilfalle borgere (eller rettere: firmaer) som er hjemmehørende i de nå 28 EU-medlemslandene og tre utenforstående landene (Island, Sveits, Norge) som betaler for å være med i MEDIA 2007 (Nils Klevjer Aas, personlig kommunikasjon).

Eurimages

På samme kulturpolitiske agenda finner vi Europaråd-fondet *Eurimages*, som ble dannet i 1988. I 2007 hadde fondet 32 medlemmer fra over hele Europa (Miller et al. 2001:89-92).²¹ Tildeling av filmprosjektmidler skjer etter et poengsystem, som er begrunnet med

¹⁹ <http://www.eu-oplysningen.dk/dokumenter/traktat/ef/>

²⁰ <http://www.eu-oplysningen.dk/dokumenter/traktat/ef/alle/151/>

²¹ <http://www.coe.int/T/DG4/Eurimages/>

hensynet til å ivareta det europeiske og/eller nasjonale kunst- og kulturuttrykket i verket. Søknadsskjemaet, som poengene regnes på grunnlag av, ser slik ut:

Tabell 3.3. Eurimages' poengsystem for tildeling av støtte (fiksjonsfilm)

<i>Europeiske elementer</i>	<i>Navn</i>	<i>Nasjonalitet</i>	<i>Permanent bosted</i>	<i>Poeng</i>	<i>Konvensjonens poengsystem</i>
Kreativ gruppe					
Regissør					3
Manusforfatter					3
Komponist					1
Utøvende gruppe					
Hovedrolle					3
Birolle					2
Andre birolle					1
Teknisk gruppe					
Kamera					1
Lyd					1
Klipper					1
Kunstnerisk director					1
Studio eller innspillingssted					1
Post-produksjonssted					1
Total poengsum					19

Kilde :

http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/Source/Forms/Coproduction/6_European_character_of_the_project.doc

Ut i fra tankegangen om at Eurimages skal bidra til kulturell globalisering, er det imidlertid grunn til å sette enkelte spørsmålstejn ved fondets virkemåte. Prosjektet *må* ha en europeisk regissør, som automatisk gir tre poeng. Tre nye poeng får prosjektet dersom manusforfatteren er europeisk, og ytterligere tre hvis hovedrolleinnhaveren er europeisk. To poeng er skåren dersom ledende biroller innehas av europeere, og ett poeng hver blir gitt for henholdsvis lydtekniker, kameraoperatør, klipper og kunstnerisk leder. Prosjektet *må* ha totalt femten poeng for å kvalifisere som «europeisk».²² 15 poeng = europeisk film. 14 poeng = ikke-europeisk film. Hva om et filmprosjekt opprinnelig hadde oppnådd fjorten poeng, og at man så bestemte seg for å sparke den indiske lydteknikeren til fordel for en franskmann, utelukkende for å tilpasse seg EUs poengsystem? Hadde filmen blitt mer europeisk av den grunn?

²² http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/Source/Regulations/RegulationsCoprod2007_en.pdf

Liknende problemer dukker opp andre steder. European Audiovisual Observatory (EAO), som er underlagt Europarådet og har til oppgave å skaffe til veie opplysninger om markedsforholdene for audiovisuelle tjenester i Europa, viser i en rapport med den talende tittelen «Making and Distribution of Films in Europe: The Problem of Nationality» fra 2000 til flere ulike nasjonalitetskriterier (Gyory 2000). I Tyskland definerer en føderal lov om støtte til filmindustrien gjennom kriteriebesatte innslag av tysk språk og kulturell tilhørighet (for eksempel i forbindelse med rollebesetning). Loven er relativt fleksibel siden den åpner for en lang rekke kombinatoriske muligheter for europeiske co-produksjoner, selv om det vesentligste for tildeling av støtte er dokumentert tilhørighet til Tyskland. Frankrike har på sin side et langt mer komplisert regelverk. Fremfor alt må et filmprosjekt møte kravet om å være av «French original expression», noe som avgjøres gjennom et intrikat poengsystem. Språket skal eksempelvis være fransk. Av andre land i rapporten kan nevnes Storbritannia, Italia, Norge og Spania (Gyory 2000).

Må film være nasjonal?

Denne situasjonen med innfløkte poengskjemaer og regelverk, hvor kulturelle kriterier formuleres i juridiske nasjonalitetstermer (med unntak av Storbritannia), har fått flere og flere til å spørre om det lenger er noen vits i å definere film etter nasjonalstatlige grenser (jf. Ezra og Rowden 2006). Christina Klein gir noen eksempler:

Which criteria should determine its identity? The citizenship or ethnicity of its talent? The source of its financing? The location of its production? Its language? Its audience? Its visual style, themes, or story? Today, the notion of a distinctly American or Chinese or Indian cinema is breaking down, as film industries around the world become increasingly integrated with one another in ways that make them simultaneously more global and more local (Klein 2003).

Slike spørsmål er også reist i Norge. En journalist i *Dagbladet* spurte, i forbindelse med den Oscar-vinnende animasjonskortfilmen *The Danish Poet* fra 2006 av Torill Kove (for øvrig produsert av norske Mikrofilm AS og canadiske National Film Board of Canada),

om når vi fikk «se den første norske Oscar-vinneren siden *Kon-Tiki*?»²³ Skuespillerinnen Liv Ullmann, som er fortellerstemmen i *The Danish Poet*, reagerte med å uttale at verken *The Danish Poet* eller *Kon-Tiki* var norske. Dette fikk Jan Erik Holst, avdelingsdirektør ved Norsk Filminstitutt utenlandsavdeling, til å hevde nøyaktig det motsatte. Ifølge Holst er det to måter å bestemme en films nasjonalitet på: «Man kan se på produsenten eller regissøren, i tillegg til finansieringen».²⁴ Dette gjør ikke nødvendigvis saken enklere. Tar vi Holst på ordet, blir for eksempel *King Kong* (2005) en newzealandsk-amerikansk-fransk film.²⁵

Nils Klevjer Aas, seniorrådgiver i Norsk filmfond, styremedlem i Eurimages og tidligere direktør i EAO, underdrev med andre ord ikke da han skrev i en e-post til undertegnede at nasjonalitetsspørsmålet er «et av de vanskeligste metodespørsmålene i filmstatistikk overhodet». Foruten årsakene som allerede er nevnt, henger kategorisering av film også sammen med hvem som står for den og hvilke motiver som ligger til grunn. Komplikasjonene har dessuten vokst siden ulike klassifiseringsinstanser mer eller mindre har latt problemstillingen være. Aas skriver at i et historisk-praktisk perspektiv

har nasjonalitet vært et problemfelt de fleste statistikkførere har valgt å overse (...) Siden importørene i de aller fleste/alle land primært har forholdt seg til det nasjonale sensurorganet for film, er det dermed dette organets (i Norge Statens filmtilsyn, tidligere Statens filmkontroll) som har vært organet som har «forvaltet» nasjonalitetsregistreringen. Alle andre brukere (og produsenter) av filmstatistikk har så i tur brukt denne klassifiseringen i sine oppgaver og oversikter.

Derimot er denne praksisen ifølge Aas uholdbar for offisielle formål. For det første har nasjonale støtteordninger for filmproduksjon krevd at «støttemidlene kommer statens egne borgere (eller andre likeberettigede) til gode». For det andre har internasjonale støtteordninger (bi- og multi-laterale samproduksjonsavtaler), Den europeiske konvensjonen om samproduksjon av film (Europarådet) og EUs direktiv «Fjernsyn uten

²³ «Men når får vi se Oscar-vinneren?», *Dagbladet*, 26. februar 2007. Dagen etter skrev samme avis på sin internettutgave: «Se klipp fra den norske Oscar-vinneren».

²⁴ «- Kon-Tiki er norsk», *Dagsavisen*, 28. februar, 2007.

²⁵ Regissøren er newzealandske Peter Jackson, mens filmen er produsert av amerikansk-franske NBC Universal.

grenser» likeledes satt nasjonalitetskrav for støtte og visning av film. Dette er ikke uproblematisk. Aas trekker opp et typisk eksempel:

Da den første Harry Potter-filmen ble laget, oppsto et problem, fordi ingen var i stand til å definere nasjonaliteten til denne filmen. Den var laget av et britisk-registrert selskap, i Storbritannia, med britiske fagfolk og kunstnere. Kapitalen ble imidlertid antatt å komme fra USA, og filmen ble distribuert internasjonalt av et amerikansk selskap. Fordi produsenten nektet innsyn i sin finansiering, måtte MEDIA trekke tilbake tilsagn om støtte som en rekke distributører hadde opparbeidet på grunnlag av å ha distribuert Harry Potter som «europeisk» film.

Samtidig, til tross for at debatten kretser rundt problemstillinger vedrørende kulturelt mangfold, mener Aas at også de økonomiske motivene er sterke og de nasjonale variasjonene store:

Flere land ser et poeng i å kamuflere utenlandske produksjoner som nasjonale, blant annet av interne politiske og økonomiske årsaker. Andre er opptatt av at produksjoner, særlig amerikanske, skal ha gode arbeidsvilkår i landet, siden det bringer arbeidsplasser, teknologisk kunnskap, produserer turisteffekter osv. Det har ført til at bl.a. Irland, Storbritannia og New Zealand opererer med nye kategorier i statistikken, en type film som benevnes «inward investment» – amerikansk kapital, britisk kunnskap og talent for å si det enkelt. I Norge har vi ikke innført denne klassifiseringen og går dermed glipp av en ikke uviktig dimensjon i bildet av europeisk filmproduksjon.

I praksis kan disse forviklingene ha ulike utfall. Da den franske regissøren Jean-Pierre Jeunet skulle finansiere *En langvarig forlovelse* (2004) med støtte fra amerikanske Warner Bros. (som eide rettighetene til Sébastien Japrisots roman, som filmen er basert på), ble sterke franske krefter satt i sving for å annullere filmens franske identitet. Det spilte tydeligvis ingen rolle at filmen ble spilt inn i Frankrike, på fransk, og med franske skuespillere (Lismoen 2005). Til tross for franske kulturpolitikeres insistering på at mottiltakene mot USA dreier seg om kultur (jf. Bromark og Herbjørnsrud 2005b), tyder politisk praksis på en mer sammensatt holdning. Aas opplyser at filmen først ble innvilget fransk produksjonsstøtte, til tross for at produksjonsselskapet var 40 prosent eid av amerikanske Warner Bros. Konsekvensen ble opprør i fransk politikk, og sjefen for det franske filminstituttet CNC fikk sparken. Kun etter at saken endte i retten – og Warner

solgte seg ned til 33 prosent eierskap i selskapet – ble det fastslått at selskapet hadde rett til fransk produksjonsstøtte.

For å komplisere situasjonen enda mer kan vi gå tilbake til begynnelsen av dette kapittelet, hvor jeg omtalte bruken av «artikulatorisk praksis» (jf. Laclau og Mouffe 1985) i studier av «amerikanisering». La meg trekke frem filmen *Babel* (2006). Filmens regissør og manusforfatter er meksikanske Alejandro González Iñárritu, mens landsmannen Guillermo Arriaga og amerikanske Jon Kilik er filmens produsenter. Selve filmen foregår på tre kontinenter og fem språk (seks hvis man regner med japansk døvespråk); engelsk, arabisk, spansk, japansk og fransk, samtidig som den er innspilt i Mexico, Marokko og Japan. Av skuespillere kan nevnes amerikanske Brad Pitt, australske Cate Blanchett, meksikanske Gael García Bernal, japanske Rinku Kikuchi, og marokkanske Mohamed Akhzam. Fire produksjonsselskaper (ett amerikansk), sju distribusjonsselskaper (to amerikanske), og to spesialeffektselskaper (hvorav det ene er amerikansk) er involvert. Filmmusikken er skrevet av meksikanske Gustavo Santaolalla og japanske Ryuichi Sakamoto. Finansieringen kommer fra amerikanskeide Viacom, hvor det også kan nevnes at britiske Barclays Plc. og franske AXA har mindre aksjeandeler.²⁶

I en kronikk i *Ny tid* brukte jeg så denne produksjonsmatrisen som eksempel for å vise at den nasjonalstatbaserte holdningen, som jeg mente utgjorde grunnlaget for UNESCOs konvensjon om kulturelt mangfold nevnt over, var utdatert og burde erstattes med en mer kosmopolitisk holdning (Næss 2006). Vigdis Lian, direktør for Norsk Filminstitutt og medlem av den norske UNESCO-kommisjonen, repliserte imidlertid at jeg var på villspor ettersom filmen var «Brad Pitts, superstjerne og trekkplaster» (Lian 2007). Med det tilkjennega hun sin artikulatoriske praksis ved å velge den amerikanske kjendisen Brad Pitt som fikseringsmekanisme for filmens kulturelle signatur. Regissør og manusforfatter Alejandro González Iñárritu ga på sin side klart uttrykk for at han syntes det var meningsløst å kalle filmen «amerikansk», «meksikansk», eller noe annet nasjonalt. Stephan Littger, som intervjuet Iñárritu i boken *The Director's Cut: Picturing Hollywood in the 21st Century*, spurte nemlig om hans meksikanske opphav hadde noen betydning for historiene han ønsket å fortelle (Littger 2006:190). Iñárritu svarte slik:

²⁶ <http://www.imdb.com/title/tt0449467/companycredits>

The nationality of someone is an idea, not a piece of land and sometimes those ideas can get fucked with (...) You know, I just make films. Just that. Not Mexican films, not Japanese films, just films. I hate when people want to nationalize art. It's like saying to someone who's French and is a painter, «Do you paint French»? (Littger 2006:190-191)

Med Iñárritus kommentar kan det settes ytterligere spørsmålstegn ved om den vedvarende nasjonaliseringen av film har noe for seg.

Hvor amerikansk er Hollywood?

Fra et metodologisk synspunkt overser debattene om kulturell globalisering og amerikanisering som føres i EU og UNESCO flere viktige aspekter. På den ene siden er det ikke vanskelig å se argumentasjonslogikken til de som hevder at verden kulturelt sett blir amerikanisert via Hollywood. Amerikansk film, slik den vanligvis defineres, stod i 1999 for mellom 40 og 90 prosent av alle filmer vist i ulike deler av verden (Miller et al. 2001:3). En tabell kan illustrere dette forholdet ytterligere:

Tabell 3.4. Andelen amerikanske filmer av andelen importerte filmer, utvalgte land (1999)

Land	Importerte filmer (totalt)	Importerte filmer fra USA
Algerie	26	21
Aserbajdsjan	47	42
Bolivia	118	102
Bulgaria	149	118
Danmark	176	95
Estland	79	57
Libanon	557	455
Mexico	306	203
New Zealand	191	133
Norge	232	123
Pakistan	61	38
Sør-Korea	297	200
Tunisia	88	60
Tyskland	347	134

Kilde: Miller et al. (2005:20-21)

På den andre siden viser en rekke studier, i tillegg til det jeg har gjennomgått i dette kapittelet, at det er grunn til å stille spørsmål om hvor amerikansk Hollywood egentlig er. Greg Elmer og Mike Gasher skriver at

Hollywood still denotes a place in Southern California, a community within the city of Los Angeles, even the site of the annual Academy Awards pageant, but it has become an increasingly inappropriate label for a film and television production industry that comprises a global network of locations, technical services, acting pools, even remote affiliate studio facilities (Elmer og Gasher 2005b:1).

De skiller her mellom Hollywood som et sted i USA og Hollywood som et filmindustrielt nettverk. Denne analytiske distinksjonen, som jeg vil bruke i kapitlene fremover, skal vise seg å være viktig med tanke på skisseringen av et alternativ til den metodologiske nasjonalismen. Hvis vi i en derridask forstand dekonstruerer Hollywood som filmindustri og frigjør begrepet fra sin negative subtekst, oppstår det en mulighet for at vi får et litt annet bilde enn hva amerikaniseringskritikerne tegner.²⁷ Sosiologisk sett betyr dette at vi kan finne andre innfallsvinkler enn de som tilbys gjennom den metodologiske nasjonalismens prinsipper. Her åpner det seg med andre ord en mulighet for å skissere en sosiologi som *internaliserer* transnasjonale perspektiver. I kapitlene fremover skal jeg forsøke å utvikle et metodologisk alternativ som redskap til dette.

Behov for metodologiske alternativer

Fra den korte drøftingen i dette kapittelet ser vi at påstanden om hvorvidt kulturell globalisering er amerikanisering har tydelige indikasjoner på metodologisk nasjonalisme. Ved å sette sosiologiens tradisjonelle syn på Hollywood-industrien inn i tabellene fra forrige kapittel, inkludert samme kategoriseringer, kan det sammenfattes de viktigste årsakene til hvorfor:

²⁷ Jeg velger å ikke gå dypere inn i Derridas konstruksjonsbegrep av følgende grunn: Der Derrida for det meste skriver om litteratur og språk (se for eksempel Derrida 2006), benytter jeg her begrepet «dekonstruere» kun som en praktisk veiviser til hvordan plukke fra hverandre den tatt-for-gitte forståelsen av Hollywood som er vanlig i mange amerikaniseringsstudier.

Tabell 3.5. Den metodologiske nasjonalismen i bidragene til Macionis og Plummer, Engelstad, Brochmann, og blant tradisjonelle Hollywood-studier

<p>Perspektiver</p> <p>Den metodologiske nasjonalismens prinsipper</p>	<p>Macionis og Plummer</p>	<p>Engelstad</p>	<p>Brochmann</p>	<p>Tradisjonelle studier av Hollywood</p>
<p>1. Samfunn er nasjonalstaten og ikke noe annet</p>	<p><i>Moderat:</i> Viser til at nasjonalstaten bare er én av flere former for samfunn, selv om dette ikke utdypes</p>	<p><i>Dominerende:</i> Det norske samfunn er nasjonalstaten Norge</p>	<p><i>Moderat:</i> Det norske samfunn er nasjonalstaten Norge, men av bestemte årsaker, jf. fokuset på lover og regler</p>	<p><i>Dominerende:</i> Hollywood en kulturell «trussel» mot nasjonale samfunn</p>
<p>2. Verdensbildet i samfunnsvitenskapene er bestemt av motsetningsforholdet mellom det nasjonale og det internasjonale</p>	<p><i>Fremtredende:</i> Diskusjonen om global ulikhet (kap. 9)</p>	<p><i>Dominerende:</i> Globalisering «truer» nasjonalstaten</p>	<p><i>Moderat:</i> Avsnittet om Norges innvandringsstopp</p>	<p><i>Dominerende:</i> Det nasjonale Hollywood vs. nasjonalstater (fortrinnsvis i Europa)</p>
<p>3. Nasjonale erfaringer generaliseres til universelle prognoser</p>	<p><i>Dominerende:</i> Modernitet = europeisk (les: britisk)</p>	<p><i>Fraværende</i></p>	<p><i>Fraværende</i></p>	<p><i>Fremtredende:</i> Hollywoodisering av ett land representativt for Hollywoodisering av verden</p>
<p>4. Forstår kultur som en <i>ting</i>, som tilhører et <i>folk</i>, som har <i>nasjonalgeografiske grenser</i> og bygger på <i>fortiden</i></p>	<p><i>Fremtredende:</i> Attribuerer kultur kun etter område og ikke etter egenskap</p>	<p><i>Fremtredende:</i> Fremstiller hvordan «vi ble oss» som en nasjonal affære</p>	<p><i>Fraværende</i></p>	<p><i>Dominerende:</i> Mer Hollywood = mindre av nasjonale kulturer</p>
<p>5. En essensialiserende tendens</p>	<p><i>Fremtredende:</i> Om asiatiske verdier</p>	<p><i>Fremtredende:</i> Om det norske</p>	<p><i>Moderat:</i> Delvis om norsk innvandringspolitikk</p>	<p><i>Dominerende:</i> Hollywood = typisk amerikansk</p>
<p>6. Ser sosiologiske fenomener som enten-eller</p>	<p><i>Dominerende:</i> Ikke nødvendig med noen balansegang mellom eurosentrisme og afrosentrisme</p>	<p><i>Fremtredende:</i> Viser i liten grad til at globalisering muliggjør at makt kan forgrenes og kalibreres på nye, transnasjonale måter</p>	<p><i>Fremtredende:</i> Utelater viktige deler av migrasjons-fenomenets relasjonelle aspekter</p>	<p><i>Dominerende:</i> Hollywood, og årsakene til Hollywoods globale dominans, er utelukkende amerikanske</p>

På samme måte som vi så at sosiologipensumet ved UiO-kursene SOS1001 og SOS1002 i forrige kapittel tok for lite hensyn til de transnasjonale nettverkene som overskrider den metodologiske nasjonalismens prinsipper, overser tradisjonelle Hollywood-studier først og fremst at filmproduksjon ofte er en transnasjonal prosess. Ved å forbli tro mot den

metodologiske nasjonalismens forståelseshorisont forvrenges de samfunnsvitenskapelige analysene når de konfronteres med fenomenets kompleksitet.

Ordsiftets amerikaniseringskritiske røster baserer sin argumentasjon på at det er nasjonalstaten som definerer samfunnets kulturelle grupperinger, og ikke omvendt; de generaliserer tilsynelatende ukritisk nasjonale erfaringer om til globale prognoser; de ser kulturelle grenser som sammenfallende med nasjonalstatens; angir Hollywood som et essensialiserende signalord for noe som er «typisk amerikansk», samtidig som muligheten for at en Hollywood-film kan være mer enn bare «typisk amerikansk», både i tolkning, produksjon, distribusjon og narrativer, utelukkes. Dessuten styrkes ideen om at kulturutveksling kan ses på som et nullsumspill, der mer av amerikansk kultur gir proporsjonalt mindre av norsk kultur (Eriksen 1999b). Denne debatten er derfor et konstruktivt felt å projisere den metodologiske nasjonalismens ulemper over på.

I forrige kapittel undersøkte jeg hvordan disse prinsippene i varierende grad viderefremmes ved UiOs innføringskurs i sosiologi. At de samme prinsippene får råde grunnen i en så viktig og global diskusjon, materialisert i EUs og UNESCOs kulturpolitiske agendaer, viser at både UiOs sosiologikurs og mange aktører i amerikaniseringsdebatten i for liten grad integrerer transnasjonaliteten som kjennetegner en stor del av kulturell globalisering. Konsekvensen blir en feilaktig fremstilling av den kulturelle globaliseringens dynamikk. Dette er, som vi skal se i kapittel 5 og 6, en viktig baktanke for hvordan vi kan vise at Hollywoods filmproduksjon er et fenomen som krever andre tankebaner for å kunne forklare. Før vi kommer så langt, skal jeg i neste kapittel se nærmere på hvordan vi kan modellere et alternativ til den metodologiske nasjonalismen.

4. Metodologiske alternativer

The new research field of transnationalism is in need of further empirical analysis to go hand in hand with increasing precision in the conceptual framework.

- Ludger Pries

Introduksjon

I dette kapittelet skal jeg påbegynne et alternativ til den metodologiske nasjonalismen, som skal fortsettes i kapitlene 5 og 6. Det skal knytte seg opp til behovet for en transnasjonal sosiologi og diskusjonen i forrige kapittel om Hollywood og amerikanisering. Siden kritikk av metodologisk nasjonalisme ifølge Beck (2004:144) er mest konstruktiv dersom den ledsages av et alternativ som i praksis viser at forskningsresultatene endres ved bruken av det, er målet å komme frem til en operasjonaliseringsskisse som skal brukes på Hollywood-industrien.

Først begynner jeg med å trekke opp hovedlinjene i hva Beck (2006a) kaller «metodologisk kosmopolitisme». Deretter skal jeg drøfte spørsmålet om hvordan en slik metodologisk kosmopolitisme kan operasjonaliseres. Hovedsakelig med inspirasjon fra global etnografi og nettverksteori, betyr det å tegne opp en skisse for hvordan vi kan systematisere og tolke data på en måte som er tro mot den metodologiske kosmopolitismens prinsipper. Foreløpig er denne en vekselvirkende idé kalt *røtter* (den materielle infrastrukturen) og *vinger* (forslag til kulturelle forklaringer), som jeg skal bruke i kapittel 5 og 6 for å vise hvordan en slik analyse kan foregå i praksis.

Deretter skal jeg i kapittel 7 føre inn erfaringene fra denne analysen i en tabell, lik dem jeg har vist i de to foregående kapitlene, i den hensikt å sammenlikne Hollywood-analysens resultater med bruk av henholdsvis metodologisk nasjonalisme og metodologisk kosmopolitisme basert på funnene i kapittel 5 og 6. Funnene presentert i denne tabellen skal til slutt være basis for utformingen av min alternative pensumliste for SOS1001 og SOS1002.

Metodologisk kosmopolitisme

Fra drøftingen i Beck (2006a:75-82) har jeg skilt ut to overordnede kjennetegn på metodologisk kosmopolitisme. For det første skilles det systematisk mellom perspektivene til samfunnsvitenskapelige aktører og sosiale aktører. Metodologisk nasjonalisme tilhører samfunnsviteren, og er noe annet enn et nasjonalistisk utsyn. Ditto er metodologisk kosmopolitisme mer av en samfunnsvitenskapelig analyseteknikk enn et moralfilosofisk standpunkt. Slik jeg leser Beck er dette et forsøk på å skyve ut ontologi til fordel for metodologi og dermed bidra til en profesjonalisering av samfunnsvitenskapene (Beck 2004:132). Jeg er imidlertid litt uenig i at dette lar seg skille skarpt, noe jeg kommer tilbake til.

For det andre kan metodologisk kosmopolitisme kort sagt sies å være det motsatte av metodologisk nasjonalisme (jf. de seks idealtypiske punktene om metodologisk nasjonalisme i kapittel 2). Nasjonalstat og samfunn er ikke én og samme ting; verdensbildet domineres ikke av motsetningen mellom det nasjonale og det internasjonale; den generaliserer ikke nasjonale erfaringer til universelle prognoser; den avviser synet på kultur som territorielt bundet til nasjonalstaten; essensialiserende tendenser forsvinner på grunn av at nasjonale fenomener nå fremstilles med flernasjonale utviklingshistorier; og endelig er det en forutsetning at ulike fenomener ses fra et polysentrisk perspektiv (Beck 2006a:75-82).

Til sammen gjør disse endringene den metodologiske kosmopolitismen «multiperspektivistisk» (Beck 2006a:82). Dette utsynet har som vi ser mye til felles med ambisjonene om en transnasjonal sosiologi lansert av Khagram og Levitt (2004) i kapittel 1, og som er fundamentet for denne oppgavens argumenter for en transnasjonal sosiologi. Forutsetningen for den metodologiske kosmopolitismens fortrinn er at bruken av den er empirisk-analytisk orientert. Beck fraskriver seg langt på vei de normativ-filosofiske sidene ved begrepet kosmopolitisme (jf. Beck 2004:139, jf. også Appiah 2006), i alle fall i den grad at den ikke er epistemologisk valid dersom den ikke er empirisk fundert (Beck 2004:144).

Likevel, selv om Beck ønsker å bytte ut ontologi med metodologi, bygger hans idé om metodologisk kosmopolitisme på en teoretisk fordiskusjon som er verdt å ta med

seg. Beck slår tidlig fast i boken *Cosmopolitan Vision* at det viktigste faktumet i denne sammenheng er at «the human condition has itself become cosmopolitan» (2006a:2). I stedet for «globalisering» eller tilsvarende (som han anser for å være økonomisk i sin kjerne) kaller Beck den dominerende formen for samfunnsendringer i det 21. århundre for «cosmopolitanization». Begrepet utdypes som «a multidimensional process which has irreversibly changed the historical 'nature' of social worlds and the standing of states in these worlds» (Beck 2006a:9). Eksempelvis nevner Beck Irak-krig II, som luftig sagt kan sies å være en hendelse med globaliserende virkning på menneskehetens selvforståelse. Et kosmopolitisk utsyn er derfor en forutsetning for metodologisk kosmopolitisme (Beck 2006a:18-19). Dette, slik jeg leser Beck, er på grunn av det han skriver om kosmopolitiseringens personlige egenskaper: «My life, my body, my «individual existence» become part of another world, of foreign cultures, religions, histories and global interdependencies, without my realizing or expressly wishing it (Beck 2006a:19).

Kosmopolitisering, ifølge Beck, er altså ikke noe vi velger selv, men noe som påvirker alles hverdagsliv. De refererer til en kvalitativ egenskap ved sosiale endringer i vår samtid, som foregår uavhengig av hva individene og hvor de befinner seg måtte mene om det (jf. også Roudometof 2005:118). Variasjonene i hvor intens denne kosmopolitiseringen er for ulike individer skriver imidlertid Beck ingenting om. Hvite sosiologiprofessorer fra i-land føler nok kosmopolitiseringen på kroppen på andre måter enn suppeselgere i Phuket eller grønlandske inuitter. Men det råder liten tvil om at mange av de siste femten årenes begivenheter, for eksempel Irak-krig II, har medført en større utbredelse av synet på verden som ett sted. Satellittbildene av jordkloden har blitt en velkjent metafor for å akseptere at vi lever i et globalt samfunn. Dette kommer jeg tilbake til senere i kapittelet.

Kritikk av Beck

Det bør påpekes at både Becks forståelse av nasjonalstaten og hans metodologiske alternativ har møtt kritikk. Chernilo (2006a), som i utgangspunktet er sympatisk til Becks prosjekt, hevder at Beck selv har et like metodologisk nasjonalistisk syn på de som han anklager for å bedrive metodologisk nasjonalisme. Bakgrunnen er Becks syn på

nasjonalstaten, som satt i kontrast til metodologisk kosmopolitisme, overdriver den antatte enhetligheten og sosiale kategoriseringsevnen i nasjonalstatens historiske utvikling (Chernilo 2006a:12). Dermed åpner han for muligheten til å overdimensjonere den symbolske påvirkningskraften staten skal ha hatt i sine mest nasjonsoppbyggende epoker. Konsekvensen blir at Becks argumenter bare blir gangbare dersom vi aksepterer hans metodologisk nasjonalistiske syn på nasjonalstaten (Chernilo 2006a:13). Med Wallerstein (1999) kan det tilføyes en beslektet advarsel om å ikke kritisere eurosentrismen, en ofte synlig bestanddel i metodologisk nasjonalisme, på eurosentrismens egne premisser (jf. også Hjelde 2006:27).

En annen innvending er at dette kan begrense Becks eget alternativ, metodologisk kosmopolitisme, til bare å gjelde «Vesten». Årsaken er at den metodologiske nasjonalismen står særdeles sterkt i Europa og Nord-Amerika, og derfor ikke danner noen fullgod kontrast til Becks metodologiske alternativ andre steder i verden. John Urry hevder for eksempel, uavhengig av Beck, at ideen om samfunnet som nasjonalstat allerede fra andre verdenskrig i beste fall stemte overens med rundt et dusin nordatlantiske samfunn i tillegg til Japan. Resten av verden formet sine egne samfunnskonstruksjoner, delvis på grunn av kolonisering, delvis på grunn av andre historiske omstendigheter (Urry 2000:11). Dette fikk konsekvenser for sosiologiens utvikling, som ikke ble like knyttet til nasjonalstaten i for eksempel Nigeria og Sovjetunionen (se Akiwowo 1989, Weinberg 2004).

Til tross for denne kritikken av Beck, fastholder jeg at metodologisk kosmopolitisme i denne oppgaven er et empirisk premiss som det kan være fruktbart å spinne videre på. Jeg er på linje med Hjeldes tolkning (2006:31) at der den postkoloniale kritikken ser på eurosentrisme som et resultat av en strukturell verdensordning, ser Beck dette som et generelt metodisk problem. Etter mitt syn ligger imidlertid muligheten for å unngå de eurosentriske elementene, som ligger implisitt i den metodologiske nasjonalismen (Abdo 1996, Mbembe 2001, Alatas 2006), innbakt i den metodologiske kosmopolitismen uten å nødvendigvis måtte tegne den som noe én-til-én-forhold med metodologisk nasjonalisme. Beck (2003:17) skriver blant annet at metodologisk kosmopolitisme forsøker å overskride den naive universalismen i den tidlige vestlige

sosiologien, som ikke desto mindre har vært produktiv når det gjelder å konstruere eurosentrisk referanserammer som fremdeles har stor definisjonsmakt.

Forsvinner så nasjonalstaten helt i den metodologiske kosmopolitismen? Slett ikke, svarer Beck, fordi metodologisk kosmopolitisme bare er en annen måte å analysere det nasjonale på enn hva den metodologiske nasjonalismen postulerer (Beck 2006a:92). Metodologisk kosmopolitisme er derfor «no more than and no less than a starting point for empirically exploring the forms and extent of transnationalization, denationalization and renationalization within a post-national conceptual framework» (Beck 2006a:92). Jeg leser derfor ikke metodologisk kosmopolitisme som et standardisert metodeskjema. I denne oppgaven er den metodologiske kosmopolitismens premisser kun første steg på vei bort fra den metodologiske nasjonalismens manglende evne til å håndtere transnasjonale fenomener.

Siden Beck i liten grad presiserer hvordan metodologisk kosmopolitisme fungerer i praksis, må vi undersøke nøyere på hvilke måter dette kan overføres til empiriske analyser. Ludger Pries omtaler problemstillingen som et behov for å manøvrere mellom «the Scylla of methodological nationalism and the postmodern Charybdis of global flows and 'cosmopolitanism without space'» (Pries 2005:185). I mine øyne kan et fruktbart utgangspunkt for å granske de transnasjonale aspektene av Hollywood som filmindustri, være hva sosiologen Michael Burawoy (2000a) kaller «global etnografi».

Global etnografi

Etnografi, en empirinær metode som baserer seg på forskerens egen deltagelse i dagliglivet til menneskene hun studerer, er en tradisjonsrik forskningsmetode i både antropologi og sosiologi (Fangen 2004:28). Selv om etnografi vanskelig kan defineres som en enhetlig forskningsmetode (jf. Stewart 1998:5), er formålet generelt å beskrive «hva folk sier *og gjør* i situasjoner som ikke er strukturert av forskeren» (Fangen 2004:31), komplett med informasjon om deltagerens egen forståelse og samhandlingene de er involvert i (Fangen 2004:17). Denne metoden har i mange klassiske studier avdekket ulike forbindelser mellom det globale og det lokale.

Til tross for dette, hevder Burawoy (2000b:10), så var mye av denne forskningen – han trekker frem William I. Thomas og Florian Znanieckis *The Polish Peasant in Europe and America* fra begynnelsen av 1920-tallet som et eksempel – en slags global etnografi uten en ledsagende teori om globalisering. Etnografiens utvikling hos både «Chicago-skolen» (sosiologi) og «Manchester-skolen» (sosialantropologi) overser i stor grad globaliseringens betydning for undersøkelsesobjektets historie og kontekst (Burawoy 2000b:22). Ifølge Zsuzsu Gille og Séan Ó Riain (2002:279) kjennetegnes også mange av studiene som streifer innom en global etnografi at de bare tar for seg ett av tre ledd i Burawoys (2000b:29-32) rammeverk for en «global etnografi». Fellestrekket for disse tre leddene er at de med etnografiske midler på ulike nivåer – makro, meso og mikro – forsøker å overskride sosiologiens nasjonalstatdoktrine og antropologiens lokalbundethet (Burawoy 2000b).

Det første av disse tre sier at forskeren må ta hensyn til «globale krefter», det vil si makrodimensjonene som medfølger etnografiske kjeder. I Hollywoods tilfelle betyr det et prosessorientert, helhetlig og relasjonelt fokus på hvilke globale rammebetingelser som har gjort det mulig for Hollywood å bli verdens største filmindustri. Økonomiske og kulturelle forklaringer på Hollywoods utbredelse er hver for seg utilstrekkelige, samtidig som den metodologiske nasjonalismens maksimer ikke tar høyde for Hollywood-industriens transnasjonale vekstvilkår. I denne oppgaven er disse dimensjonene nedtonet til fordel for de neste to punktene, men de viktigste elementene i denne utviklingen gjengis kort nedenfor.

For det andre må forskeren ta hensyn til «globale forbindelser». Dette er det konkrete innholdet i globale krefter. I en studie av Hollywood vil dette innebære spørsmål som: Hvem står bak produksjonene? Hva slags apparat gjør det mulig for Hollywood å fysisk spre sine filmvisjoner over hele verden? Med en slik innfallsvinkel minsker sjansen for uriktige forhåndskonklusjoner som tas utelukkende på bakgrunn av studier av globale krefter. På samme tid gir dette et riktigere bilde av nasjonalkulturens flernasjonale forhistorie, ettersom det åpner opp for at en Hollywood-film – som vanligvis merkes som «typisk amerikansk» – like gjerne kan være komponert av kulturimpulser, penger og arbeidsinnsats fra en rekke nasjoner eller kulturer, uavhengig av definisjon. Det betyr ikke at en film laget i Hollywood *ikke* er amerikansk, men at den

er amerikansk *pluss noe mer*. Ikke minst er dette viktig i forbindelse med de filmene som får merkelappen «blockbusters», som gjerne har store markedsføringsundersøkelser (se kapittel 5) som forbehold og dessuten er laget for et globalt publikum.

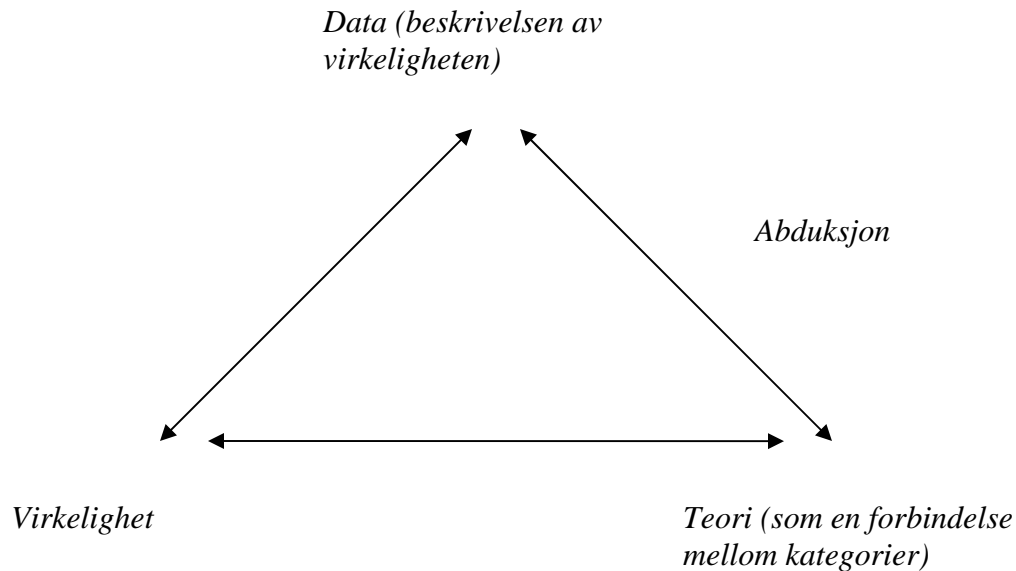
For det tredje må forskeren ta hensyn til det Burawoy (2000b:29) kaller «global imaginations», eller forestillinger om det globaliserende, og som på mange måter ligger nærmest det klassiske idealet om etnografiske studier (Stewart 1998:6-8). I dette ligger det en påstand om at globale krefter og forbindelser konstitueres i individenes forestillingsverden (Burawoy 2000b:32). Hvem er det som går på kino for å se «Hollywood-filmer», og hvorfor? Resepsjonsstudier av for eksempel TV-serien *Friends* har avdekket en langt mer kompleks avsender/mottager-dynamikk enn amerikaniseringskritikerne vil ha det til (Chitnis og Sengupta 2004). Gjennom konkrete studier kan kulturell globalisering på denne måten «aveksternaliseres» (jf. kapittel 2).

Et forsøk på å unngå «globaloney»

Som nevnt er etnografi en forskningsmetode uten fasitsvar, men i tilfellet Hollywood kan det være fruktbart å se nærmere på enkelte retningslinjer. Ett forslag (også drøftet i Fangen 2004:19) kan være å hente inspirasjon fra den metodologiske retningen som kalles «grounded theory» eller «grunnfestet teori» (Glaser og Strauss 1967, Kristiansen 2002, Mjøset 2003). Den grunnleggende ideen her er at man skal gå ut i et «forskningsfelt» så teoriløst og assosiasjonsfritt som mulig, for dermed å la resultatene («dataene») fra undersøkelsene selv skape teorien. Fordelen med denne innfallsvinkelen, slik Lars Mjøset forklarer det (2003:383), er at den skaper erfaringer som gjør forskeren oppmerksom på farene ved å påtvinge sosiale omstendigheter forutinntatte konsepter.

Barney Glaser og Anselm Strauss skriver videre at arbeidet med å generere teori fra data innebærer at hypoteser og konsepter som regel utarbeides systematisk underveis i forskningsprosessen (Glaser og Strauss 1967:6). Federico Chicchi har en modell som viser hvordan forskningsgangen trianguleres:

Figur 4.1. Forskningsgangen i grunnfestet teori



Kilde: Basert på Chicchi (2000:15)

Det Chicchis figur opprinnelig ikke viser, er hvordan retningen mellom hjørnene kan peke alle veier. Siden et grunntrekk i grunnfestet teori verdt å fremheve er «dialogen» (jf. Ragin 1994) mellom empiriske fakta og utarbeidelsen av teori, har jeg valgt å modifisere figuren ved å legge til gjensidige pilretninger. Glaser og Strauss skriver at

Joint collection, coding and analysis of data is the underlying operation. The generation of theory, coupled with the notion of theory as process, requires that all three operations be done together as much as possible. They should blur and intertwine continually, from the beginning of an investigation to its end (1967:43).

Denne abduktive innfallsvinkelen utelukker ikke en bevisst systematisering av datamaterialet, tvert imot. Michael Veseth (2005) innleder boken *Globaloney* med å gjenta forfatteren Mark Twains (1835-1910) berømte sitat om at «djevelen ligger i detaljene». Men, advarer Veseth, djevelen kan også lure i det store overblikket. Vi kan samle sammen alle bitene i et puslespill, men det hjelper lite dersom de ikke settes sammen på en relevant måte (Veseth 2005:1-2).

Like viktig som hva vi finner er derfor hvordan vi setter det sammen. Gjennom å hente inspirasjon fra grunnfestet teori søker jeg i utarbeidelsen av en transnasjonal sosiologi primært å minimere sjansene for det Glaser og Strauss kaller «*exempling*» – hvilket i samtidens lingo gjerne kalles «*globaloney*» (Veseth 2005:4-5). Begrepene antyder opportunistisk bruk av eksempler som velvalgte bekræftelser på egne synspunkter, og ikke som testmateriale på om teoriene man lanserer har noe for seg. Med støtte fra Veseth (2005) representerer de etter mitt syn et felles feilskjær for en rekke globaliseringsstudier. Glaser og Strauss skriver blant annet:

A researcher can easily find examples for dreamed-up, speculative, or logically deduced theory after the idea has occurred. But since the idea has not been derived from the example, seldom can the example correct or change it (even if the author is willing), since the example was selectively chosen for its confirming power. Therefore, one receives the image of a proof when there is none, and the theory obtains a richness of detail that it did not earn (Glaser og Strauss 1967:5)

Der tilhengerne av «*exempling*» begynner argumentet med å angi en stor teori, som deretter styrkes gjennom et selektivt utvalg med «*bevis*», forsøker jeg først å finne ut hvordan jeg kan konsentrere letingen etter empiri. Før vi går videre må jeg påpeke at en analyse av Hollywood-industrien åpner muligheten for at også jeg kan gjøre meg skyldig i «*globaloney*». I et forsøk på å korrigere dette skal jeg fokusere på Hollywood-industrien fra en strukturfunksjonalistisk vinkel. Interesseområdet er ikke hver enkelt Hollywood-film *per se*, men hva slags transnasjonal arbeidsdeling og kosmopolitisk fortellerteknikk Hollywood-industrien bygger sin sterke posisjon på. Dette kommer jeg tilbake til i kapittel 5 og 6.

Herfra skiller jeg også lag med feltforskningsaspektene i både global etnografi og grunnfestet teori. Min operasjonaliseringsvariant av metodologisk kosmopolitisme er i denne oppgaven et eksperiment om hvordan vi kan tenke *om* en transnasjonal sosiologi. Jeg går ikke fysisk inn i undersøkelsesobjektet, det vil si Hollywood, gjennom deltagende observasjon som hos Burawoy (2000b) er et praktiseringspremiss for en global etnografi. Og der tilhengerne av grunnfestet teori skisserer avanserte kodingsprosedyrer og klassifiseringssystem for funn og komparative analyser (jf. Strauss og Corbin 1990), velger jeg i stedet å konsentrere mine kommende funn rundt begrepet *nettverk*.

I mine øyne har dette tre beslektede årsaker. For det første ser jeg nettverkstenkning som et sentralt sosiologisk premiss for transnasjonale analyser (jf. Castells 2000). For det andre har jeg en hypotese om at nettverksmetaforen gir meg en mulighet til å systematisere funnene på en bestemt og relevant måte. For det tredje er nettverkssosiologien på mange måter et oppgjør med noen av kjennetegnene på metodologisk nasjonalisme. Når det gjelder sistnevnte hevdet Charles Tilly midt på 1980-tallet at åtte «forderverlige» postulater («pernicious postulates») holdt sosiologien i en akademisk stivhengighet. Disse åtte postulatene, som i korthet utgjorde den faglige arven fra våre sosiologiske forfedre i Europa – Marx, Durkheim, Weber, Tönnies – og deres bekymrede reaksjon på 1800-tallets sosiale endringsprosesser, var i ferd med å gå ut på dato (Tilly 1990).

Denne stivhengigheten sperrer ifølge Tilly for muligheten til å innse at det første og mest grunnleggende postulatet – at verden er en mosaikk av skarpt atskilte samfunn inndelt i nasjonalstater, hvert av dem med sin mer eller mindre selvstendige kultur, politikk og økonomi – var foreldet. I praksis betyr dette at vi stiller epistemologisk langt sterkere dersom vi iverksetter en sosiologisk metodologi som baserer seg på «multiple social relationships, some quite localized, and some worldwide in scale» (Tilly 1990:25). Argumentet gjenfinnes hos Castells (2000:500), som på bakgrunn av det omfangsrike trebindsverket *The Information Age* kan tillate seg å konstatere at «Networks constitute the new social morphology of our societies, and the diffusion of networking logic substantially modifies the operation and outcomes of production, experience, power, and culture». Nettverkslogikken er imidlertid relevant av flere grunner.

Globale krefter

Thomas Hylland Eriksen (2007:71) poengterer at nettverkslogikken ikke nødvendigvis innebærer en demokratisering av makt, men at makten sentreres på andre måter enn før. I hierarkiske strukturer fant man gjerne den mektigste aktøren på toppen av pyramiden, mens han eller hun nå er å anse som «edderkoppen i vevet»; den med best oversikt, koordinasjonsevne og kontroll over nettet (Eriksen 2007:71). Hvordan gå frem for å finne «edderkoppene» i Hollywood? For å illustrere vanskelighetene med å analysere

Hollywood fra et metodologisk nasjonalistisk synspunkt, kan det være nyttig å først vise hvordan jeg anser Hollywood for å inngå i hva Eriksen (2007:8-9) lister opp som åtte av globaliseringens mest fremtredende kjennetegn:

- «Disembedding»: Avstander blir relative ettersom Hollywood-filmer ikke lenger er bundet til Los Angeles, men i prinsippet kan produseres hvor som helst. Et eksempel jeg skal komme inn på i neste kapittel er det italienske studiokomplekset Cinecittà.
- Akselerasjon: Bedre kommunikasjonsmidler tillater en raskere produksjonstakt ettersom produksjonen differensieres og koordineres mellom eksempelvis Los Angeles (markedsføring), Montreal og Mexico (innspilling) og Bangalore (digitale spesialeffekter).
- Standardisering: «Hollywood-filmer», for eksempel *The Bourne Ultimatum* (2007), foregår på det språket William Marling (2006:14-15) kaller *engla franca*; et slags engelskbasert kommunikasjonsmiddel med kortfattet dialog, lav terskel for å ta opp i seg nyord og for å overse rariteter sett fra et grammatisk synspunkt.
- Sammenveving: Hollywood er mer enn bare amerikansk. En film tilsynelatende «Made in Hollywood», for eksempel *Derailed* (2005), er for det meste innspilt i England og regissert av svenske Mikael Håfstrøm; den har amerikanske Jennifer Aniston, franske Vincent Cassel og britiske Clive Owen i hovedrollene; bak selve produksjonen står 42 ulike selskaper fra blant annet USA, England, Tsjekia og Finland.
- Bevegelse: Filmproduksjoner, delvis som følge av bedre kommunikasjonsmidler men også på grunn av økonomiske og kulturelle motiver, nøler ikke med å flytte på seg – en kjent betegnelse på Hollywood-filmer som flytter produksjonen (helt eller delvis) ut av USA er «runaway productions» (ITA 2001).
- Miksing: Kulturell globalisering skaper krysspollinering av impulser; i Hollywoods tilfelle er de transnasjonale kulturereferansene ofte så godt innvevd i den amerikanske populærkulturen og omvendt – blant annet som følge av de flerkulturelle produksjonsforholdene – at de vanskelig kan sies å være «typisk

amerikanske» slik de forstås av det Stokes og Maltby (2004:4) kaller «europpeiske kulturnasjonister» (jf. også Rubin og Melnick 2006).

- Sårbarhet: Hollywood gjør oss oppmerksom på at sårbarhet overfor ulike farer er et universelt fenomen, enten via bakterieutbrudd (*Outbreak*), effektene av global oppvarming (*The Day After Tomorrow*) eller cyberterrorister (*Die Hard 4.0*).
- «Re-embedding»: Filmproduksjon og kinogjengeri er fysiske fenomener. De må foretas et eller annet sted, og viser til filmens territorielle egenskaper.

Disse punktene, og Hollywoods tilknytning til dem (en forsmak på kapittel 5 og 6), fungerer som stikkord for hva Burawoy over kalte «globale krefter». Diskusjonene om når globaliseringen egentlig skjød fart er mange (se Held og McGrew 2004 for en oversikt), men for enkelhetens skyld velger jeg å tidfeste begynnelsen på globaliseringens nåværende fase til årene 1989-1991. Denne perioden – som inneholdt begivenheter som den kalde krigens slutt, opptøyene på den Himmelske freds plass, kommersialiseringen av internett, den formelle avskaffelsen av Sør-Afrikas apartheidregime, det kommunistiske Sovjetunionens kollaps og Berlinmurens fall – la grunnlaget for en endret forståelseshorisont på samtiden. Nobelprisvinner og økonomiprofessor Amartya Sen har for eksempel uttalt at Berlinmuren ikke bare var «et symbol for å holde folk stengt inne i Øst-Tyskland – den var en metode for å forhindre et globalt perspektiv på fremtiden» (sitert fra en samtale i Friedman 2006:51). Sagt på en annen måte satte tiden etter 1989 fart på anerkjennelsen av en *refleksiv modernitet* (Beck, Lash og Giddens 1994). Dette betyr kort fortalt at flere og flere aktivt forholder seg til at de er del av en globaliserende verden, at verden ses på *som global*.

Drivkreftene bak denne utviklingen er mange, og jeg vil på grunn av plasshensyn kun konsentrere meg kort om to av dem. Foruten at det åpnet seg et nytt politisk landskap etter kommunismens fall, blir endringer i det internasjonale økonomiske samfunnet sett på som en viktig årsak til globaliseringens akselerasjon. Den endrede økonomiske politikken på 1980-tallet var delvis en respons på styringsproblemene fra 1970-tallet. Bruddet med det såkalte Bretton Woods-systemet, det vil si kombinasjonen av et internasjonalt valutaregime (med den amerikanske dollaren som gullstandard) og sterke nasjonale velferdsøkonomier, kom som en følge av presset mot amerikansk økonomi,

oljekrisen 1973-74, konkurransen fra Øst-Asia, overbelastede offentlige budsjetter og «stagflasjon». Svaret, delvis grunnet påtrykk fra transnasjonale selskaper, var liberalisering gjennom friere markeder for investeringer, valuta, kreditt, aksjer og andre markedsøkonomiske reformer. Staten skulle i denne tankegangen være mindre av en aktiv eier og mer av en markedsregulator (Tranøy og Østerud 2001:11-14). Dette ga mer rom for fusjoner og andre typer nasjonaloverskridende investeringer foretatt av transnasjonale selskaper.

En annen og beslektet årsak til globaliseringens vekst er den informasjons- og kommunikasjonsteknologiske revolusjonen på begynnelsen på 1990-tallet (Barker 2004:334-338, Moses og Brigham 2007:21-23). Spesielt gjennom kommersialiseringen av internett går vare-, informasjons- og pengeflyten atskillig raskere enn tidligere, samtidig som tilgjengeligheten og forbindelsene mellom steder er bedre og tettere. Thomas L. Friedman (2006:151) nevner United Parcel Service, bedre kjent som UPS, som symbol på denne utviklingen. Fra å være et lite budselskap, dannet i Seattle 1907, har UPS blitt en global leverandørkjedeadministrator. Siden 1996 har UPS kjøpt opp 25 forskjellige logistikk- og leverandørkjeder verden over for å kunne betjene hele kloden. Hver dag har selskapet over 2000 flygninger til over 200 land og territorier, og leverer 15,6 millioner pakker og dokumenter *daglig*, alt koordinert via Internett. Nesten 428 000 mennesker er ansatt i selskapet globalt, noe som gjør det til verdens største spedisjonsfirma.²⁸ Opphevelsen av statlige mediemonopol har dessuten gitt transnasjonale medier mer spillerom og har medført en intensivert globalisering av kulturelle impulser ettersom tilbudet av, og tilgjengeligheten på, kulturelle opplevelser er større. Det opprinnelig amerikanske MTV har eksempelvis 40 nasjonale eller regionale avløpere, i tillegg til en rekke andre underkanaler.

Med denne utviklingen som bakteppe blir neste utfordring å lokalisere hva disse Hollywood-nettverkene rent faktisk består av. I denne oppgaven følger jeg William Robinsons (1998:573) tanke om at formålet med en transnasjonal sosiologi, er å tyde det transnasjonale innholdet i sosiale fenomener som fremstår som nasjonale – eller med andre ord *internalisere* transnasjonale elementer ved dem. Dette vil si, som jeg skal vise i de neste kapitlene, at det som omtales som Hollywoodiseringen av verden likeså gjerne

²⁸ <http://www.ups.com/content/no/en/about/facts/worldwide.html>

kan være komponert av «amerikanisering», «frankofonisering» og «japanisering» på en og samme tid – økonomisk så vel som kulturelt.

Røtter og vinger: Å føye sammen økonomi og kultur

En sosiologi som fastholder den metodologiske nasjonalismens prinsipper vil ikke kunne avdekke de transnasjonale nettverkene som utgjør grunnlaget for globale mediegianters stilling. I neste kapittel skal jeg derfor se nærmere på Hollywoods materielle infrastruktur – det vil si den delen jeg kaller *røtter*, eller hvilke globale forbindelser (jf. Burawoy 2000b) som utgjør drivkreftene i Hollywood. Imidlertid er dette lite fruktbart dersom analysen stanser der. En velbygd og veldrevet materiell infrastruktur, som blant annet fører til at mange flere har muligheten til å se *Titanic* enn lokale filmer, er ingen garanti for gode besøkstall.

I stedet må vi inkludere kulturelle forklaringer, nærmere bestemt hva Burawoy kalte «global imaginations». Spørsmålet er ikke om hvorfor folk valfarter til kinosalene for å se Hollywood-filmer, men hvorfor de velger å se nettopp de filmene de ser. Da 610 747 nordmenn gikk på kino for å se *Shrek 2* i 2004 – dette årets mest sette film²⁹ – var det ikke utelukkende på grunn Hollywoods utnyttelse av NICL eller (som kritikerne hevder) nordmenns angivelige blindhet for hvordan amerikansk popkultur forflater norsk kulturs dypere mening (jf. kapittel 3). I kapittel 6 skal jeg derfor se nærmere på delen om *vinger*, det vil si hvilke transkulturelle forklaringer som kan belyse Hollywoods popularitet blant kinogjengere verden over.

Sammen skal disse innfallsvinklene – «røtter» og «vinger» – i de neste to kapitlene danne grunnlaget for en kombinatorisk og sammenvevd forklaring på Hollywoods globale posisjon. Da går jeg forhåpentligvis klar av marxismens økonomiske determinisme og advarselen fra Paul DiMaggio (1994:27), som hevder at «economy and culture are dueling twins whose relations are clumsily theorised whenever one term is privileged over the other». Enten-eller-forståelsen, i et flertall betydninger, forsøkes

²⁹ <http://medienorge.uib.no/index.cfm?cat=statistikkogmedium=kinoogqueryID=162>

erstattet med et multiperspektivistisk utsyn tro mot den metodologiske kosmopolitismen
jeg innledet dette kapittelet med.

5. Røtter

Hollywood's not in Hollywood.

- William Faulkner

Introduksjon

I kapittel 3 viste jeg at dersom det sosiologiske utsynet styres av den metodologiske nasjonalismens prinsipper, en situasjon som kan oppstå med det sosiologipensumet som UiO la til grunn for kursene SOS1001 og SOS1002 høsten 2006, vil en analyse av Hollywood-industrien høyst sannsynlig ta den for gitt som rent amerikansk. Foreløpige funn, drøftet i kapittel 3 og 4, tyder på at denne tolkningen gir et ufullstendig bilde.

I dette kapittelet skal jeg derfor gå dypere inn i den materielle infrastrukturen som driver Hollywoods deltagelse i den globale underholdningsindustrien. Hensikten er å vise den metodologiske nasjonalismens begrensninger samtidig med fordelene av å tenke ut ifra en metodologisk kosmopolitisme. Dette er den delen jeg kaller *røtter*.

Utgangspunktet er Miller et al. (2001, 2005) og deres teori om «a new international cultural division of labor» (NICL). Knytter vi sammen NICL med diskusjonen om global etnografi og nytten av nettverksperspektiv fra forrige kapittel, begynner vi å nærme oss en operasjonaliseringsskisse tro mot Becks definisjon av metodologisk kosmopolitisme.

Først skal jeg presentere NICL-teoriens prinsipper. Dernest vil jeg kort ta for meg litt av historien om NICL, med hovedvekt på finansiering. Årsaken til det er at finansiering, eventuelt finansieringsmodellen, er det som initierer en Hollywood-produksjon (Wasser 2002:345). Til slutt vil jeg gå over på NICLs bestanddeler mer konkret, det vil si hvordan «Hollywood» impliserer transnasjonale nettverk av produksjon, markedsføring, distribusjon, og interesseorganisasjoner i striden om immaterielle rettigheter. Jeg opprettholder dermed skillet fra kapittel 3 mellom Hollywood som sted og Hollywood som filmindustrielt nettverk, hvor fokuset ligger på sistnevnte.

NICL: En ny globalkulturell arbeidsdeling

Med bøkene *Global Hollywood* og *Global Hollywood 2* forsøker Miller et al. (2001, 2005) å systematisere Hollywoods globalkulturelle arbeidsdeling. Fokuset ligger ikke på hver enkelt film og filmens nasjonalkulturelle funksjoner, men inngir i stedet et halvt marxistisk, halvt strukturfunksjonalistisk blikk på den globaliserte arbeidsdelingen som ligger til grunn for Hollywoods globale status. Forfatterne oppgir ingen spesifikk teoretiker eller teoretisk retning som rettesnor, men ideen om NICL er basert på Folker Fröbel, Jürgen Heinrich og Otto Kreyes bok om «the new international division of labour»; det vil si en durkheimiansk tanke om hvordan skifter i verdensøkonomien fører til en omstrukturering av arbeidsdelingen, her også på tvers av landegrensene (Fröbel, Henrich og Kreye 1980, Durkheim 2000, Miller et al. 2005:121).

Min bruk av NICL, som er noe forenklet og som fraviker de marxistiske undertonene (jf. Miller et al. 2005:5), skal videreføre grunntrekkene i denne innfallsvinkelen. Resten av kapittelet tar for seg følgende komponenter som til sammen danner det jeg kaller Hollywoods «materielle infrastruktur»:

- Produksjon
- Markedsføring
- Distribusjon
- Immaterielle rettigheter

De tre første henger tett sammen og danner en tjenestekjede fra forfinansieringen av et prosjekt til selve fremvisningen av filmen (Kunz 2007:242). Den siste delen av infrastrukturen slik den er tegnet her, immaterielle rettigheter, dreier seg i forbindelse med Hollywood mest om copyright. Siden film er et yndet objekt for piratkopiering – endog en velorganisert virksomhet enkelte steder (jf. *BusinessWeek* 2000, Lowenstein 2001) – forsøker overnasjonale forum som WIPO (World Intellectual Property Organization, FNs særorganisasjon for immateriellrett) å harmonisere et globalt regelverk (WIPO 1979). Hovedaktørene i dette arbeidet er imidlertid ikke nødvendigvis stater, noe jeg skal komme tilbake til senere i kapittelet. Før jeg går nærmere inn på disse punktene,

kan det være opplysende å ta for seg noen utsnitt av de historisk-økonomiske linjene bak Hollywood-industriens utvikling.

Utdrag fra historien om Hollywood

Fra diskusjonene i kapittel 3 og 4 har jeg avdekket at bruk av metodologisk nasjonalisme som analysepremiss ikke vil kunne avdekke hva som konsoliderer Hollywood-industriens flerkulturelle forhistorie. I mine øyne må de viktigste aspektene ved denne historien også med for å forstå grunnlaget for dagens NICL. Fremstillingen av historien er delt opp i kronologiske epoker, før jeg skal se nærmere på bestanddelene i NICL mer konkret. Jeg vil for øvrig råde leseren til å supplere denne fremstillingen med kapittel 6, spesielt avsnittene om «kinogåingens sosiologi» og «mytoter».

1895-1945: Filmens transnasjonale barndom

Selv om NICL for alvor har skutt fart i «globaliseringens tidsalder» (jf. Christopherson 2005), er systemet på mange et aspekt ved Hollywood som er like gammelt som Hollywood selv (Puttnam 1998, Marling 2006). Kinoteknologien, utviklet av det franske firmaet Lumière, og «levende bilder» begynte ifølge Sigurd Evensmo (1967:15) sin «seiersgang» i Europa og USA på 1890-tallet. Ifølge Evensmo var de «fullt forberedt på å følge opp suksessen fra Boulevard des Capucines» [åstedet for premierevisningen] gjennom å sende sine representanter «ikke bare til storbyene over hele Europa, men også til USA, Søramerika, India, Japan og Australia» (1967:17). Franskmennene var aktive også på produksjonssiden. Filmproduksjonsselskapet Pathé Frères, grunnlagt av brødrene Charles og Emile Pathé og finansiert av finansmannen Jean Neyret og banken Crédit Lyonnais, stod lenge bak mellom 50 og 70 prosent av alle filmer produsert i Hollywood. I 1908 solgte selskapet dobbelt så mange filmer i USA som alle de andre amerikanske selskapene til sammen (Puttnam 1998:282).

Første verdenskrig førte til at europeisk filmindustri omtrent gikk i stå. Mye av den franske dominansen i Hollywood ble revet ned. Stumfilmen ble erstattet av lydfilm, andelen amerikanske borgere som begynte å gå på kino vokste raskt, og en rekke med europeiske jøder, mange av dem flyktende fra fascismen og nazismen, begynte å skape det vi kjenner som «Hollywood» (jf. Butsch 2000, se også kapittel 6). Fra 1920 til 1940 tok filmproduksjonen form av et vertikalt integrert studiosystem som produserte filmer nærmest etter samlebåndsmetoden (Miller et al. 2005:128). De finansielle kreftene ønsket masseproduksjon for å stabilisere filmutvalget for den økende andelen kinogående immigranter (Miller et al. 2005:127). Det gjorde at fordelene ved «economies of scale» viste seg tydelig.³⁰

På grunn av monopoltendenser i filmbransjen ble systemveksten holdt nede av endringer i amerikansk politikk (Miller et al. 2005:128). Motstrategien til Hollywood-selskapene var å ytterligere differensiere produksjonen og reorganisere selskapsarkitekturen. Heretter ble det satset på enkeltstående eller fåtallige prosjektkontrakter, gjerne med lokale underleverandører av ulike tjenester. Siden Hollywood-filmenes økte i popularitet utenfor USA, blant annet som følge av utenlandske filmstjerner som tyske Marlene Dietrich, svenske Ingrid Bergman, britiske Charlie Chaplin og kinesisk-amerikanske Anna May Wong (Pells 2002), ble denne organisatoriske forgjengeren til Michael Piore og Charles Sabels begrep om «fleksibel spesialisering» (1984) også utvidet til Europa og Asia. Slike transnasjonale arrangementer ble «parts of a mobile, fluid, slippery international production ecology shaped by broader industrial trends» (Goldsmith og O'Regan 2005b:57). Og dette var bare begynnelsen.

1945-1973: USA som kulturhegemon

I begynnelsen av andre verdenskrig ble Hollywood-filmene utestengt fra Europa, med unntak av Sverige, Sveits og Portugal (Marling 2006:22). Dette kunne vært fatalt for den ekspanderende filmindustrien, ikke minst på grunn av usikkerheten som strakk seg til

³⁰ «Economies of scale» refererer til «the reduction in the average cost of production per unit of output resulting from the production of additional units of a product» (Kunz 2007:235).

sentrale investeringskilder for Hollywood som europeiske banker som Deutsche Bank, Crédit Lyonnais, og Crédit Commercial de France. I 1943 snudde imidlertid europeerne. Blant annet gjorde blandingen av etterspørsel, en økende andel lokale produksjonsavdelinger samt filmselskapenes tilpasningsdyktighet med tanke på europeiske seeres smak, sitt til at Hollywood for alvor introduserte seg selv i Europa.

Etter andre verdenskrig utnyttet i tillegg de amerikanske Hollywood-selskapene, med sine gode kontakter på regjeringsnivå, europeiske og asiatiske lands behov for gjenoppbyggingskapital. Blant annet påla den amerikanske regjeringen import av amerikanske kulturprodukter som betingelse for økonomisk bistand (jf. Guback 1969). Supplert med beslektede investeringer ble USA etterkrigstidens kulturhegemon. Produksjonsmessig økte for eksempel Hollywood-selskapene antallet utenlandsproduserte filmer fra 19 i 1949 til 183 i 1969 (Marling 2006:23). Mellom 1963 og 1981 produserte italienske selskaper dessuten nærmere 500 westernfilmer (Bromark og Herbjørnsrud 2005b:221-22). Fra 1946 ble lokasjonsinnspilling

a means of differentiating stories, once colour and widescreen formats became fashionable and portable recording technology was available. Studios purchased facilities around the world to utilise cheap, docile labour, and stars and directors were encouraged by the new post-war US tax system to set up production companies overseas (Miller et al. 2005:132).

I tillegg til at ikke-amerikanere ønsket seg mer Hollywood-filmer, tillot de også amerikanske selskaper å inngå partnerskap med lokale aktører. Globaliseringen av Hollywood skapte multinasjonale selskaper før begrepet ble oppfunnet (Marling 2006:23). Dette skulle vise seg å være en utvikling i vekst, hvor investeringene gikk flere veier. I 1966 blokkerte attpåtil den amerikanske regjeringen et oppkjøpsforsøk fra Banque de Paris et de Pays-Bas på Columbia Pictures (Miller et al. 2005:92).

1973-1989: Fremveksten av storfilmer

Frederick Wasser (2002) tidfester Hollywoods globale orientering *som industriell strategi* til begynnelsen på 1970-tallet. I 1972 flyttet den italienske filmskaperen Dino de

Laurentis til USA. Lei av å måtte forholde seg til regler om blant annet hvor mange utlendinger han fikk ha med i filmene sine, ankom han et USA hvor Hollywood var nede i en bølgedal. I stedet for å jobbe på vanlig måte for Hollywood-selskapene, startet han sitt eget selskap som i tillegg hadde en unik finansieringsplan. Laurentis tok først og fremst grep om såkalte «presales», det vil si finansiering fra utenlandske distributører før filmen var ferdig, da han i 1973 møtte den nederlandske bankmannen Frans Afman fra Slavenburg bank of Rotterdam. Afman var i USA for å undersøke mulighetene for nye investeringsområder. Wasser skriver at

The only equity he would give to a Hollywood distributor was the North American territory. In return, he sought 50 percent funding. The other 50 percent would come in piece-by-piece as he sold off pieces of the world market to the individual distributors (Wasser 2002:353).

Dermed ble det enda viktigere å pønske ut hva slags type filmer som kunne utgjøre et slags fortellerteknisk esperanto. Laurentis satset på store stjerner og filmer i actionsjangeren, siden de inneholdt få replikker og en handling som var lett å følge så å si uavhengig av språk, kulturell bakgrunn eller nasjonalitet. Underveis inngikk Laurentis partnerskap med en annen eksileuropeer, nemlig Charles Bluhdorn, som den gang var administrerende direktør i Gulf og Western og dermed kontrollerte Paramount. Tankegangen hos Laurentis var at USA simpelthen bare var ett av mange markeder. I tilfellet med *Death Wish* (1974) kalkulerte Laurentis og Bluhdorn med at hovedrolleinnhaver Charles Bronson var såpass populær utenfor USA, at det i seg selv ville tjene inn filmens kostnader (Wasser 2002:353).

Laurentis filmøkonomiske nyskapning gjorde at andre selskaper, hittil ukjente i Hollywood, fikk øynene opp for hvilken industriell vekstsektor det globaliserende Hollywood var. Med den økonomiske suksessen til diverse storfiler på slutten av 1970-tallet, såkalte «blockbusters», som *Haisommer* (1975) og *Star Wars* (1977) som bakteppe, kan en av hovedårsakene til denne utviklingen sies å være at kulturindustrien ganske enkelt begynte å generere store inntekter. Hollywood fungerte mer og mer som en åpen invitasjon til bransjemessig ubeslektede investorer (McDonald 2006:26). Et eksempel på dette er da Slavenberg-banken på konkursens rand ble kjøpt opp av franske Crédit

Lyonnais i 1981 – som da var eid av den franske stat – og gjorde at samarbeidet mellom Laurentis og Afman fikk sin institusjonaliserte form (Wasser 2002:354).

Samtidig som regissører som Steven Spielberg og andre lånte inspirasjon fra Laurentis markedsføringsstrategi, ble Crédit Lyonnais (frem til 1982 en statseid bank) en av de ledende finanseringskildene for en rekke storfilmer på 1980-tallet. Foruten å ha investeringsavtaler med et dusin transnasjonale filmproduksjonsselskaper (Carolco, Castle Rock, Morgan Creek, mfl.), finansierte den eksempelvis *Superman I* (1978), *Superman II* (1980), *Platoon* (1986), *Blue Velvet* (1986) og *Danser med ulver* (1990) (Bromark og Herbjørnsrud 2005b:26, Marling 2006:25).

1989 → : Globaliseringens tid

Med bakgrunn i denne økende investeringsiveren fikk Hollywood-selskapene utover 1980- og 90-tallet en tilnærmet felles forretningsstruktur med andre bransjer som nøt godt av det liberaliserte og transnasjonaliserte investeringsklimaet. Et vannskille kom i 1989. Da kjøpte japanske Sony opp Columbia Pictures, noe som førte til at forsiden av tidsskriftet *Newsweek* ble prydet av Frihetsgudinnen ikledd kimono ledsaget av overskriften «Japan Invades Hollywood».³¹ I 1990 kjøpte japanske Matsushita Electric Industries Co. opp amerikanske MCA, hvilket inkluderte Universal Studios. To år senere overtok den franske banken Credit Lyonnais amerikanske MGM/United Artists, før canadiske Seagram Co. Ltd. Handlet 80 prosent av MCA, inkludert Universal, mens Matsushita beholdt de siste 20 prosentene. I 2000 kjøpte så franske Vivendi opp Seagram, inkludert Universal, før fusjonen mellom amerikanske NBC og fransk-amerikanske Vivendi Universal Entertainment dannet NBC Universal i 2004, hvor for øvrig General Electric innehar 80 prosent av eierandelene. I 2005 tok et konsortium ledet av Sony over MGM/United Artists (Kunz 2007:31).

I forbindelse med denne utviklingen har det blitt reist spørsmål om eierskapet og kontrollen over globaliserte mediers arbeidsdeling betyr noe som helst for det kunstneriske innholdet i Hollywood-produksjonene (jf. Thomas og Nain 2004, Kunz 2007). Ett aspekt ved dette er skillet mellom eierskap og kontroll. William M. Kunz

³¹ *Newsweek*, 9. oktober, 1989.

(2007:35) finner dette skillet noe kunstig, selv om dette varierer fra konglomerat til konglomerat på grunn av ulike foretaksmodeller. Grunnen er at det ofte skal små eierskapsandeler til for å kunne hevde kontroll over selskapet (Kunz 2007:36-37). Et annet aspekt er relevansen av skillet mellom det som kalles *allokativ* versus *operasjonell* kontroll (Kunz 2007:231). Førstnevnte innebærer makt til å definere de overordnede målene med selskapet og fordelingen av ressurser (Kunz 2007:231). Sistnevnte innebærer makt over den konkrete bruken av de allerede fordelte ressursene og iverksettingen av selskapets mål (Kunz 2007:231). Også her er det variasjoner, selv om hovedtendensen er at kontrollen er organisert i et nettverk av knutepunkter og satellitter.

For eksempel i Sonys tilfelle, som eier Columbia Pictures, er disse kontrollskillene så godt som irrelevante. Sony-gründer Akio Morita har ført en langvarig policy om full kontroll over firmaets forretningskultur og trukket veksler på sin stilling som visestyreleder i *Keidanren* – nettverket av mektige forretningsfolk som taler på vegne av japansk økonomi (jf. Morita 1997, Nathan 1999, Luh 2003). Det betyr imidlertid ikke at det har blitt noen større forandringer i Columbia Pictures' kulturelle føringer etter Sonys oppkjøp. Kjøpet, som ga Sony rettighetene til et stort bibliotek med filmer og TV-serier (og skyhøy gjeld), ble riktignok mottatt med kulturell skepsis i USA (Kou og Spar 1994:7-9).

Men selv om Sonys nye inntreden i den amerikanske underholdningsindustrien i flere år etter oppkjøpet ble fulgt med argusøyne av amerikanske politikere, er det vanskelig å se – ut i fra listen over filmer produsert av Columbia Pictures³² – en grunnleggende endring i filmenes innhold. For Sony var handelen heller et ledd i selskapets globale synergisatsning, som i tillegg til elektroniske apparater, også søkte mot såkalte innholdsprodukter. Året før kjøpet av Columbia Pictures kjøpte Sony for eksempel CBS Records, på den tiden verdens største plateselskap (Kou og Spar 1994:3). Hollywood-industrien var i tillegg muligens for kosmopolitisk til at USA eller Japan kunne sette tydelige nasjonale merkelapper på utviklingen. Dette skal jeg komme inn på i neste kapittel.

³² Mellom 1989 og 2007 har Columbia Pictures blant annet produsert storfilmer som *Air Force One* (1997), *Men in Black* (1997), *Charlie's Angels* (2000), *Spider-Man* (2002) og *Da Vinci-koden* (2006).

NICL, del I: Produksjon

Selv om det transnasjonale Hollywood har en lang forhistorie, har oppmerksomheten rundt NICL vokst utover 1990-tallet. Fellesbegrepet på det transnasjonale Hollywood har blitt «runaway productions», og står sentralt i Hollywoods globalkulturelle arbeidsdeling. På tross av at fenomenet «runaway productions» har vært en kilde til bekymring for amerikanske myndigheter siden 1950-tallet, er det først på 1990-tallet at begrepet har begynt å sette seg i kulturpolitisk dagligtale (McDonald 2006:29-30). En klar definisjon på hva «runaway productions» innebærer er imidlertid vanskelig å oppdrive. Ut i fra ordlyden i diverse studier og offentlige dokumenter fra amerikanske myndigheter (jf. ITA 2001, Elmer og Gasher 2005) kan vi enkelt sagt forstå det som at deler av filmproduksjonene flyttes ut av USA, motivert ut fra en blanding mellom kreative og økonomiske incentiver.

De kreative incentivene tar form av eksotiske innspillingssteder, enten i studiokomplekser, for eksempel Barrandov i Tsjekkia, eller for eksempel naturskjønne områder. Et eksempel på sistnevnte kan være innspillingen av *Ringenes Herre*-trilogien på New Zealand. De økonomiske motivene kretser rundt lavere produksjonsutgifter som følge av lavere lønningsutgifter til teknisk personell, eller utsiktene til skattefordeler. Fiji har for eksempel en såkalt «15 % refundable tax offset» for produksjoner som investerer minimum 50 000 fjianske dollar (Freeman et al. 2005:26). Produksjonen kan foregå via spesialbygde studiokomplekser (del)eid av transnasjonale konglomerater, eller tilrettelagte filminnspillingslokasjoner i samarbeid med statlige krefter.

I likhet med finansieringen av Hollywood-produksjonene blir også arbeiderekaren involvert i selve produksjonen også transnasjonalisert. Ser vi på en tabell over hvem som er med på å produsere en film, klarer bildet av hvordan NICL forflytter arbeidsplasser på tvers av landegrensene.

Tabell 5.1. Hvem gjør hva i en standard Hollywood-produksjon?

Above-the-line	Below-the-line	Post-production and miscellaneous
Writer	Production <ul style="list-style-type: none"> - First assistant director - Second assistant director - Second second assistant director - Production accountant - Production coordinator / manager - Production secretary - Office production assistant - Set production assistant - Script supervisor - Assistants to the producer and the director 	Music <ul style="list-style-type: none"> - Composer (music editor) - Music clearance
Executive producer	Art department <ul style="list-style-type: none"> - Production designer - Art director 	Sound <ul style="list-style-type: none"> - Sound (ADR / Foley / Sound EFX / Mix)
Producer	Construction <ul style="list-style-type: none"> - Set construction - Construction foreman - Carpenters and painters - Greensman 	Film / Lab work <ul style="list-style-type: none"> - Title and opticals - Stock shots
Co-producer	Property department <ul style="list-style-type: none"> - Property master - Assistant property master - Rentals - Purchases - Animal handlers / wranglers - Weapons specialist 	Publicity
Line producer	Camera <ul style="list-style-type: none"> - Director of photography - Camera operator - First assistant camera - Second assistant camera - Steadicam operator - Still photographer - Rentals 	Insurance <ul style="list-style-type: none"> - Completion bond - Workman's compensation
Associate producer	Sound <ul style="list-style-type: none"> - Sound mixer - Boom operator - Supplies - Walkie talkies 	Legal
Director	Stage and studio <ul style="list-style-type: none"> - Rental - Labor - Equipment 	
Casting director	Electrical <ul style="list-style-type: none"> - Gaffer - Best boy electrician - Third electrician - Swing electric / grip day players - Generator rental - Rentals (including trucks) - Expendables 	
Talent <ul style="list-style-type: none"> - Stars - Supporting cast 	Grip <ul style="list-style-type: none"> - Key grip - Dolly grip 	

<ul style="list-style-type: none"> - Day players - Stunt players - Extras 	<ul style="list-style-type: none"> - Best boy grip - Third grip - Dolly / cranes - Rentals (including trucks) 	
Travel og living <ul style="list-style-type: none"> - Cast / Crew (Transportation, lodging) 	Wardrobe <ul style="list-style-type: none"> - Costume designer - Key wardrobe coordinator - Assistant wardrobe - Cleaning - Rentals 	
Atmosphere <ul style="list-style-type: none"> - General atmosphere - Teacher / welfare workers - Atmosphere cast 	Makeup and hairdressing <ul style="list-style-type: none"> - Key makeup / hair - Assistant makeup - Assistant hair - Supplies 	
Fringe benefit <ul style="list-style-type: none"> - SAG pension og welfare - LATSE 	Special effects and pyrotechnics <ul style="list-style-type: none"> - Makeup effects - Pyrotechnics 	
	Laboratory and film <ul style="list-style-type: none"> - Negative film stock - Developing negative - Polaroid film - Stills rawstock 	
	Food <ul style="list-style-type: none"> - Caterer / chef - Assistant chef - Craft services - Late meals - Water and ice 	
	Transportation <ul style="list-style-type: none"> - Transportation coordinator - Transportation captain - Drivers - Honeywagon driver - Vehicle rentals - Picture vehicles - Water truck 	
	Location <ul style="list-style-type: none"> - Location manager - Assistant location manager - First aid - Police - Fire safety - Security - Loss and damage - Restorations - Phones and car phones 	
	Editorial <ul style="list-style-type: none"> - Editor - First assistant editor - Apprentice editor - Post production - Supervisor - Film cutting - Purchases 	

Kilde: ITA (2001:11)

En rapport fra International Trade Association (ITA), som ligger under det amerikanske Handelskammeret, forteller at 139 av 308 «Hollywood-filmer» i 1998 ble produsert utenlands. I perioden 1990-98 steg de økonomiske verdiene i denne utflyttingen fra 2 til 10,3 milliarder dollar (ITA 2001:1). Ut i fra arbeidsplassene påkrevd i tabell 5.1, hvorav en varierende andel hyres der virksomheten foregår – i *Hvem var Jason Bourne?* (2002) var andelen 80 prosent (Goldsmith og O'Regan 2005a:130), en prosentandel som også er vanlig i andre filmproduksjoner – kan produksjonene derfor vanskelig karakteriseres som noe annet enn transnasjonale. ITA opplyser for øvrig at ca. 125 000 jobber i USA har gått tapt i forbindelse med «runaway productions» (ITA 2001:1).

Det er viktig å påpeke at dette ikke bare dreier seg om kjøpekraftige Hollywood-konglomerater på jakt etter nye markeder. Dette er en villet utvikling fra flere sider, hos både investor og tilrettelegger, med nasjonale politikeres velsignelse (Goldsmith og O'Regan 2005a:45). I Canada, et av landene som er mest velbesøkt av «runaway productions», har for eksempel to nye studiokomplekser – Ciné Ciné Montréal og Mel's Cité du Cinéma – blitt bygget siden 1999, i stor grad for å stimulere Hollywood-selskapenes investeringsinteresse (Elmer og Gasher 2005b:5). En Hollywood-innspilling kan også bety økte inntekter for servicenæringer (hotell, restauranter, etc.) og turistnæringen generelt,³³ samtidig som investeringene fra selskapene gjerne kanaliseres tilbake inn i nasjonale filmfond (Miller et al. 2005:138).

For å illustrere omfanget av NICLs transnasjonale infrastruktur kan det være fruktbart å se nærmere på utviklingen av studiokomplekser. De kan inneholde alt fra store vanntanker, kopier av 1930-tallets Paris, berømte restauranter og hoteller, til digitale verksteder, lydstudioer og sminkerom. Italienske Cinecittà reklamerer med at «you can walk in with your script and walk out with a completed film».³⁴ En årsak til dette fokuset er at produksjonen av storfiler som assosieres med Hollywood – for eksempel *Collateral Damage* (2002), delvis innspilt i Fox Baja Studios i Rosarito, Mexico, med en gresk-canadier, en østerriker og en italiener i hovedrollene – er filmstudioenes mest hyppigste brukere. En annen årsak er at studiokomplekset illustrerer overgangen fra såkalte «one-off, fly-in»-produksjoner, det vil si engangsprosjekter som løper over et kort

³³ «Filmturister strømmer til Storbritannia», *Dagbladet*, 23. januar, 2007. Årsaken heter Harry Potter.

³⁴ http://www.cinecittastudios.it/public/_cfm/page/page_454.cfm

tidsperspektiv, til mer omfattende investeringer i filmindustriell infrastruktur. Der førstnevnte mer eller mindre opphører etter produksjonens slutt (med unntak av eventuelle turistkapitaliseringsforsøk), er sistnevnte en investering av mer varig art. Partnerskap mellom filmstudioer, finansieringskilder, nasjonale regjeringer og lokale myndigheter, utarbeides med mål om å skape en fast punkt for flere filmproduksjoner. Det kanskje mest omfattende studiokomplekset utenfor USA er italienske Cinecittà, også kalt «Hollywood på Tiber».

Bilde 5.1. Spezialkonstruert scenebygg i Cinecittà



Legg merke til den enorme «bluescreen»-veggen i havnen, som eksempelvis brukes for å skape kunstige solnedganger.

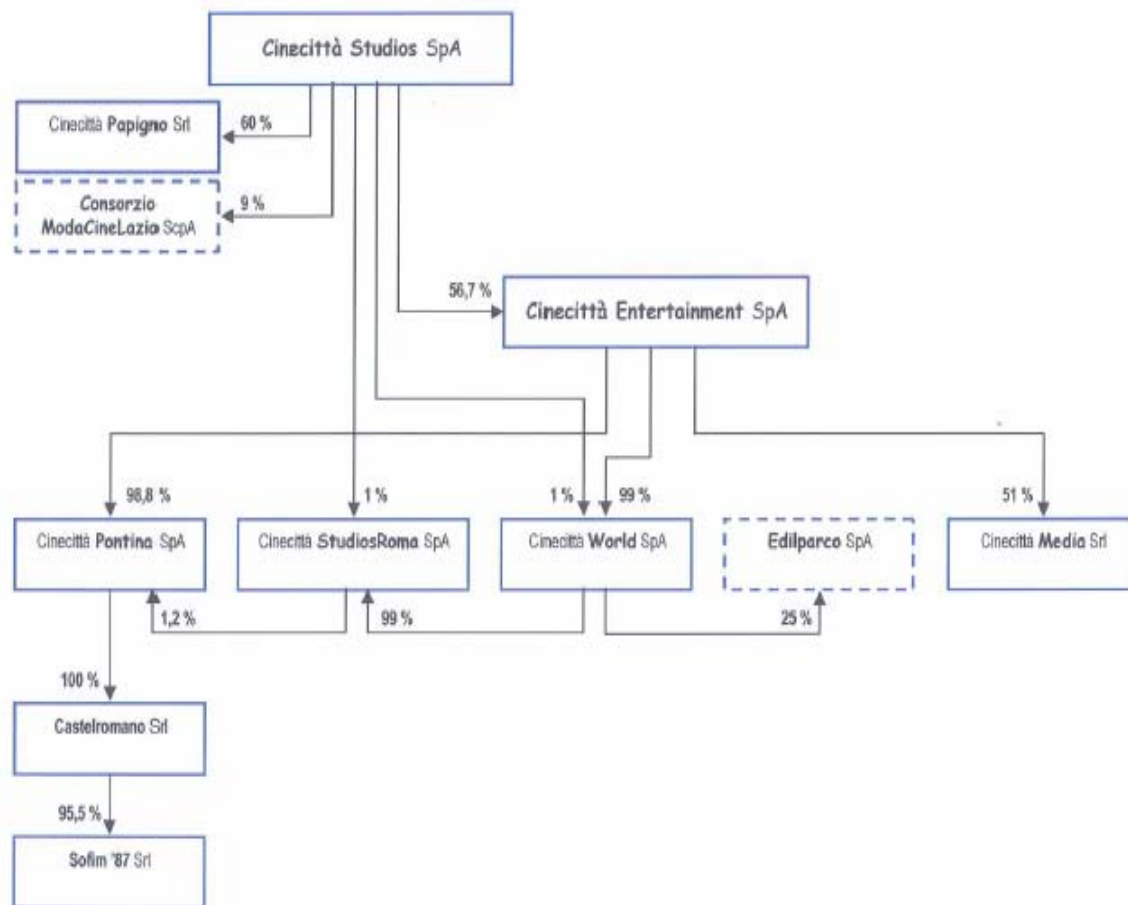
Kilde: <http://www.cinecittastudios.it/public/index.cfm>.

Lokalisert i utkanten av Roma danner Cinecittà et 99 hektar stort område med 22 innspillingsscener (fra 400 til 3000 kvadratmeter store), et ti hektar stort utendørsfilmområde, 280 permanente omkleddingsrom, 40 redigeringsrom, og fast arbeidsplass for mer enn 5000 ansatte. Siden åpningen i 1937 har det blitt spilt inn over

3000 filmer, hvorav 48 har vunnet en Oscar.³⁵ Et knippe «Hollywood-filmer», hvor større eller mindre deler er innspilt her, kan være *Hudson Hawk* (1991), *Gudfaren III* (1993), *Cliffhanger* (1993), *Daylight* (1996), *Den talentfulle Mr. Ripley* (1998), *U-571* (2000), *Gangs of New York* (2002), *Ocean's Twelve* (2004) og *Mission Impossible III* (2005) (Goldsmith og O'Regan 2005a:120). Ikke bare Hollywood-produksjoner, men også franske og spanske filmer har blitt spilt inn her.

Et annet interessant aspekt ved Cinecittà er at Hollywood-selskapene selv ikke har noen eierandeler i studiokomplekset. En oversikt over eierstrukturen kan illustrere dette.

Figur 5.1. Organisasjonskart Cinecittà – 2006



Kilde: http://www.cinecittastudios.it/public/_tpl/visual_lib.cfm?attachId=1234

³⁵ <http://www.cinecittastudios.it/>

Moderselskapet Cinecittà Holding SpA, som er den største aksjonæren i Cinecittà Studios SpA (17,5 prosent), eies blant annet av den italienske stat, filmselskapet Filmauro Srl. (som driftes av Dino de Laurentis' nevø), Vittorio Cecchi Gori (eieren av Italias største film distribusjons- og produksjonsselskap), og banken Efibanca (Goldsmith og O'Regan 2005a:121).

Debatten om «runaway productions» er til tross for sine økonomiske og kulturelle ringvirkninger langt fra enstemmig. Scott (2005:56) er en av de som maner til moderasjon blant de mest høyrøstede varslere om truslene «runaway productions» retter mot amerikansk økonomi, og hevder at de er overdrevet. Til tross for at både jobber og penger flyttes omkring i et transnasjonalt Hollywood, hevder Scott at «det amerikanske Hollywood» på ingen måte er truet av sin egen globalisering. Det økonomiske kraftsenteret forblir i Los Angeles, og viser ingen tegn til å endre tyngdepunkt. Adrian McDonald (2006) er delvis uenig. For ham er den transnasjonale og differensierte arbeidsdelingen som Hollywood-industrien stadig utvikler – med andre ord NICL – en utvikling i vekst. Blant annet henviser han til vanskelighetene med å kvantifisere økonomiske og jobbmessige konsekvenser av «runaway productions» i en amerikansk kontekst. Årsakene er den sammensatte globaliseringen av Hollywood (McDonald 2006), det vil si det som her kalles NICL. Foruten produksjon gjelder dette blant annet markedsføring.

NICL, del II: Markedsføring

Miller et al. (2005:268) skriver at markedsføringsleddet spiller en strategisk portvaksrolle i Hollywood. Bare de med et forhåndsbestemt kommersielt potensial blir helhjertet anbefalt finansieringskildene. Konsekvensen er at Hollywood-industrien investerer nesten dobbelt så mye i markedsføringsaktiviteter sammenliknet med for eksempel musikkindustrien (Miller et al. 2005:261). Ikke nok med det; markedsføring og visning av enkelte filmer kan til sammen medføre større utgifter enn hva filmene koster å

lage (Epstein 2005). Den andre delen av NICL dreier seg altså om salgseffektiviteten til Hollywood-selskapene når det gjelder å skape publikumssuksesser.

Underlaget for det store fokuset på markedsføringsteknikker er Hollywoods særegne risikoøkonomi. Enkelt sagt skyldes det at publikum er kronisk uforutsigbare. Derfor gjelder det å peile seg inn på hvordan få inntektene fra suksessrike storfiler (reservert de færreste) til å overskride kostnadene ved filmflopper (som alltid vil komme). På grunn av storfilmens enorme investeringer – *Titanic*, som er en av historiens dyreste filmer, kostet ifølge International Movie Database (IMDB) 250 millioner dollar å lage³⁶ – handler markedsføring i Hollywood således mye om å måle risikoen for tap og gevinst (De Vany 2004). Hollywood-industriens filmatiske suksess er nødvendigvis ikke bare et resultat av etterspørsel, slik mange hevder (jf. Brown 2004:570), men også av systematisk kalkulasjon.

Prosessen er tredelt. Når noen kjøper en billett til en kinofilm, har Hollywood-industriens markedsføringskrefter allerede definert publikumsmassen (som varierer etter hva slags film det er snakk om) gjennom et standardformular bestående av «positioning», «playability» og «marketability» (Miller et al. 2005:278). Førstnevnte dreier seg kort fortalt om å finne de elementene ved en film som kan kommuniseres til seeren så enkelt som mulig. Det fungerer som «selling points» i en informasjonsspekket mediehverdag og er viktig for blant annet trailermakere. I en global setting varierer disse selgepunktene etter alder, kjønn og temafokus, bare for å nevne noe.

Mens posisjonering handler om å styre meningsinnholdet i en film mot visse deler av seerskarens interesser, er «playability» et spørsmål om hvor tilfredsstilt seerskaren er med posisjoneringen. For å finne svar på dette tyr markedsførerne til tradisjonelle surveys, men med det forbehold at de henvender seg til «people whose outward characteristics match those of an audience they suspect will be predisposed to like the film or its animating logic» (Miller et al. 2005:271). Her er forvisninger og testvisninger viktige indikatorer på hvor markedsføringens neste steg bør legges. Dersom det aktuelle filmprosjektet baserer seg på en velkjent historie, så som *Ringenes Herre*, legges testtrailere og teasere eksempelvis ut på nettsider med forbindelser til historiene bak filmprosjektet for på den måten å skape en *hype*.

³⁶ <http://www.imdb.com/title/tt0120338/trivia>

«Marketability», det vil si markedsføringspotensialet, baserer seg på den kommersielle kapasiteten i totalpakken som filmprosjektet oppsummeres til. Jo større antallet markedsføringsvennlige elementer er – forhistorie, musikk, samtidseffekter (teknologi, biler, mat og drikke), medieomtale etc. – jo bedre markedsføringspotensial (Miller et al. 2005:272). Legger vi til kalkulerbare promoteringsmuligheter gjennom såkalte «brand cameos», det vil si merkevarer (fra hele verden) som betaler seg til en plass i filmen, ser vi hva slags forgreninger Hollywood-industrien har til andre bransjer. Motivene for nøyaktig hvilke merkevarer som plasseres og brukes varierer, men det er ingen tvil om at «kulturøkonomien» (Du Gay og Pryke 2002) – i første rekke produkter som har både en inntektsøkonomisk funksjon og en kulturformende rolle – står sentralt.³⁷

For at Hollywood-selskapene skal lykkes globalt med denne markedsføringstaktikken – i mange tilfeller en nødvendighet for å tjene inn utgiftene – er de avhengig av en global markedsføringsinfrastruktur som gjør jobben for dem. En av de største aktørene heter NielsenNRG. Det er ikke den eneste aktøren i dette markedet, men har eksklusive kontrakter med alle de største Hollywood-selskapene og en markedsandel på nærmere 80 prosent når det gjelder denne type markedsføringsundersøkelser (Miller et al. 2005:284). NielsenNRG har i tillegg en stor indeksdatabase med seerundersøkelser for hver eneste storfilm som har blitt sluppet siden 1982 (Lerner 1999:18).³⁸

Det er i forbindelse med eierskap at det globale NICL viser seg i markedsføringsleddet. NielsenNRG eies av nederlandske The Nielsen Company. I dette nettverket danner NielsenNRG bare ett av 22 markedsføringsselskaper som driftes av VNU Marketing Information Group (MIG) og Media Measurement og Information Group (MMIG) (Miller et al. 2005:290). Foruten NielsenNRG eier The Nielsen Company Nielsen/Net Ratings, som samler data fra over 70 prosent av global internettaktivitet; Nielsen EDI, som samler filmstatistikk fra mer enn 50 000 kinoer; Nielsen ReelResearch, som tester TV-programmer og reklamer; samt Nielsen SoundScan, Nielsen VideoScan, og Nielsen BookScan, som kartlegger salget av lyd- og videoprodukter og bøker. Nielsen Monitor-Plus, en del av Nielsen Media Research, er en ledende aktør innen datasamling

³⁷ <http://www.brandchannel.com> holder tellingen på hvor mange og hvilke merkevarer som finnes i ulike filmer. I *Dukes of Hazzard*, for eksempel, er over 50 ulike merkevarer synlige.

³⁸ At de har makt ble bevist i 1987. Publikums reaksjoner på forvisninger av *Farlig begjær* påvirket Warner Bros. i den grad at filmens slutt ble radikalt endret (Miller et al. 2005:285).

for reklameavdelingene til atten amerikanske mediebedrifter. Til sammen har The Nielsen Company operasjonell drift i over hundre land og mer enn 38 000 ansatte.³⁹

Denne bedriften drar mange fordeler av sin nettverksorganisering. I 2000 etablerte The Nielsen Company en strategisk allianse med amerikanske Equifax. Equifax er et kredittrapporteringselskap som samler personlig informasjon om gjeld, inntekt og kjøpekraft på de europeiske og amerikanske kontinenter (Miller et al. 2005:292). Dermed blir The Nielsen Company gitt tilgang til en i markedsføringsøyemed verdifull database, siden den inneholder opplysninger om forbrukeres livsstil. The Nielsen Company eier dessuten Hollywood-magasiner som *Hollywood Reporter*, *Brandweek* og *Billboard*, hvor VideoScan ifølge Miller et al. (2005:293) er den ledende informasjonskilden. Videre eier VNU 96 prosent av ORG-MARG, Indias ledende markedsføringselskap, som fusjonerte med ACNielsen India i 2002 (Miller et al. 2005:290). Til tross for denne transnasjonaliteten, påpeker Miller et al. (2005:293-294) at USA er det viktigste markedet for slike undersøkelser. På grunn av USAs kjøpesterke hjemmemarked, er det kinogjengere herfra som blir mest involvert i markedsføringstaktikken. I hovedsak er det de som blir, med hjelp fra europeiske selskaper, testkaniner på Hollywood-industriens filmatiske veivalg.

NICL, del III: Distribusjon og visning

Det tredje elementet i NICL er Hollywood-industriens evne til å få en film «to a theatre near you», nærmere bestemt delene av nettverket som omhandler distribusjon og visning. Hollywood-produksjonenes popularitet dreier seg i denne delen av NICL ikke bare om etterspørsel, men om tilgjengelighet (jf. Aksoy og Robins 1992:15). Alle store Hollywood-selskaper og konglomerater kontrollerer eller har samarbeidsavtaler med ulike distributører i forskjellige land. United International Pictures (UIP), for eksempel, er sameid av Universal og Paramount, er basert i London, og har et nettverk av

³⁹

<http://www.nielsenmedia.com/nc/portal/site/Public/menuitem.d7deb7344c5a8ffe818e6c1047a062a0/?vgnextoid=10097f5e82854010VgnVCM100000880a260aRCRD>

lisensieringsavtaler og avdelingskontorer i til sammen 127 land – også i Norge.⁴⁰ For Norges del var de fem mest aktive distributørene i 2005 som følger:

Tabell 5.2. Filmdistributører i Norge rangert etter størrelse, 2005

Selskap	Titler totalt	Norske titler	Utenlandske titler
Columbia-Tristar Nordisk Film Distributors (CTN)	41	4	37
SF Norge AS	31	3	28
United International Pictures AS (UIP)	25	1	24
Sandrew Metronome Norge	23	3	20
Oro Film AS	21	3	18

Kilde: Medietilsynet (<http://medienorge.uib.no/>)

Transnasjonaliteten er gjennomgående. Øverst på listen finner vi Columbia TriStar Nordisk Film Distributors AS (CTN), som i 2005 ble eiet 50 prosent av det danske medieselskapet Egmont og 50 prosent av filmselskapet Columbia TriStar, som igjen eies av japanske Sony Entertainment (Berge 2006).⁴¹ Nestepart på listen, SF Norge AS, er en del av den svenske Bonnier Media Gruppen, Skandinavias ledende mediekonglomerat. SF Norge er for øvrig Norges største filmdistributør og bedriver salg av kjøpe- og leiefilm til filmforhandlere, samt distribusjon av film til norske kinoer. 1. januar 2000 inngikk SF og Twentieth Century Fox en samarbeidsavtale. Det blir distribuert film fra egen produksjon, fra Twentieth Century Fox samt MGM, men også via distribusjonsavtaler med andre utenlandske storleverandører. Blant disse finner vi New Line, Revolution Studios og Spyglass, samt selvstendige produksjonsselskaper.⁴²

Dette transnasjonale nettverket innebærer at Hollywood-selskapene blant annet er i stand til å synkronisere en slippstrategi for å unngå piratkopiering. Eksempelvis ble den tredje *Matrix*-filmen sluppet i 60 land likt på minuttet (Miller et al. 2005:305-306). En annen fordel er at de oppnår, om ikke kontroll, så i alle fall sterke incentiver over visningstiden. I Hellas kan en film teoretisk sett bli gående på kino i fem år, men Disney

⁴⁰ <http://www.uip.com/>

⁴¹ Sony byttet i 2007 distributør (til Buena Vista), og det er i skrivende stund uklart hva som skjer med CTN.

⁴² <http://www.filmweb.no/sfnorge/om/>

insisterer på maksimum ett år. Årsaken er at DVD-utleie tar over inntektsgenereringen rundt den tid og i realiteten borger for en films generelle evne til inntjening av utgiftene (Kaitatzi-Whitlock og Terzis 2002, McDonald 2006). Dessuten er det hensiktsmessig fra et markedsførings synspunkt. Gjennom å koordinere distribusjonens geografiske spredning og antall kopier av filmen, kan filmens stjerner legge sine markedsføringsbidrag i form av TV-intervjuer og premiefester dit filmen forventes å tjene best.

Kontrollen over distribusjons- og visningsleddet praktiseres på mange vis. En strategi er å gå veien om kabel-TV. I Europa heter TV-dominanten Canal Plus. Som Europas største betalingskanal viser den 400 filmer i året, hvorav rundt 300 er premierer. Til tross for at franske myndigheter – som er deleier i Canal Plus sammen med blant andre Vivendi – forsøker å dempe Hollywoods fremmarsj, tillater de Canal Plus å kjøpe seg inn i investeringsselskapet Carolco og dermed bidra til finansieringen av filmer som *Basic Instinct* (1992). Til gjengjeld får Canal Plus lukrative lisensieringsavtaler. I 2000 signerte for øvrig Canal Plus en avtale med amerikanske Artist Management Group verdt 900 millioner dollar, til bruk for investeringer i femten filmer over tre år (Miller et al. 2005:198-204).

En annen strategi er å bidra økonomisk til nye kinoanlegg, såkalte «multiplexes» med 6-12 kinosaler. Ofte lokalisert i eller nær kjøpesentre lokker de kinogjengere med rene, trygge og nye kinobygg. Sony er den dominerende selskapsaktøren i USA; blant annet eier selskapet Loew's Cineplex, en av USAs største kinokjeder, som består av 264 kinoanlegg og 2323 kinosaler (Scott 2005:141). Utenfor USA er strategien tydelig i land med en voksende middelklasse i «vestlig» forstand, eksempelvis India og Kina. I 1995 dannet United Artists og det indiske underholdningskonglomeratet Modi Group en samarbeidsavtale om byggingen av 23 kinoanlegg, rettet mot 23 indiske byer med mer enn en million innbyggere (Murphy 1995).

For Kinas del har utviklingen analogier til India. I 1994 opphevet kinesiske myndigheter, under press fra både Hollywood-lobbyister og eget ønske om inntreden i WTO, den selektive og tilfeldige importen av utenlandske filmer. Fra nå kunne det offisielt importeres ti utenlandske filmer årlig. I 1995 var flere av disse Hollywood-produksjoner, blant annet *The Fugitive*, produsert av Warner Bros. (Miller et al.

2005:320). Dette ga startskuddet for et mildere kulturindustrielt samarbeidsklima mellom Hollywood og Kina. For at USA skulle sikre Kinas inntreden i WTO, måtte kineserne tillate en større andel importerte filmer og utenlandske investeringer, samtidig som kampen mot piratkopiering måtte gis et løft (Yong 2006).

Likevel ga ikke Kina slipp på distribusjonskontrollen. Derfor førte dette til et kompromiss der China Film, frem til 2003 en monopolorganisasjon som kontrollerte alt som hadde med kinesisk film å gjøre, og Hollywood-distributørene delte overskuddet, men hvor China Films andel var mellom 80 og 90 prosent (Miller et al. 2005:321). Siden Kina fastholder sin jernkontroll over distribusjonsleddet, rettet Hollywood-selskapene øynene mot visningsleddet. Hovedårsaken er det store potensialet som ligger blant kinesiske kinogjengere. Forholdet mellom kinogjenger og kinosal er 1:122 000, i motsetning til USA, hvor forholdet er 1:8600 (Miller et al. 2005:323). I 1999 oppløste Kina forbudet mot utenlandsk investeringer i kinesisk film, og førte til at Warner Bros. International Theaters (WBIT) tok initiativet til en samarbeidsplan med kinesiske Shanghai Paradise. Sistnevnte eier en av Kinas største kinokjeder med 57 kinoer og åpnet dessuten et mye omtalt multiplex i Shanghai i 2002. I 2004 inngikk WBIT en lisensieringsavtale med bygge- og eiendomsfirmaet Dalian Wanda Group om å bygge 30 kinosaler i forbindelse med oppføringen av kjøpesentre rundt omkring i Kina fra 2006 (Miller et al. 2005:324).

Hollywood-selskapenes ønske om tilgang til det kinesiske markedet har også en annen årsak, nemlig å komme den utbredte piratkopieringen til livs. I nasjonale termer er Kina, sammen med Russland og Thailand, Hollywood-selskapenes hovedmotstandere, selv om storparten av piratkopieringsvirksomheten foregår via internett (Miller et al. 2005:246-251, McDonald 2006:18). Tar man hensyn til Kinas publikumspotensial, anslås det at 90 prosent av mulige inntekter tapes i form av piratvirksomhet (McDonald 2006:18). Dermed bringer dette inn debatten om immateriell rettighetskamp.

NICL, del IV: Immaterielle rettigheter

Hollywood-debatten om immaterielle rettigheter dreier seg i første rekke om copyrightlovgivning (Miller et al. 2005:216-217). Premisset for en slik lovgivning er ifølge Miller et al. (2005:225) at folk i underholdningsindustrien trenger spesialdesignede rettigheter for å kunne tjene penger på sin kreativitet – ikke minst siden digitaliseringen av film og internett har muliggjort billig massekopiering. Immateriellrett fungerer derfor som en juridisk beskyttelse for de som investerer i ideen som leder til det kreative uttrykket. Dersom andre enn opphavspersonene eller de med den juridiske kontrollen over det kreative uttrykket skal benytte seg av det i kommersielt øyemed, skal denne bruken foregå gjennom lisensiering eller andre former for økonomisk kompensasjon.

Hovedaktørene i denne diskusjonen oppgis som regel å være stater, først og fremst fordi det er et statlig ansvar å påse at lovene om immateriellrett følges. Shujen Wang (2003) argumenterer på sin side for at statlige innfallsvinkler alene er lite fruktbare. At det ifølge Wang (2003:32) ikke finnes noen inter-nasjonale lover *per se* – bare veiledende avtaler – forenkler heller ikke saken. I stedet hevder han at copyrightdebatten må rekontekstualiseres. På bakgrunn av diskusjonen rundt blant annet GATT-avtalen (se kapittel 3) skriver Wang at

These transnational and national legal developments are inextricably linked. They epitomize not only the centrality of knowledge and IP in global trade but also reveal complex issues that require critical examination and contextualization, including questions of control, power, and access in a digital age; the intricate relations among technology, content, and distribution, the implications of optical disc and online piracy for Hollywood's global operations; the significant role the MPAA plays in American as well as global trade policy making; the dynamic relations between the state and transnational regimes; and the changing roles of the state in a global environment (Wang 2003:20).

For å forklare Hollywoods dominans kan det derfor være fruktbart å nærme på blandingsforholdet mellom statlige og sivile nettverk, slik Wang foreslår. Blant sentrale aktører ligger mediefokuset ofte på WTO og GATS-avtalen, samt World Intellectual Property Organisation (WIPO). Denne underorganisasjonen av FN ble dannet i 1967 og har 40 år senere 184 nasjonalstater som medlemmer. Michael Ryan (1998:125) omtaler

WIPO som «the international government organization most central to the international intellectual property regime».

Men selv om WIPO er sammensatt av nasjonalstater, suppleres nasjonalstatenes medlemskap med Hollywood-industriens ikke-statlige lobbyvirksomhet. For USAs del er dette tydelig gjennom Motion Picture Association of America (MPAA), hvor Jack Valenti (1921-2007) frem til 2004 hadde sittet 38 år som styreformann. På et møte i 1993 mellom daværende president Bill Clinton, Valenti selv og seksten andre Hollywood-aktører, ble det for eksempel utstedt et amerikansksignert dokument hvor det ble hevdet at audiovisuelle tjenester må inkluderes i enhver GATT-avtale (Grantham 2000:125). Valentis innflytelse, blant andre ting, gjorde dessuten sitt til at Digital Millennium Copyright Act ble implementert i USA i 1998, i kjølvannet av WIPOs Copyright Treaty fra 1996 (jf. Grantham 2000).

Enda tydeligere gjøres Hollywoods transnasjonale arkitektur av Motion Picture Association of America (MPAA), som Wang trekker frem, og i særdeleshet Motion Picture Association Export of America, som i 1994 skiftet navn til Motion Picture Association (MPA). Selv om organisasjonen er den samme, bestående av representanter for de syv største Hollywood-selskapene (hvilket i praksis vil si en rekke transnasjonale interesser), forsvant «Amerika» fra sistnevntes organisasjonsnavn. Årsaken, slik MPA selv forklarer det på sin hjemmeside, er «to more accurately reflect the global nature of audiovisual entertainment in today's international marketplace».⁴³ MPA er for øvrig mer av en økonomisk lobbyorganisasjon enn en forsvarer for kulturelle rettigheter. Selv skriver MPA at de «cover a wide range of foreign activities falling in the diplomatic, economic, and political arenas».⁴⁴ Ordet «kultur» nevnes ikke i presentasjonsteksten.

På MPAs hjemmesider finnes en egen avdeling for internasjonalt samarbeid. De har avdelinger og samarbeidsavtaler oppdelt etter regioner; Latin-Amerika, Europa, Midtøsten og Afrika, Asia, og Canada. Miller et al. (2005:236) gjør oppmerksom på at dette ikke fjerner amerikanske myndigheters interesse i MPA, som for øvrig selv omtaler seg som «the little state department» (noe som kan forklares med at USA ikke har noe eget kulturdepartement), men at disse interessene kanaliseres gjennom andre mottiltak

⁴³ <http://www.mpa.org/AboutUs.asp>

⁴⁴ <http://www.mpa.org/AboutUs.asp>

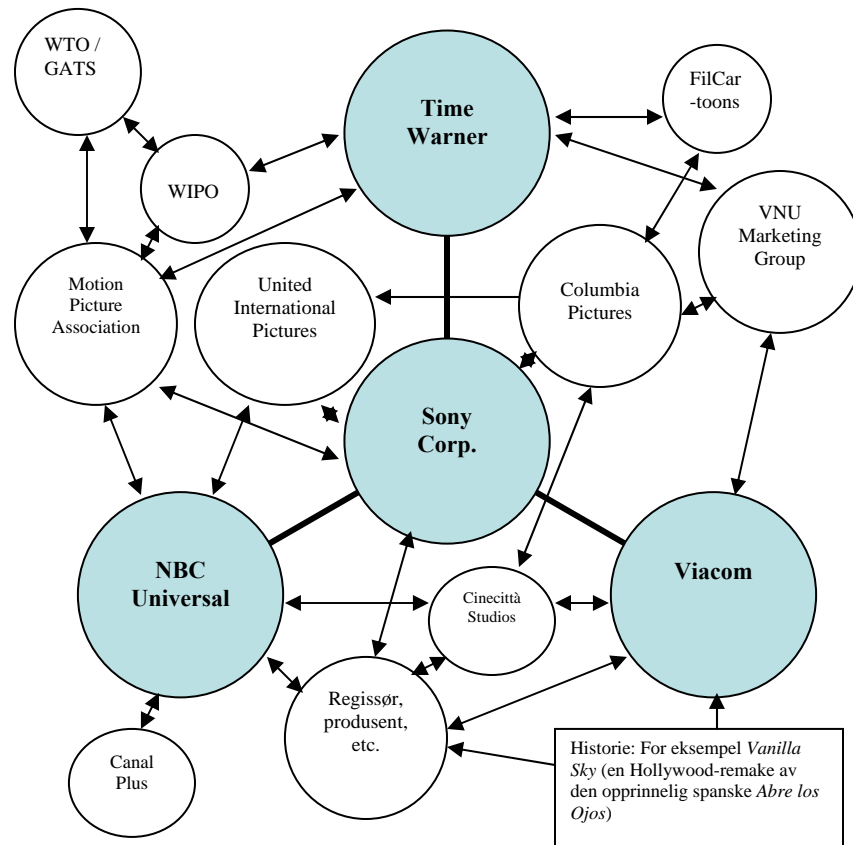
mot copyrightforbrytelser enn tidligere. Piratkopiering og fildeling over internett, for eksempel via Pirate Bay, er den mest fremtredende årsaken til skiftet fra amerikansk alenegang til transnasjonale strategier. Malaysiske myndigheter, med støtte fra MPA, foretok i 2004 nær 5000 raid mot piratvirksomhet og beslagla mer enn 2,8 millioner ulovlig brente CD- og DVD-r.⁴⁵

Kosmopolitisk Hollywood?

I dette kapittelet har vi sett eksempler på at NICL, det vil si et representativt utvalg av Hollywoods «globale forbindelser» (jf. Burawoy 2000b), er gjennomgående transnasjonale. NICL kan sammenfattes som et medieindustrielt nettverk hvor arbeidsdelingen kontrolleres av knutepunkter, eller «edderkopper» (eksempelvis Sony), og driftes av spesialiserte tjenesteytingssatellitter (eksempelvis animatørene i filippinske FilCartoons). Mens noen sider ved denne arbeidsdelingen er av mer fast karakter, for eksempel en permanent infrastruktur av typen filmstudioer, er andre del av engangsproduksjoner (Miller et al. 2005:113, se også Piore og Sabel 1984, De Vany 2004). Jeg har laget en skisse som kan hjelpe til med å visualisere nettverkets materielle infrastruktur:

⁴⁵ http://www.mpa.org/inter_asia.asp

Figur 5.2. Enkel skisse over Hollywood-nettverket: Knutepunkter og satellitter



Fra denne figuren ser vi at en sosiologi som baserer seg på metodologisk nasjonalisme vil gå glipp av en stor del av Hollywoods virksomhet. Martine Danan (1995:131) er imidlertid bare en av mange som minner oss på at Hollywoods materielle infrastruktur, her systematisert gjennom teorien om NICL, i seg selv er en «scientific oversimplification that does not fully account for the unpredictability of the cultural reactions that can make or break a film shown in another country». Sosiologiske analyser orientert mot politisk økonomi vil derfor være utilstrekkelige dersom de ikke suppleres

med kulturelle forklaringer på Hollywoods popularitet. Kultursosiologiske innfallsvinkler, eller den delen jeg tidligere har kalt *vinger*, er dermed temaet for neste kapittel.

6. Vinger

*Je ne vis pas en Amérique, je vis à Hollywood.*⁴⁶

- Francis Veber

Introduksjon

Hollywoods materielle infrastruktur, som jeg kort redegjorde for i forrige kapittel gjennom å bruke dets globalkulturelle arbeidsdeling (NICL) som rammeverk, utgjør i beste fall halve forklaringen på Hollywoods globale kinodominans. Grunnen til at NICL ikke forklarer Hollywoods popularitet fullt ut er i mine øyne at teorien ikke viser hvorfor noen storfilmer flopper mens andre blir suksesser. Fra et rent NICL-ståsted skal eksempelvis alle filmer med samme produksjonsbudsjett og markedsføringsapparat kunne bli like vellykkede. Relevante spørsmål i denne sammenheng er hvorfor de ikke blir det, og hvorfor noen filmer blir en global suksess.

Det er med andre ord rimelig å anta at mange kinogjengere ser Hollywood-filmer av årsaker som ligger utenfor NICLs rekkevidde. Den globale populariteten må skyldes kulturelle faktorer – det vil si den delen jeg kaller *vinger* – som går på tvers av det metodologisk nasjonalistiske utsynet hvor kulturer antas å ha faste forbindelser til nasjonalstatens territorium (jf. kapittel 2-3). Derfor skal jeg først se nærmere på noen kultursosiologiske forklaringer på hvorfor nettopp kino ble en attraktiv fritidssysse. Deretter skal jeg ta utgangspunkt i Olsons (1999) teori om «narrative transparency» for å belyse noen av de kulturelle årsakene til enkelte filmers transnasjonale popularitet. Til slutt tar jeg opp Tyler Cowens (2004:93) undring over hvorvidt globaliseringen av Hollywood simpelthen har skapt en egen, kosmopolitisk filmkultur.

⁴⁶ Jeg bor ikke i USA, jeg bor i Hollywood.

Kinogåingens sosiologi

Hollywood hadde neppe vært hva det er i dag dersom ikke kino hadde blitt en utbredt fritidssyssele for et befolkningsmessig hurtigvoksende USA tidlig på 1900-tallet. Samtidig som lønningene økte og antall arbeidstimer per uke sank, ble kinosalene for mange amerikanere, især immigranter og folk fra arbeiderklassen, en tiltrengt møteplass. En stor del av befolkningen ble av forskjellige grunner utelukket fra eksisterende fritidsaktiviteter som fornøyelsesparker, klubber eller idretter. Med fremveksten av kinosaler, som dessuten var langt mer demografisk spredd enn for eksempel fornøyelsesparker, tilkom et nytt fritidstilbud som nær sagt alle kunne ta del i. Språket var heller ikke noe problem, siden de tidligste filmene var stumfilmer (Butsch 2000, Waller 2002).

Kvinner tok dessuten til seg kinosalene som ett av få datingsteder foreldrene tillot og dominerte i perioder publikumsmassen (Maltby 1999:54-55). Siden salene var alkoholfrie var de også en mulighet til en ny type familieutflykt. I Robert og Helen Lynds klassiske studie *Middletown* fra slutten av 1920-tallet forteller en bareier eksempelvis at «The movies killed the saloon. They cut our business in half overnight», samtidig som det opplyses at ektemenn i liberale deler av byen ukentlig ble hjemme og passet barna mens kvinnene gikk på kino (Lynd og Lynd 1959:265). Dette var ikke noe særegent for USA. I Kristiania i 1914 var det et årlig kinobesøk på 1,8 millioner voksne, derav en million kvinner, og 800 000 barn fordelt på 26 kinoer (Evensmo 1967:53).

Da kinosalene ble differensiert etter billettpris, standard og beliggenhet, samtidig som filmproduksjonen fikk lyd, ble kinogjengeri utvidet til å bli en middelklassebegivenhet (Butsch 2000). Dette fikk konsekvenser for innholdet i filmene. Steven J. Ross (2002:64) skriver for eksempel at der den progressive æraens kinofilmer fokuserte på immigranternes og arbeiderklassens problemer, begynte filmskaperne utover på 1920-tallet å spre oppmerksomheten også mot den raskt voksende og uensartede middelklassen. De sosialrealistiske filmene med klasseproblematikken i fokus ble supplert med eskapistiske fantasier om rikdom og seksuelle eskapader, kjærlighetsdramaer og glamour (Ross 2002:77). Individualismens frigjøringspotensial ble fremhevet på bekostning av kollektiv klassekamp (Ross 2002:81). Med denne relativt sett

kjøpesterke billettgjøpergruppens innmarsj vokste amerikanske kinoinntekter fra 301 til 720 millioner dollar mellom 1921 til 1929 (Ross 2002:69).

Bilde 6.1. Parkteatret kino



Porten til drømmenes verden lyser i Oslo.

Kilde: <http://www.byarkivet.oslo.kommune.no>. Fotograf og årstall ikke oppgitt.

Utviklingen i hva filmene formidlet har paralleller til Norge. Norske arbeidsfolk, som verken utvandret til Amerika eller så for seg en karriere i velgestaltede yrker, trengte også å drømme seg bort, og her var et medium som kunne gi dem det. Sigurd Evensmo (1967:35) skriver i standardverket *Det store tivoli* at den «begynnende folkevandringen mot kinoene varslet av filmen, så primitiv den enn var, kom dette behovet i møte ved å gi folk illusjonen av å bli flyttet inn i et annet liv, fylt av spenning, romantikk og alskens fornøyelige opplevelser».

Bilde 6.2. Parkteatret kino i Oslo



Klar for eventyr på bakre rad.

Kilde: <http://www.byarkivet.oslo.kommune.no>. Fotograf og årstall ikke oppgitt.

Mye av forklaringen på kinoens popularitet i USA kan tilskrives innovasjonsevnene til en rekke jødiske immigranter. På den ene siden ble kinoen som filmvisningssted reorganisert. Abraham Balaban og Sam Katz, begge sønner av russiske immigrantjøder, gjorde begrepet «kinokjede» til virkelighet. De så for seg lokalisering av kinosaler i fremadstormende boområder, med en standard som tilfredsstilte de aller fleste (inkludert luftkondisjonering), designet med inspirasjon fra hele verden (tiltrakk seg immigranter), og med en service og pris som gikk i demokratisk retning. I motsetning til opera, der billettene kostet ulikt, satset Balaban og Katz på lave enhetspriser, at alle skulle gå inn samme inngang, og at en rik person (i teorien) skulle kunne sitte ved siden av en fattig siden setene ikke var reserverbare. Selv om ikke alle visjonene ble oppfylt – fargede var fremdeles et sjeldent syn, eventuelt henvist til egne sitteavdelinger – skulle dette vise seg å være en formel for suksess (Ross 2002:70-73).

På den andre siden grunnla jøder flere av de mest kjente Hollywood-selskapene: Carl Laemmle kom fra Tyskland og skapte Universal Pictures; Adolph Zucker kom fra

Ungarn og skapte Paramount Pictures; Willam Fox var ungarer og grunnla Fox Film Corporation; Louis B. Mayer var russer og skapte Metro-Goldwyn-Mayer sammen med polske Samuel Goldwyn. Polsk var også Benjamin Warner, som grunnla Warner Bros. i 1923. Russiskfødte Joseph Schenk var administrerende direktør i selskapet som eide og kontrollerte MGM, mens broren Nicholas var administrerende direktør i United Artists og grunnla 20th Century, som senere skulle slå seg sammen med Fox (Bromark og Herbjørnsrud 2005b:124). En forklaring på denne overrepresentasjonen er at de kom fra samme sosioøkonomiske lag som kjernegruppen av tidlige kinogjengere, nemlig arbeiderklassen og immigranter (Evensmo 1967:27, Gabler 1988:5). Neal Gabler skriver videre i *An Empire of Their Own: How the Jews Invented Hollywood* at «By making a 'shadow' America, one which idealized every old glorifying bromide about the country, the Hollywood Jews created a powerful cluster of images and ideas – so powerful that, in a sense, they colonized the American imagination» (Gabler 1988:7).

Refleksjonene til Mehdi Semati og Patty Sotirin (1999) er interessante i sammenheng med dette. De spør om immigrantbefolkningens tidlige forbindelser til Hollywood var med på å naturalisere transnasjonalitet i mytologien om det amerikanske. Etter mitt syn bidro de, om ikke annet, i alle fall til at «det amerikanske i Hollywood» var transnasjonalt orientert fra begynnelsen av. Til tross for at mediemoguler som Dino de Laurentis på 1970-tallet for alvor restrukturerte Hollywoods finansieringsordninger i transnasjonal retning (se forrige kapittel), støtter jeg meg til Geoffrey Nowell-Smith (1985) som argumenterer for at Hollywood aldri har vært begrenset av sine amerikanske seere. Det tidlige kinopublikummet «was full of emigres» og Hollywood «happily hegemonised the world by setting the action of many films in other countries and cultures» (Nowell-Smith 1985:154). Transnasjonalitet har vært et langvarig paradigme for Hollywood, både kulturelt og økonomisk, fordi publikum gjennom historien alltid har vært «svært kosmopolitisk» (Nowell-Smith 1985:154).

Glemmes må heller ikke at Hollywoods transnasjonale orientering var en bevisst, om enn spredt utført taktikk. Både Sidney Kent i Paramount Pictures og Will Hays, administrerende direktør i forgjengerorganisasjonen til Motion Pictures Association of America, forsøkte de å internasjonalisere Hollywood for å øke Hollywoods konkurransekraft på det voksende kinomarkedet. De ønsket å utnytte talentene som

immigrantene brakte med seg, enten de var forfattere, skuespillere, regissører eller teknikere, samtidig som historiene som ble fortalt ikke måtte støte folk i opphavslandene (Kent 1927:225-226, Hays 1927:50). For å unngå dette ble immigranter konsultert underveis i produksjonene (Miller et al. 2005:67).

Etter andre verdenskrig ble kino som fritidsaktivitet utvidet. På den ene siden fremsto familien mer og mer som kinofilmens kjernegruppe, godt hjulpet av det fremvoksende TV-mediet som også satset hardt på familievennlige programmer og serier. Verden var fri fra nazismens åk, og USA la ned en grandios innsats – blant annet gjennom The Immigration and Nationality Act fra 1965, som på ny liberaliserte immigrasjonspolitikken – på å spre visjonene om amerikansk kultur som demokratisk, familievennlig, mangfoldig og frigjort i motsetning til den undertrykkende kommunismen (Bean og Stevens 2003). På den andre siden, og i mine øyne viktigere for globaliseringen av Hollywood, stod filmenes fokus på bilen, rock'n roll og ungdomshelter, som bidro til at kinofilmens popularitet ble en transnasjonal populærkulturell klase med ettertraktede verdier. På kino ble disse koblingene tydelige gjennom for eksempel *A Streetcar named Desire* med Marlon Brando fra 1951 og *Rotløs ungdom* med James Dean fra 1955.

I denne perioden ble fremfor alt *tenåringen* en sentral målgruppe for popkulturens pådrivere i den voksende medie- og underholdningsindustrien. Drive-in-kinoen fikk gjennomslag i amerikansk populærkultur. Økt kjøpekraft blant unge og flere med høyere utdanning var med på å styrke kinoens stilling som barometer for populærkulturelle trender (Tropiano 2005, Shary 2006). Denne utviklingen var imidlertid ikke begrenset til det amerikanske samfunnet. I Norge kan vi se lignende eksempler på det gjennom bygdekinoens historie. Kinogåingens sosiologi var slett ikke noe amerikansk fenomen, men noe som utviklet seg lokalt, sammen med ekspansjonen av Hollywood.

Da Marlon Brando kom til Eggesbønes

I årene etter andre verdenskrig var det et politisk mål å gjenreise og skape et selvstendig Norge. Heri lå også kulturelle motiver, og kulturpolitikken var en viktig del av det velferdsprogrammet som ble utformet i tiåret etter krigen (Vaagan et al. 2000:20). Som et

ledd i gjenreisningstidens folkeopplysningsprosjekt, sammen med andre omreisende kulturtiltak som Rikskonsertene, ble Norsk bygdekino – heretter bygdekinoen – organisert på samme måte som riksdekkende turneer. De foregikk med biler innkjøpte på statens regning og med innleide båter inkludert besetning for å trafikkere øyer og veiløse småsamfunn, fra Kristiansund til Bodø (Vaagan et al. 2000:16).

Bilde 6.3. Bygdekinoen på vei



Kilde: Norsk filminstitutt – Dokumentasjonsarkivet

Bygdekinoen ble derfor et samlingspunkt for spesielt ungdom etter andre verdenskrig. Lene Løken, administrerende direktør i Film og Kino, skriver at det ikke var filmene som var det viktigste med bygdekinoen: «Det du husker, det som var med på å forme deg som menneske, er omstendighetene rundt den filmen du så på din lokale kino. Vennene som var der, lokalet, veien du gikk, samfunnet du hørte til i. Dette ble en del av din identitet» (Løken 2000:8). Med bygdekinoen ble film en sentral kulturspreder for hele Norge, ikke bare i urbane strøk.

Bilde 6.4. Filmer om andre verdenskrig trakk folk til bygdekinoene



Filmen som vises på lerretet er *Broen over Kwai* fra 1959. Sigurd Evensmo (1967:36) beskriver det godt når han hevder at kinoene hadde opplevelser å gi folk som de var alene om. Legg dessuten merke til den obligatoriske vedovnen i hjørnet.

Kilde: Norsk filminstitutt – Dokumentasjonsarkivet. Årstall og sted er ukjent.

Populariteten generelt var overveldende. I 1960, i forbindelse med tiårsjubileet til bygdekinoen, hadde 11 millioner tilskuere benyttet seg av den siden starten. Bilene kjørte på sine 36 ruter årlig 20 ganger rundt jorda og til sammen ble vel 900 steder besøkt (Vaagan et al. 2000:57). På 1950-tallet var det jevnt over svenske og norske filmer som gikk best (Vaagan et al. 2000:56), men det er usikkert om dette var på grunn av nasjonalitet eller fordi de tok for seg emner som folk kjente seg igjen i. Et konkret eksempel er *Trost i taklampa* (1955). Basert på Alf Prøysens teaterstykke med samme navn handlet filmen om «flukten fra landsbygda», noe mange bygdeboere kunne identifisere seg med. Teknologiseringen av landbruket førte til at tidligere yrker som tjenestejenter og gardskarer forsvant.

Filmen ble imidlertid tolket fra flere vinkler. Der bondeorganet *Nationen* trakk frem bygdekinoen som et tiltak for å få folk til å bli i bygda, lar Prøysen hovedpersonen i *Trost i taklampa*, Gunvor Smikkstugun, ta et oppgjør med selvgode bønder som ikke har

noe til overs for ungdommer som reiser til byen for å skape seg et nytt liv (Vaagan et al. 2000:56). Enda sterkere identifikasjon følte mange med filmer som handlet om krigen. *Ni liv* (1957), som tok for seg Jan Baalsrud hasardiøse flukt fra tyskerne, ble tiårets filmsuksess. Spesielt i Nord-Norge vakte filmen appell, siden det var i Lyngen-traktene dramaet hadde foregått. Bare på forestillingene i indre Troms kom det tolv tusen mennesker (Vaagan et al. 2000:57). Kinofilmens voksende popularitet var med andre ord ikke bare et resultat av Hollywoods inntreden i norsk kulturliv.

I årene som fulgte gikk det imidlertid nedover med bygdekinoene. Konkurransen fra TV, oppheving av bilrasjoneringen og omregulering av Norsk bygdekinos virksomhet til Statens Filmsentral (hvilket angivelig skar ned på tilbudet), var tre beslektede årsaker til dalende popularitet. Underveis ble også selve kinotilbudet anklaget for å vris i en altfor underholdningsvennlig retning, iblandet en overdose umoral som ifølge historikere ble for mye for enkelte bygdefolk – blant annet den erotiske *Siste tango i Paris* (1972) med Marlon Brando og Maria Schneider. Angivelig identifiserte ikke bygdefolk seg lenger med innholdet i nye filmer, eventuelt så hadde de erfart byenes teknologisk mer avanserte kinosaler og så derfor bygdekinoens enkle standard som bortkastede penger.⁴⁷

I begynnelsen av 1980-tallet gikk besøkstallet ytterligere ned – mellom 1981 og 1982 med om lag 80 000 – først og fremst på grunn av videomaskinen (Vaagan et al. 2000:71). Færre spillesteder og mangfoldig konkurranse om fritiden til tross, bygdekinoen fikk sporadiske oppturer på 1990-tallet. En av suksessene var svenske *Fucking Åmål* (1998), ikke minst fordi bygdekinoens daværende kjernepublikum – ungdom i alderen 10-18 år (før de fikk førerkort og kunne kjøre til en større kino) – kunne identifisere seg med filmens handling om to lesbiske jenters trøblete ungdomstid i en svensk bygdekrok. Forklaringen på andre suksesser, så som Hollywood-produksjonene *Fryktens sommer I* og *II*, var på sett og vis den samme: At de var skrekkfilmer eller produsert i Hollywood spilte tydeligvis mindre rolle; det viktigste var at hovedrolleinnehaverne var ungdommer (Vaagan et al. 2000:83).

⁴⁷ Personlig husker jeg at kinosalen på Gran på Hadeland, lokalisert i et samfunnshus med ukomfortable plaststoler som ellers ble brukt til dans, konfirmasjoner og fest, ikke ble den samme etter å ha drømt meg bort i *Indiana Jones og det siste korstog* (1989) i de myke, røde plysjstolene på Saga kino i Oslo.

Narrativ gjennomskiktighet

Norske *Trost i taklampa* og *Ni liv*, svenske *Fucking Åmål* og de amerikanske *Fryktens sommer*-filmene kan alle sies å inneha mer eller mindre universelle konfliktakser og regler om sosiale grupper; by-land, krig og fred (eventuelt de gode mot de onde), heteronormalitet vs. homonormalitet, og variasjoner over «Simmels lov» (Simmel 1908; i den sistnevnte filmens tilfelle en splittet ungdomsgjeng som finner sammen igjen i kampen mot en ytre fiende). Dette leder meg over på spørsmålet om hvorvidt tendensene til en kosmopolitisk fortellerstandard, som tar utgangspunkt i standardiserte fortellerteknikker, kan være en mulig forklaring på Hollywoods nåværende popularitet?

Det kan argumenteres for at Hollywoods tidlige fase la grunnmuren for en slik fortellerteknikk, som har vedvart opp igjennom det tjuende århundret. Selv om filmvitere skriver om ulike Hollywood-epoker, for eksempel om «New Hollywood» fra 1970-tallet og fremover (jf. King 2002), anser jeg det som holdbart å trekke en linje fra 1920-tallets kosmopolitiske orienteringer til dagens kulturelle Hollywood-strategier. En parallell kan trekkes til forrige kapittel. Der europeisk film ofte har konsentrert seg om å tilfredsstille et nasjonalt publikum, gjerne med nasjonsoppbyggende elementer eller regissørens kunstneriske uttrykk som ledemotiv, har Hollywood-selskapene i lang tid arbeidet aktivt for å innrette seg etter ulike markeder over hele verden (Wasser 2002:351). Det betyr søken etter en fortellerstruktur som ikke begrenses av kulturelle lokaliteter.

Et springbrett er Scott J. Olsons studie *Hollywood Planet* (1999). Med sin originale blanding av markedsliberal tenkning og støtte fra postkolonial teori stiller han seg skeptisk til at Hollywood amerikaniserer verden. Foruten å henvise til samfunnsvitenskapelige innvendinger om at det ikke er påvist noen kausalitet i dette forholdet (jf. Waisbord 1998), sier Olson seg enig i at materiell infrastruktur – med andre ord NICL – er grunnlaget for at Hollywood-industrien har et komparativt fortrinn sammenliknet med andre filmproduserende næringsklynger (jf. Porter 1998, se også kapittel 5). Støttet av en rekke resepsjonsstudier er Olson imidlertid uenig i at Hollywood er helamerikansk eller utraderer lokale kulturer. Spørsmålet er ikke hvorfor folk ser Hollywood-filmer på kino, men hvorfor de ser nettopp de filmene som de gjør. Stikkordene Olson gjør bruk av er «narrative transparency».

Olson (1999:6-17) utleder fem premisser som sier at narrativ gjennomskiktighet må være et analyserbart aspekt ved globaliseringen av Hollywood. For det første dominerer amerikanske selskaper det globale mediemarkedet. For det andre er konvensjonelle forklaringer på hvorfor dette er tilfellet – eksempelvis anklager om kulturimperialisme – utilstrekkelige. Ved å fokusere på lokale deler av fenomenet unnslipper de aspektene som er felles for fenomenets globale rekkevidde. For det tredje må det være noe med den amerikanske underholdningsindustriens produkter i seg selv som borger for transnasjonal popularitet. Hadde nymarxistiske forklaringer vært tilstrekkelige, det vil si at analysen hadde stanset ved bruken av NICL, ville i teorien alle programmer med like sterk sendeflate vært like populære. Det er de ikke, og Olson hevder derfor at enkelte programmer må ha noen kulturelle dimensjoner som gjør dem lettere transnasjonaliserbare. Dersom noe av svaret ligger i programmene selv, oppstår for det fjerde spørsmålet om hvor i dem man skal lete. Der noen fokuserer på ideologiske dimensjoner, ser andre på strukturelle egenskaper, og det er ikke gitt hvilken av disse to retningene som er mest konstruktiv. For det femte mener Olson at populariteten må ha noe å gjøre med den amerikanske kulturen i seg selv. Selv om Hollywood er et transnasjonalt nettverk, hviler medieindustrien tungt på dens amerikanske historie. Her peker Olson på både økonomiske og kulturelle faktorer ved USA.

I forrige kapittel tok jeg for meg deler av de to første punktene, og skal i fortsettelsen derfor konsentrere meg om de tre siste punktene. Men før jeg kommer så langt, skal jeg gå nærmere inn på selve teorien om «narrative transparency». Ifølge Olson indikerer den «the capability of certain texts to seem familiar regardless of their origin, to seem a part of one's own culture, even though they have been crafted elsewhere» (Olson 1999:18).⁴⁸ Med andre ord betyr det at selv om ulike kulturfenomener har en global rekkevidde som sjelden før, er nødvendigvis ikke responsen fra mottagerne den samme overalt. Kulturelle tekster tilknyttet Hollywood er som oftest *polysemiske*, det vil si at de har mer enn ett sett av potensiell mening (Hall 1980, Olson 1999, Barker 2004:30). Frankfurterskolens kulturanalytiske syn (jf. Adorno og Horkheimer 1991) om at mottagerne av populærkultur er «cultural dopes», det vil si personer som «produces the stable features of the society by acting in compliance with pre-established and legitimate

⁴⁸ «Tekst» henviser her til det visuelle uttrykket som står i fokus. I denne oppgaven er det film.

alternatives of action that the common culture provides» (Garfinkel 1992:68), er dermed under press.

Narrativ gjennomsiktighet – og det er her Olson henter inspirasjon fra postkoloniale teoretikere som Homi K. Bhabha (1994) – har den effekten at «American cultural exports, such as cinema, television and related merchandise, manifest narrative structures that easily blend into other cultures» (Olson 1999:6). Flere resepsjonsstudier (jf. Liebes og Katz 1994, Chitnis og Sengupta 2004) gir støtte for dette gjennom å påvise at individer ikke nødvendigvis «dekoder» tekstens budskap nøyaktig slik den var «kodet» fra avsenderens side (Hall 1980). Filmen *First Blood* (1982) var for eksempel populær blant aboriginerne i Australia, men ikke på grunn av at filmen ga assosiasjoner til Reagans kaldkrigspolitikk. I deres øyne var hovedpersonen John Rambo en tredje verden-helt som slo tilbake mot den hvite herskerklassen (Michaels 1988).

Denne formen for *polysemi*, eller flertydighet, som er Olsons teoretiske grunnlag for Hollywoods gjennomsiktige tilpasningsevne, forklarer imidlertid ikke i seg selv *hva* som gjør nettopp Hollywood-filmer polysemiske. Polysemi betyr ikke at meningen kan være hva som helst. Derfor må det ligge mer spesifikke mekanismer i filmenes popularitet. Stuart Hall (1980:136-138) foreslår at «dekodingen», det vil si hvordan en tekst «leses», foregår innen tre fortolkningsrammer.

1) *Dominant (eller hegemonisk)*: Her deler leseren helt og fullt tekstens koding og reproducerer avsenderens foretrukne lesning (uansett om denne er gjort med hensikt eller ikke)

2) *Forhandlet*: Leserens delvis tekstens dominante kode og aksepterer for det meste avsenderens foretrukne lesning. Imidlertid kan hun motstå og modifisere teksten på bakgrunn av sin egen posisjon, erfaringer og interesser.

3) *Opposisjonell (mothegeemonisk)*: Her plasserer leseren seg i en anti-posisjon; hun forstår den hegemoniske lesningen fra avsenderen, men deler ikke tekstens koding og gir den i stedet en alternativ referanseramme.

Forutsetningen for denne inndelingen er at en teksts latente mening er innbakt i den dominante koden. Fra diskusjonen over ser vi at Olson's tilnærming til Hollywood ligger nærmest alternativ 2, det vil si forhandlingsrammen. Imidlertid kreves nyansering, ikke bare fordi Hall har mottatt kritikk for å essensialisere lesertypene og for å overse konflikter internt i selve teksten (jf. Stam 2000), men også fordi det kan ligge andre, mer strukturfunksjonalistiske faktorer bak Hollywoods suksess.

Mytotyper

Olson baserer seg på Roland Barthes' begrep om myter som metaspråk (Barthes 1972:115). Selve myten er ikke universell, bare gjenkjennelsen av *mytotyper*, det vil si «archetypal needs that act as the architecture of manifest historical myths, the human longings that encompass and undergird all myths (Olson 1999:24). Sagt på en annen måte er mytotyper fortellerstrukturer skapt for å «inspire awe, wonder, purpose, joy, and participation, hence denying the absolutism of reality» (Olson 1999:93). Partikulære kulturer vever disse emosjonelle intensjonene fra mytotypene sammen med spesifikke plots, helter, skurker, miljøer og fortellinger kjent som myter (Olson 1999:93).

Den mest kjente formen for slike mytotyper er ifølge Olson *folkeeventyret*, som gjenfinnes i ulike kultursfærer verden over. Mange av dem, blant annet de som ble innsamlet av brødrene Grimm, er redigerte variasjoner over forbløffende like temaer (Zipes 2000). Eventyret om Askepott, som først ble publisert i Europa av franske Charles Perrault (1628-1703), er senere funnet i over 3000 versjoner verden over. I Kina heter jenta med stemoren og de slemme stesøstrene «Yeh-Shen», nedtegnet av Tuan Ch'eng-shih allerede på 800-tallet (Bromark og Herbjørnsrud 2005c:229). Eventyret om *Rødhette* finnes ikke bare i den uskyldige utgaven med bestemor og ulven de fleste kjenner i dag, men også i voldelige og seksuelt ladede versjoner (Zipes 1993).

Overført til samtiden hevder Olson (1999:24) at dagens formidlere av moderne eventyrfortellinger er TV og filmer. Mytotyper i praksis kan derfor være en standardisert fortellerteknikk. DreamWorks Animation, selskapet bak blant annet *Shrek*-filmene, illustrerer dette med sin visjon om at «With each film, we strive to tell great stories that

are fun and comedic, told with a level of sophistication and irreverence that appeals to the broadest audience possible and captures the imaginations of all people regardless of age». ⁴⁹ Et slikt utgangspunkt er med på å forklare det vanlige mønsteret hvor filmer med universelle historietendenser ofte tjener inn mesteparten av pengene sine utenfor det amerikanske markedet. Sci-fi-filmen *Jurassic Park* (1993) var eksempelvis en hit utenfor USA, med 61 prosent av inntektene fra ikke-amerikanske markeder. ⁵⁰

Selv om dokumentasjonen generelt er vag, er det likevel grunn til å tro at mange Hollywood-regissører og manusforfattere har en universell fortellerstruktur i bakhodet i planleggingen av en storfilm. En måte å vise dette på er å først skissere de fortellertekniske grunnelementene i et eventyr, for så å se hvordan en populær amerikansk kinofilm gjør bruk av disse. Med DreamWorks' uttalelse som referansepunkt kan det være interessant å se nærmere på en av deres mest populære film, nemlig den animerte actionkomedien *Shrek 2*, som var Norges mest sette film i 2004 og for øvrig også har tjent inn mesteparten av inntektene sine utenfor USA. ⁵¹

Propp møter Shrek 2

Vladimir Propp hevdet i *Morphology of the Folktale* (1968) at eventyrformen består av et visst antall konstituerende grunnelementer – i Propps tilfelle var tallet 31. Mer interessant er imidlertid Propps kategorisering av eventyrenes rollefunksjoner, delvis på grunn av kritikken mot Propps lineære forståelse av eventyrenes fortellerstruktur, ⁵² men først og fremst fordi rollefunksjonene er mer overførbare til Hollywood. Basert på en analyse av 100 «russiske» folkeeventyr laget Propp et skjema over sju roller ethvert eventyr inneholdt (1968:79-80). Eventyrenes rollekarakterer er ikke like, men strukturene som disse rollene utspiller seg i er felles. «Person» eller «rolle» trenger ikke å være et menneske eller et levende vesen, men kan også være en ting eller en kvalifikasjon. På samme måte som at ikke alle funksjoner trenger å forekomme i en gitt variant av et

⁴⁹ http://www.dreamworksanimation.com/dwa/opencms/company/company_overview/index.html

⁵⁰ <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=jurassicpark.htm>

⁵¹ <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=shrek2.htm>. Det er imidlertid ingen lovmessighet over dette. *Star Wars*, som jeg snart skal komme tilbake til, har i 2007 tjent inn mer penger i USA enn utenfor; 59,5 vs. 40,5 prosent. Se <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=starwars4.htm>

⁵² En av de sterkeste kritikerne her var Lévi-Strauss. Se Dundes (1997).

eventyr, trenger heller ikke alle sju personer å opptre. En enkelt person kan fylle flere roller, og en rolle kan også fordeles på flere personer.

Sjangerne hvor Propps morfologi kan hevdes å stå sentralt er de hvor begrepet «Hollywood-film» ofte brukes – science-fiction, westerns, thrillere, action, eller politi- og-røver-historier (Fell 1977:20). Dersom vi tar et proppsiansk blikk på *Shrek 2* gjenkjenner vi morfologien:

Tabell 6.1. Propp møter Shrek 2

Propps roller	Rolleinnehavene i Shrek 2
Skurken	Fairy God Mother
Giveren	Puss With Boots
Hjelperen	Donkey
Prinsessen (og faren hennes)	Princess Fiona
Oppdragsgiveren, som sender Helten av gårde	(finnes ikke)
Helten	Shrek
Den falske helten	Prince Charming

Propps morfologi er imidlertid ikke den eneste mulige forklaringsmodellen for fortellerstrukturen i kjente Hollywood-produksjoner. Det finnes en rekke variasjoner over hvordan fortellertekniske grunnstrukturer gir seg til kjenne i Hollywood-industriens filmer. En av de mest kjente er forbindelsene mellom såkalte *monomyter* og *Star Wars* (1977).

Campbell møter Star Wars og The Matrix

«Monomyte» stammer fra boken *Helten med tusen ansikter*, først utgitt i 1949, hvor forfatteren Joseph Campbell hevder at stort sett alle eventyr og tilblivelsesberetninger deler en grunnstruktur – det vil si en monomyte (Campbell 2002). Begrepet innebærer – på samme måte som hos Propp – at en eventyrfortelling består av et visst antall konstituerende grunnelementer. Enhver rolles eller intriges funksjon – som edel ridder og slem beilerrival – danner en narrativ historiestruktur som er gjenkjennelig for mottageren, selv om historiene er forskjellige. Der det er en skurk finnes det som regel en helt, med

andre ord. Heller ikke her må eventyret bestå av alle grunnelementene, ei heller i en bestemt rekkefølge eller kombinasjon.

Campbells forbindelser til Hollywood er imidlertid klarere enn Propps, fremfor alt på grunn av at George Lucas, regissør av *Star Wars*-filmene, åpenlyst benyttet seg av Campbells monomyte i skrivingen av filmmanusene.⁵³ Andre filmer hvor det hevdes å være en link – her er forbindelsene mindre direkte, men like fullt utforsket – er *Gudfaren*, *Commando*, *Gladiator* og *The Matrix*.⁵⁴ Boken *The Writer's Journey* av den erfarne Hollywood-manuskonsulenten Christopher Vogler (1998), som bygger på Campbells tanker, gir ytterligere eksempler på dette – blant dem *Løvenes konge* (1994) og *Titanic* (1997). Hensikten med disse tabellene er verken å essensialisere en viss fortellerteknikk, å skjematiskere filmene helt og fullt inn i Propps eller Campbells funksjonsskjemaer, eller å argumentere for at deres klassifikasjoner har universell rekkevidde. Ideen er bare å gi et lite hint om hvordan Hollywood-suksesser ofte er systematisk utviklet fra en relativt standardisert lest.

Tar vi *The Matrix*, sammen med *Star Wars*, og setter dem opp mot monomytens kjennetegn (det vil si første del i Campbells bok, 2002:9-172), ser vi også her – i tillegg til at filmene bygger på konflikten mellom de gode og de onde – en tydelig overenskomst:

⁵³ Se intervjuet med George Lucas på http://www.films.com/id/11017/The_Mythology_of_Star_Wars_with_George_Lucas_and_Bill_Moyers.htm

⁵⁴ På <http://www.clickok.co.uk/index4.html> kan vi lese om en rekke dekonstruksjoner av kjente Hollywood-produksjoner.

Tabell 6.2. Komparativ oversikt over innslag av monomyten i Star Wars og The Matrix

<i>Monomyten</i>	<i>Star Wars (1977)</i>	<i>The Matrix (1999)</i>
I: Avreise		
Eventyret kaller	Prinsesse Leias beskjed	«Follow the white rabbit»
Å fornekte kallet	Må hjelpe til med innhøstingen	Neo vil ikke klatre ut vinduet
Overnaturlig hjelp	Obi-Wan redder Luke fra Sandfolket	Trinity fjerner «the bug» fra Neo
Å krysse den første terskelen	Flukten fra Tatoonie	Neo blir tatt med ut av The Matrix for første gang
Hvalens mage	Søppelkverna	Torturrommet
II: Innvielse		
Prøvelsens vei	Øving med lyssabelen	Sparring mot Morpheus
Møtet med Gudinnen	Prinsesse Leia (bærer hvitt, var i tidligere manusutgaver «søster» i en mystisk orden)	Oraklet
Fristelsene vekker fra «den sanne sti» ⁵⁵	Luke fristes av den mørke siden	Cypher (den feilslåtte Messias) fristes med verdenen av komfortable illusjoner
Forsoning med far	Darth Vader og Luke gjenforenes	Neo kommer sin farsfigur Morpheus til unnsetning og blir enig med ham
Apoteose	Luke blir en Jedi	Neo blir «The One»
Det ytterste gode	Dødsstjernen ødelegges	Menneskehetens frelse er nå innen rekkevidde
III: Tilbakevendelse		
Tilbakevendelsens fornektelse	Luke vil bli igjen for å hevne Obi-Wan	Neo slåss mot agentene i stedet for å flykte
Den magiske flukten	Millennium Falcon	«Jacking in» (telefonflukten)
Redning utenfra	Han Solo redder Luke fra Darth	Trinity redder Neo fra agentene
Krysningen av tilbakevendelsens terskel	Millennium Falcon nedkjemper TIE-jagerne	Neo slåss med agent Smith
Herre av de to verdener	Vinnerseremonien	Neo erklærer seier over alle maskiner i en endelig telefonsamtale
Frihet til å leve	Opprørsalliansen har seiret over Imperiet	Menneskeheten vant over maskinene

Kilder: Campbell (2002) og Star Wars-fansiden «Jitterbug Fantasia» (2004), drevet av Kristen Brennan (<http://www.moongadget.com/origins/myth.html>)

Lenger enn dette behøver ikke parallellene mellom filmeksempler og fortellerstruktur å trekkes. Motivene bak hvem som er skurk, helt eller noe annet er varierende, noe som tilsier at Propps morfologi og Campbells monomyte i første rekke har strukturfunksjonalistisk verdi – med andre ord lik mytotypen. Med

⁵⁵ Campbell kaller opprinnelig dette punktet for «Kvinnen som fristerinne». Derimot mener Kristen Brennan, som har dekonstruert *Star Wars* og *The Matrix* i tabell 6.3, at Kvinnen er en metafor for «guddommelig renhet», eventuelt «den sanne sti».

forhandlingsperspektivet til Hall i minne kan vi sitere Olson (1999:26), som skriver at mytotyper «allow narrative particulars – names and characters of dramatis personae, settings, moral lessons, all traditional and significant to the culture in question – to be projected onto the transparent narrative architecture».

Et eksempel på dette kan være Holmlund (1990), som sammenlikner Jean Renoirs pasifistiske *La Grande Illusion* (1937) med Sylvester Stallones kaldkrigsepos *Rocky IV* (1985). Begge ble laget som anti-krigsfilmer, og bruker en syntese mellom politikk og underholdning for å spre dette budskapet. Både Gabin/Maréchal og Stallone/Rocky ble semi-virkelige karakterer; de ble sexsymboler, arbeiderklassehelter og nasjonale ikoner. Begge foretar tydelige uttalelser om nasjonalitet og klasse, individualisme og kollektivitet, kjønn og seksualitet, og attpåtil krig og fred. Samtidig involverer begge filmene sceneprestasjoner utført foran et publikum; begge hviler på ideen om julen som en tid for fred, godvilje og overnasjonal forbrødring; begge inkluderer og omskriver fortiden for å passe bedre til samtidens politiske klima (Holmlund 1990:138).

Men til tross for de strukturelle likhetene er innholdet vesensforskjellig. De to filmene ble laget til ulike tider, under ulike politiske regimer, med tilgang til svært forskjellige økonomiske og teknologiske ressurser. Renoirs sosialistiske sympatier står i direkte kontrast til Stallones hyllest til Reagan. Vi ser altså hvordan mytotyper ikke indikerer at mytene er universelle, men at gjenkjennelsen av en bestemt fortellerstruktur hjelper publikum med å ordne verden i bestemte kategorier. Påstanden om at en film ikke kan inngi hvilke budskap som helst, styrker derfor behovet for andre forklaringer.

Det kosmopolitiske Hollywood

Polysemiforklaringer oppviser som vi ser både innsikter og begrensninger. Dersom vi aksepterer at narrativ gjennomsiktighet er et kjennetegn ved Hollywoods filmhistorie, forklarer det ikke hvorfor det har blitt det. For er ikke Hollywood typisk amerikansk? Tidligere i kapittelet gjenga jeg Olsons påstand om at den amerikanske underholdningsindustriens popularitet måtte ha noe med den amerikanske kulturens egenart å gjøre. Er det da ikke slik Sardar og Davies hevder (2004:121), at det er i

Hollywood-filmene – for eksempel ensidige krigsfilmer som *Kampens regler* (2000) – at USA får sjansen til å forgude sitt eget selvbilde?

Ja og nei. Det er gode grunner til å være uenig med Sardar og Davies' påstand om at Hollywood er typisk amerikansk og amerikansk film synonymt med det verste fra Hollywood. Amerikaneren Michael Medved skriver i boken *Hollywood vs. America* (1993:1) at «tens of millions of Americans now see the entertainment industry as an all-powerful enemy, an alien force that assaults our most cherished values and corrupts our children. The dream factory has become the poison factory». Hollywoods hyppige innslag av sex, særlig utenom ekteskapet, høyt alkoholforbruk, vold og tvilsom moral, skaper ifølge mange distanse til hverdags-USA. Under en TV-debatt i 1996 uttalte eksempelvis tidligere presidentkandidat for Republikanerne, Bob Dole, at «Our music, movies, television, and advertising regularly push the limits of decency, and they bombard our children with the destructive message of casual violence and even more casual sex».⁵⁶ *The Economist* (12. September, 1998) hevdet sågar at det ikke er noe spesielt amerikansk med båter som kræsjer med isfjell eller asteroider som truer med å utslutte menneskeheten.

Cowen (2004:93) gjør derfor rett i å spørre om i hvilken grad amerikansk kultur er en del av Hollywoods globaliserte utbredelse. Et aspekt ved dette er Hollywoods egen kulturdynamikk. Powdermaker, som jeg så vidt var inne på i kapittel 1, skriver at

no anthropologist [eller sosiolog] could study Hollywood as an isolated phenomenon. It is part of the United States. But Hollywood is no mirrorlike reflection of our society, which is characterized by a large number of conflicting patterns of behavior and values. Hollywood has emphasized some, to the exclusion of others (Powdermaker 1951:10).

Et annet aspekt, som Powdermaker overser, er Hollywoods kulturdynamikk i kontaktsonene utenfor USA. Olson (1999:168) skriver at selv om kulturelle tekster assosieres med Amerika, og i variabel grad kan tilbakeføres til amerikansk jord, omformer de ikke mottagerne til amerikanere. I stedet foregår en mer kompleks hybridisering av kulturimpulser. Filmviteren Andrew Higson argumenterer dessuten for

⁵⁶ TV-programmet het «Think Tank with Ben Wattenberg», og ble sendt på amerikanske PBS 16. juni, 1995. Samtalene fra programmet finnes tilgjengelig som tekst på <http://www.pbs.org/thinktank/transcript212.html>

at Hollywood gjennom historien har engasjert sitt publikum «a complex series of identification, with an almost ruthless disregard for the nationality (as well as class and gender) of the spectator» (Higson 1989:40).

Pells (2002) peker ut et tredje aspekt når han hevder at Hollywood praktisk talt har spesialisert seg på å selge andre folks drømmer, frykt og folkløse tilbake til dem. Eksempelvis var *Reservoir Dogs* en nyinnspilling av kinesiske *Long Hu Feng Yun*, *The Ring* en amerikansk «remake» av japanske *Ringu*, og *Head Above Water* en versjon av norske *Hodet over vannet*. Bromark og Herbjørnsrud skriver at

Vi kan like det eller ikke, men USA, slik vi kjenner det i dag, ble skapt som et resultat av globalisering. I det lange perspektiv er det ikke USA som har påført verden globalisering, men verden som har påført USA globalisering. At denne globale kulturen også tiltrekker seg utenlandsk publikum, er ikke til å undres over (Bromark og Herbjørnsrud 2005b:234).

Jostein Gripsrud (1995:26) markerer et beslektet poeng gjennom å hevde at amerikansk kultur er såpass heterogen at markedsføringen av filmer andre steder i verden lettes på grunn av dette. En medvirkende årsak er også den vedvarende miksen av amerikanskfødte og utenlandskfødte regissører og skuespillere. Populære Hollywood-skuespillere inkluderer *meksikanske* Salma Hayek, *irske* Colin Farrell, *walisiske* Catherine Zeta-Jones, *danske* Connie Nielsen, *spanske* Penelope Cruz og *australske* Nicole Kidman, *newzealandske* Russell Crowe, *kinesiske* Jackie Chan, *franske* Vincent Cassel, *italienske* Isabella Rosselini, *sørafrikanske* Charlize Theron, *engelske* Orlando Bloom og *skotske* Sean Connery – bare for å nevne noen. Konstruerer vi en tabell over ikke-amerikanskfødte personer som har regissert ulike storfiler (jf. Laurentis' idé om kosmopolitisk «storfilm» i forrige kapittel), finner vi et tilsvarende bilde.

Tabell 6.3. Oversikt over ulike Hollywood-regissørers hjemland og noen av deres «mainstreamfilmer» på 1990-tallet

<i>Nasjonalitet / Regisserte filmer</i>	Norge	Sverige	Finland	Tyskland	Nederland	Kina	Storbritannia	Danmark	Frankrike	Mexico	Brasil	Canada	India	New Zealand	Italia
One Night at McCool's, Agent Cody Banks	Harald Zwart														
Derailed, 1408		Mikael Häfström													
Die Hard 2, Cliffhanger, The Long Kiss Goodnight, Mindhunters			Renny Harlin												
Outbreak, Air Force One, The Perfect Storm, Troy, Poseidon,				Wolfgang Petersen											
Speed I-II, Twister, Tomb Raider: The Cradle of Life, Robocop, Total Recall, Basic Instinct, Starship Troopers					Jan de Bont, Paul Verhoeven										
Broken Arrow, Face/Off, Mission Impossible II, The Hostage						John Woo									
G.I. Jane, Gladiator, Black Hawk Down, Kingdom of Heaven							Ridley Scott								
Hard Rain								Mikael Salomon							
The Fifth Element									Luc Besson						
21 Grams, Babel										Alejandro González Iñárritu					
Dark Water, On the Road (kommer 2009)											Walter Salles				
Terminator I-II, True Lies, Titanic												James Cameron			
Vanity Fair													Mira Nair		
Lord of the Rings I-III, King Kong														Peter Jackson	
The Pursuit of Happyness															Gabriele Muccino

Kilde: International Movie Database (<http://www.imdb.com>)

Fra tabell 6.3 ser vi at Scott (2000) definitivt har et poeng når han hevder at et av Hollywoods viktigste konkurransefortrinn er dets evne til å tiltrekke seg talenter fra hele verden. Det er for øvrig ikke urimelig å spørre seg hvor mye det har å si at regissøren ikke er amerikansk. I kapittel 3 gjenga jeg en uttalelse fra regissøren Alejandro González Iñárritu, som ville ha seg frabedt å få sitt filmvirke kategorisert i nasjonale termer. Tyske Wolfgang Petersen, mannen bak episke storfilmer som *Troja* (2004) og *Poseidon* (2006) tenker i andre baner:

I hope that a lot of my European roots, cultural background, and upbringing translate into the films I do here (...) What I've learned in school and wherever else is also very much part of my work here. It gives it the special Wolfgang Petersen feel to it, instead of being very typical American styled. I know I'm quite a bit under attack from Germany these days. But that's very typical: when you leave your country for Hollywood, they say, «Now he's lost soul and it's all very American». I think that's complete bullshit. Simply look at my films or films of other European directors who work here: they bring their heritage and their upbringing all with them (Littger 2006:41).

Petersen mener også at hans etniske bakgrunn er uinteressant for Hollywood-selskapene: «To tell you the truth: I think most of the executives and people of the studios don't think much about it anymore. German or not, I'm just the filmmaker Petersen» (Littger 2006:41). Satt på spissen: Det kosmopolitiske Hollywood lager med andre ord filmer for et kosmopolitisk publikum, selv om bevisstheten om dette ikke alltid manifesteres i en tydelig strategi fra industriens side eller som refleksiv egenskap ved kinopublikummet.

På tide å samle noen tråder

I dette kapittelet har jeg vist at det kan være fruktbart å ledsage den materielle infrastrukturen fra forrige kapittel med en kosmopolitisk kultursosiologi for å lokalisere årsakene til Hollywoods globale popularitet. Årsakene bunner i at Hollywood, med sin flerkulturelle historie og sitt fortellertekniske «metaspråk», ikke lar seg redusere til et endimensjonalt talerør for det negative som assosieres med amerikansk kultur (jf. kapittel 3). Hollywoods popularitet har utvilsomt noe med amerikansk kultur å gjøre, men ikke

nødvendigvis slik den forstås av «hamburgerfikserte» amerikaniseringskritikere som Sardar og Davies (2002, 2004, jf. kapittel 3).

Frem til nå har jeg vist begrensningene ved en metodologisk nasjonalisme, illustrert ved tre pensumutdrag fra UiOs bachelorkurs i sosiologi. Deretter har jeg forsøkt å vise fordelene ved en metodologisk kosmopolitisme gjennom et operasjonaliseringsforslag der Hollywood-industrien og dens i mange tilfeller kosmopolitiske markedsorientering står i sentrum. I neste og siste kapittel skal jeg forsøke å samle trådene fra diskusjonen i foregående kapitler og presentere et springbrett for en transnasjonal sosiologi.

7. Argumenter for en transnasjonal sosiologi

Transnational connections are the most directly global experience.

- Michael Burawoy

En liten oppsummering

I første kapittel begynte jeg med å konstatere at norsk sosiologi generelt så ut til å ha et *transnasjonalitetsunderskudd*. Den lave andelen sosiologikurs som direkte tok for seg transnasjonalitetens voksende referanser rundt ulike sosiale fenomener, ga startskuddet for en nærmere undersøkelse av et pensumutvalg fra bachelorkursene i sosiologi «SOS1001 – Introduksjon til sosiologi» og «SOS1002 – Oversikt over sosiologien» ved Universitetet i Oslo. Dernest tok jeg for meg hvilke sider ved dette transnasjonalitetsunderskuddet som kunne granskes nøyere. Eksisterende debattlitteratur viste at det å analysere fenomener med det metodologiske rammeverket som er fremtredende i norsk sosiologi, ofte var en lite fruktbar strategi. Spesielt fremtredende var fokuset på metodologisk nasjonalisme og dets ulemper.

I kapittel 2 utdypet jeg mer om den metodologiske nasjonalismens kjennetegn. Basert på en idealtypisk sekspunktsinndeling gjort ut i fra Ulrich Becks bok *Cosmopolitan Vision* (2006a), leste jeg tre pensumutdrag i den hensikt å se hvordan de stod seg i møtet med disse punktene. Undersøkelsen avdekket at tegnene til metodologisk nasjonalisme var til stede i alle tre pensumbidragene, men varierte når det gjaldt tyngde og nedslagsfelt. Felles for dem var imidlertid at transnasjonalitet ble *eksternalisert* – det ble i stor grad flyttet ut av de sosiale fenomenene til noe som virket inn på dem utenfra. På basis av dette satte jeg opp en komparativ tabell, som jeg mener avdekker den metodologiske nasjonalismens begrensninger, samt i hvilken grad og på hvilke måter de er til stede i pensumutdragene fra sosiologikursene SOS1001 og SOS1002 ved UiO.

I kapittel 3 vred jeg problemstillingen over på et annet felt som er sterkt påvirket av metodologisk nasjonalisme, nemlig debatten om hvorvidt kulturell globalisering bare er andre ord for amerikanisering. Årsaken var at denne vridningen tillot en generalisering

av den metodologiske nasjonalismens ulemper.⁵⁷ Jeg henviste til en rekke innflytelsesrike kilder hvor anklagene om «amerikanisering», i mitt tilfelle kanalisert gjennom Hollywood, baserer seg på en nasjonalsentrisk og nullsumspillaktig forestilling om kultur og økonomi. Men siden flere banebrytende studier antydte at Hollywood opererte som et transnasjonalt industrinettverk, ville bruk av metodologisk nasjonalisme skaffe tilveie et begrenset forståelsesgrunnlag. Dermed ga denne debatten meg et brohode til hvordan et alternativ til den metodologiske nasjonalismen kunne utarbeides, fremdeles med Hollywood som analyseobjekt.

I kapittel 4 begynte jeg derfor med det som for meg var det mest åpenbare utgangspunktet; metodologisk kosmopolitisme, som ifølge Beck (2006a) enkelt sagt er det motsatte av metodologisk nasjonalisme. Jeg valgte å bruke dette som en avgangsstripe for videre operasjonaliseringer. Siden fokuset fremdeles lå på Hollywood, valgte jeg å kombinere inspirasjon fra Burawoys (2000a, 2000b) tanker omkring en global etnografi med Castells' (2000) teori om nettverkssamfunnet. Refleksjonene om hvordan en slik global etnografi kunne brukes som underlag for et metodologisk alternativ, fikk sin form i begrepsparet *røtter* (kapittel 5) og *vinger* (kapittel 6). Jeg tok avstand fra Marx' liknende tese om basis og overbygning, og argumenterte for at kultur og økonomi i stedet må analyseres som relasjonelle og vekselvirkende prosesser.

I kapittel 5 tok jeg for meg – inspirert av Miller et al. (2005) sin teori om «a new cultural division of labor» – hvordan Hollywood-industrien er satt sammen av et transnasjonal klasse av finansiering, produksjon, distribusjon, markedsføring og juridiske debatter om immateriell rettighetskamp. Gjennom å se nærmere på disse bestanddelene viste jeg at Hollywood-industrien er et differensiert nettverk av aktører hjemmehørende i ulike deler av verden, noe som gjør at produksjonene i mange tilfeller vanskelig kan karakteriseres som noe annet enn transnasjonale (se gjerne figur 5.2 på side 103 for en illustrasjon).

I kapittel 6 fulgte jeg opp denne tematikken med å fokusere på Hollywoods kosmopolitiske orientering siden begynnelsen på 1900-tallet. Spørsmålet jeg ville svare på var ikke hvorfor folk gikk på kino for å se Hollywood-filmer, men hvorfor de ønsket å

⁵⁷ Selv om både EU og UNESCO har møtt kritikk for sine kulturteoretiske plattformer (Bennett 2001, Eriksen 2001), er tvilen som presser seg frem i denne oppgaven basert på en analytisk-empirisk skepsis til den amerikaniseringskritiske sosiologien.

se nettopp disse. Gjennom bruk av teorier om hvorfor folk begynte å gå på kino og Olsons (1999) teori om «narrative transparency» forsøkte jeg å vise hvordan en Hollywood-film ofte er satt sammen av et fortellerteknisk esperanto som tiltaler en rekke befolkningsgrupper i ulike kultursfærer. I tilfellene *Star Wars* og *The Matrix* illustrerte jeg dette med å henviser til likhetene med Campbells «monomyte» (Campbell 2002). Konklusjonen var at også når det gjaldt kulturelle forklaringer, ga det god mening å innta et kosmopolitisk syn på Hollywood fremfor det nasjonalsentriske.

Analytiske erfaringer

Målet med denne oppgaven, som beskrevet i kapittel 1, har vært å komme frem til noen prinsipper for en transnasjonal sosiologi. For å finne frem til disse prinsippene har jeg sett nærmere på Hollywood-industrien. Etter å ha oppdaget hvilket enorm industri Hollywood egentlig er, må jeg innrømme at denne oppgaven bare har tillatt meg å skrape i Hollywood-industriens overflate. Men gjennom å operasjonalisere den metodologiske kosmopolitismen, utviklet i kapittel 4, har jeg i kapitlene 5 og 6 funnet ut at Hollywood-industrien i høy grad *er* et transnasjonalt nettverk som er komponert av arbeidsinnsats, kapital og kulturelle impulser fra hele verden. Fremme ved avslutningskapittelet kan jeg nå sette inn tabellen brukt i kapitlene 2 og 3, men nå med et metodologisk alternativ hvis fordeler har kommet til syne i en studie av Hollywood:

Tabell 7.1. Komparativ oversikt: Metodologisk nasjonalisme vs. metodologisk kosmopolitisme

Perspektiver	Macionis og Plummer	Engelstad	Brochmann	Tradisjonelle studier av Hollywood	Hollywood sett gjennom metodologisk kosmopolitisme
Drøftet i	Kapittel 2			Kapittel 3	Kapittel 4-6
Den metodologiske nasjonalismens prinsipper					
1. Samfunn er nasjonalstaten og ikke noe annet	<i>Moderat:</i> Viser til at nasjonalstaten bare er én av flere former for samfunn, selv om dette ikke utdypes	<i>Dominerende:</i> Samfunn er nasjonalstaten Norge	<i>Moderat:</i> Samfunn er nasjonalstaten Norge, men av bestemte årsaker, jf. fokuset på lover og regler	<i>Dominerende:</i> Hollywood en kulturell «trussel» mot nasjonale samfunn	<i>Fraværende:</i> Hollywood = et interessesamfunn for folk av alle nasjonaliteter
2. Verdensbildet i samfunnsvitenskapene er bestemt av motsetningsforholdet mellom det nasjonale og det internasjonale	<i>Fremtredende:</i> Diskusjonen om global ulikhet (kap. 9)	<i>Dominerende:</i> Globalisering «truer» nasjonalstaten	<i>Moderat:</i> Avsnittet om Norges innvandringsstopp	<i>Dominerende:</i> Det nasjonale Hollywood vs. nasjonalstater (fortrinnsvis i Europa)	<i>Fraværende:</i> Hollywood er et transnasjonalt industrinettverk som er overveiende amerikansk, men som ikke kan avgrenses til det
3. Nasjonale erfaringer generaliseres til universelle prognoser	<i>Dominerende:</i> Modernitet = europeisk (les: britisk)	<i>Fraværende</i>	<i>Fraværende</i>	<i>Fremtredende:</i> Hollywoodisering av ett land representativt for Hollywoodisering av verden	<i>Fraværende:</i> Hollywoodisering av Norge betyr ikke Hollywoodisering av verden
4. Forstår kultur som en <i>ting</i> , som tilhører et <i>folk</i> , som har <i>nasjonalgeografiske grenser</i> og bygger på <i>fortiden</i>	<i>Fremtredende:</i> Attribuerer kultur kun etter område og ikke etter egenskap	<i>Fremtredende:</i> Fremstiller hvordan «vi ble oss» som en nasjonal affære	<i>Fraværende</i>	<i>Dominerende:</i> Mer Hollywood = mindre av nasjonale kulturer	<i>Fraværende:</i> Mer Hollywood = mer kosmopolitisme enn en spesifikk nasjonalkultur, og i tillegg med ulik respons forskjellige steder i verden
5. En essensialiserende tendens	<i>Fremtredende:</i> Om asiatiske verdier	<i>Fremtredende:</i> Om det norske	<i>Moderat:</i> Delvis om norsk innvandringspolitikk	<i>Dominerende:</i> Hollywood = typisk amerikansk	<i>Moderat:</i> Hollywood ikke typisk noe som helst, kanskje bortsett fra sitt fortellertekniske esperanto
6. Ser sosiologiske fenomener som enten-eller	<i>Dominerende:</i> Ikke nødvendig med noen balansegang mellom eurosentrisme og afrosentrisme	<i>Fremtredende:</i> Viser i liten grad til at globalisering muliggjør at makt kan forgrenes og kalibreres på nye, transnasjonale måter	<i>Fremtredende:</i> Utelater viktige deler av migrasjonsfenomenets relasjonelle aspekter	<i>Dominerende:</i> Hollywood, og årsakene til Hollywoods globale dominans, er utelukkende amerikanske	<i>Fraværende:</i> Hollywoods dominans er et resultat av felles innsats fra transnasjonale aktører og selskaper

Hollywood kan med et metodologisk kosmopolitisk analysegrunnlag derfor ikke bli redusert til «den kulturelle Andre», eksempelvis definert i kontrast til europeisk kultur. Hollywood kan også vanskelig karakteriseres som «typisk amerikansk» uten å måtte konfrontere alvorlige paradokser og nyanseringsbehov. Det amerikanske samfunn kan heller ikke likestilles med den amerikanske nasjonalstaten, ettersom det er stor uenighet om hvor mye amerikansk og hva det amerikanske i Hollywood består av.

Samfunnsvitenskapene kan ikke utelukkende ta utgangspunkt i et *internasjonalt* verdensbilde, fordi Hollywood som industri i sin grunnstamme bygger på en transnasjonal arbeidsdeling. Hollywood-filmer mottar ikke nødvendigvis samme respons overalt, og en nasjonal casestudie kan derfor heller ikke brukes som generaliserende globaliseringseksempel uten detaljerte forbehold. Til slutt er ikke Hollywood-industrien enten amerikansk eller noe annet; den er et sammensurium av kulturelle og økonomiske krefter fra ulike deler av verden.

Prinsipper for en transnasjonal sosiologi

Forutsetningen for denne oppgaven har vært at sosiologi ikke er en kulturhistorisk vitenskap, men bør være et fag som fortolker og forklarer sosiale fenomener i vår samtid. Gjennom å ta et alternativt blikk på Hollywood mener jeg å ha vist den metodologiske nasjonalismens uegnethet til å forklare vår transnasjonale verden. Med bruk av mitt alternativ er det sosiologiske resultatet større forklaringskraft når det gjelder Hollywoods utbredelse. Like viktig som å avdekke Hollywoods transnasjonale egenskaper er det imidlertid å formidle at Hollywood bare er ett av mange mulige operasjonaliseringseksempler for å vise fordelene med en transnasjonal sosiologi. Det er ikke eksemplet i seg selv, men operasjonaliseringen av det, som har vært primærfokus fra min side.

Dette gjør at funnene i mine øyne kvalifiserer for noen videre betraktninger om en transnasjonal sosiologi. Funnene i denne oppgaven gir støtte for hvordan en transnasjonal sosiologi kan avleses gjennom en *global etnografi* (Marcus 1998, Smith og Guarnizo 1998, Burawoy 2000a, Gille og Ó Riain 2002). Den tar kjennetegnene på globalisering,

gjengitt fra Eriksen (2007) i kapittel 4, på alvor gjennom å forme en metodologi modellert etter de sosiale fenomenenes egne kjennetegn. Kapittel 4-7 er et forsøk på å operasjonalisere deler av en slik global, multiperspektivistisk etnografi. Når jeg skriver «deler» er det på grunn av at detaljnivået i en fullstendig global etnografisk studie av Hollywood er mye mer kompleks enn hva det er plass til i en masteroppgave. Av selvkritikk i etterkant kan det likevel trekkes frem at kvalitative intervjuer med Hollywood-filmenes kinopublikum kunne gjort delen jeg kaller «vinger» langt sterkere, først og fremst med tanke på resepsjonsdelen om hvorfor folk ser nettopp de Hollywood-filmene de ser.

Økt bruk av global etnografi i konkrete studier vil alene ikke være tilstrekkelig for å pense sosiologien inn på et tydeligere transnasjonalt spor. Makten ligger i pensumlistenes profil, og var en stor del av årsaken til at jeg valgte å ta for meg pensumutdrag fra introduksjonskursene i sosiologi ved UiO. Som jeg innledet denne oppgaven med å skrive, er innføringsbøker en særdeles viktig nøkkel til en sosiologisk forståelse av verden. At SOS1001 og SOS1002 i varierende grad reproducerer den metodologiske nasjonalismens prinsipper, hindrer derfor studentene fra å se helt og fullt de transnasjonale egenskapene til mange fremtredende fenomener i vår samtid. Basert på funnene i denne oppgaven fører dette meg inn på behovet for en *rekontekstualisering* av det sosiologiske utsynet. Deretter skal jeg trekke frem hvordan en transnasjonal sosiologi i tillegg bør være *kosmopolitisk* og *flerfaglig* orientert.

Rekontekstualisert

Jeg istemmer Neumann når han skriver at globalisering nå er «en analytisk handlingsbetingelse som ikke kan velges bort av bekvemmelighetshensyn eller av politiske grunner» (Neumann 2007:277). Transnasjonalitet må derfor være et metodologisk premiss for fremtidens sosiologi, ikke en refleksiv ettertanke (jf. Eriksen 2007:71). Det betyr ikke at forholdet mellom samfunn og nasjonalstat bør oppløses, bare at det bør *redefineres* (for debattlitteratur, se kapittel 1). Selv om jeg i denne oppgaven har tatt til orde for en måte å redefinere sosiologiens forhold til nasjonalstaten på, forsøker jeg ikke å gjøre diskusjonen til å bli et spørsmål om å være «for» eller «imot»

nasjonalstatens rett til representasjon i sosiologiske studier. I flere tilfeller er det dessuten snakk om en *re-nasjonalisering* som konsekvens av globaliseringens påtrykk eller individenes utferdstrang (jf. Klausen 1994, Archetti 1999, Foer 2004, Eriksen 2007).

Fra min side er tanken simpelthen å problematisere hvor det analytiske tyngdepunktet ligger, i hvilken sammenheng det er snakk om nødvendigheten av transnasjonale perspektiver, og hva slags metodologiske verktøy og utsyn analysene bygger på. Beck skriver for eksempel at det nasjonale må bli gjenopplaget «as the global internalized» (2006a:88). Retter vi blikket mot begrepet «Hollywood», ser vi fra kapittel 5 og 6 at Hollywood-fenomenet utvilsomt har *noe* med Los Angeles og amerikansk kultur å gjøre – selv om det er uenighet om hva – samtidig som det er noe mer. Å påpeke den metodologiske nasjonalismens mangler innebærer med andre ord intet ønske fra min side om å fjerne det amerikanske fra Hollywood, men at Hollywoods «amerikanske» innhold må få sin transnasjonale historie belyst og anerkjent.

Kosmopolitisk

Hovedargumentet for en fornyet sosiologi, hevder Chernilo (2006a:10), er at samfunnsvitenskapenes generelle forskningsagenda og konseptuelle verktøy må endres slik at de tilpasses selve endringene i den sosiale verden. Her kan det trekkes en parallell til historiefaget. I forbindelse med opprettelsen av *Journal of Global History* skrev Jardar Sørvoll (2006:5) at «Hvis historiefaget begrunnes av sin relevans for mennesker i samtiden, er det åpenbart at også norske historikere – nå midt i 'globaliseringens tidsalder' – må bidra til å konstruere en global fortid».

Bytter vi ut historikere med sosiologer, og fortid med samtid, forblir argumentet nøyaktig det samme. Ut i fra diskusjonen, blant annet basert på drøftingen av Macionis og Plummer (2005) i kapittel 2, er det imidlertid uklart om målet er en globaliseringssosiologi eller en global sosiologi. Margaret S. Archer skriver for eksempel at

To maximise the cultural representation of sociological ideas from around the world is indeed a necessary but not a sufficient condition for advancing the

discipline. In addition, this requires synthetic, syncretic and innovative dialogue between them of a progressive kind (Archer 1990:1).

Et problem med en slik innfallsvinkel som Archer inntar er å identifisere hva slags sosiologiske tradisjoner og nytenkningsforsøk som skal «synkretiseres». Syed Farid Alatas (2001:50) skriver for eksempel at selv om kritikk av eurosentrismen er høyst legitim, er det vanskelig å snakke om en khaldunsk, gandisk eller konfutsiansk «skole» innen sosiologisk teori. De filosofiske og teoretiske sidene ved en eventuell «global sosiologi» er i tillegg sannsynligvis langt vanskeligere å enes om enn de empirisk-analytiske.

Derfor kan metodologi være en døråpner til en mer «flerkulturell sosiologi» og moderator når det gjelder anklager om eurosentrisme (Abdo 1996, Alatas 2006). Basert på funnene i denne oppgaven vil jeg hevde at en *metodologisk kosmopolitisme* (eller ekvivalenter til metodologisk kosmopolitisme) *internaliserer* en transnasjonal sosiologi. Der Sinding-Larsen (2006) skriver om det eksternaliserte versus det relasjonelle, velger jeg å bruke begrepet «internalisere» som det motsatte av eksternalisere. Jeg mener at internaliseringen av transnasjonalitet kan være fruktbart for å avdekke et fenomens transnasjonale egenskaper som noe naturlig; med andre ord vil en internalisering avdekke de relasjonelle aspektene av seg selv. Dette som kontrast til *eksternaliseringen* av transnasjonale elementer ved sosiale fenomener, slik jeg viste ble gjort ved pensumutdragene ved UiO i kapittel 2 og de ikke-amerikanske innslagene i Hollywood i kapittel 3.

Et forsøk på å kosmopolitisere allmennbildet av Hollywood er imidlertid ikke et forsvar for verken Hollywood eller amerikansk kulturpolitikk i seg selv. Hollywood, definert som filmindustri, blir ikke mindre mektig gjennom NICL. Med transnasjonaliseringen som bakteppe kan mediemakten i stedet sies å bli konsentrert på andre måter enn før. Elmer og Gasher (2005:15) skriver eksempelvis at heller enn å krympe Hollywoods posisjon som industrielt sentrum for global, kommersiell film, kan globaliseringen av produksjons- og distribusjonsforholdene like gjerne styrke Hollywoods dominans. Dette er en viktig lærdom både for den sosiologiske forståelsen så vel som EU, UNESCO og andre som søker å iverksette kulturpolitiske tiltak til Hollywoods globale dominans basert på metodologisk nasjonalistiske prinsipper.

Flerfaglig

Transnasjonale fenomener som Hollywood streifer innom så mange kunnskapsfelt at en analyse mer opptatt av å verne om sosiologifagets grenser enn å utforske fenomenets kompleksitet, står i fare for å bli avgrenset. Basert på erfaringene fra Hollywood-analysen i kapittel 5 og 6 anser jeg derfor flerfaglighet som styrkende for sosiologiens forklarings- og forståelsespotensial, ikke som en mulig svekkelse. Flerfaglighet er imidlertid ikke det samme som *tverrfaglighet*. Det er mer et spørsmål om å være åpen for sosiologiske variasjoner over andre samfunnsvitenskapelige og humanistiske fag. I denne oppgaven har jeg forsøkt dette gjennom å dreie innom fag som økonomi, statsvitenskap, jus, folkloristikk, medievitenskap og antropologi.

Å invitere til flerfaglighet betyr heller ikke at sosiologien skal forvandles til en identitetsløs koalisjon bestående av løse forbindelser mellom ulike fag. Det er heller ikke en oppfordring til å begå faglig harakiri gjennom å godta at hver sosiolog i teorien snart skal kunne ha sitt eget spesialfelt, slik Jonathan Turner og Stephen Turner (1990) fryktet for snart to tiår tilbake. For meg er ideer om hvordan transnasjonale perspektiver skal inkluderes i faget en naturlig videreutvikling av de periodiske selvransakelsene som har pågått minst siden Alvin W. Gouldner utga *The Coming Crisis of Western Sociology* i 1968 (Gouldner 1980). Jeg hevder derfor ikke at vi skal bryte alle bånd med fortiden. Fornyelse forutsetter heller at respekt for tradisjonene forenes med nytenkning. Sosiologien er i mine øyne litt som Harry Houdinis prosjekt; den må fra tid til annen bryte seg ut av bokser den selv har bygget.

Fra refleksjoner til praksis: Et alternativt pensum

En rekontekstualisert, kosmopolitisk og flerfaglig sosiologi må *praktiseres*. Behovet for dette kan illustreres fra flere vinkler. Våren 2007 deltok jeg på et seminar i regi av «Mangfoldsåret 2008». Under denne vignetten skjuler det seg en programsatsning fra Kultur- og kirkedepartementet (KKD) om å markere 2008 som et år for kulturelt

mangfold. Basert på mangfoldsårets stortingsmelding (St. meld. nr. 17, 2005-2006), var det imidlertid flere saker som burde vært høyere opp på dagsordenen. Ikke minst var fraværet av spørsmålet om hva slags lærebøker i samfunnsfag en globaliserende verden krever av sine forfattere påfallende. I St.meld. nr. 39 (2002-2003) står det for eksempel på side 7 at «Skolen har i oppgave å formidle kulturarv, allmenndannelse, verdier og kunnskap og hjelpe barn til mestring, utfoldelse og sosial utvikling». Med andre ord har ingen andre sosiale arenaer så ubegrensede muligheter til å forme oppvoksende slekters verdensbilde. Derimot står det ikke noe sted i mangfoldsårets stortingsmelding om hvilke konsekvenser mangfoldsåret skal ha for lærebokforståelsen av en globalisert verden.

Dette er uventet, sett i lys av de senere års debatter (nå senest i *Historisk tidsskrift*) som har kretset om Stian Bromark og Dag Herbjørnsruds «urenhetens trilogi»; de to herrers forsøk på å forfatte et tre bøker langt kosmopolitisk argument om hvordan forstå vår samtid. På samme måte som dette er en oppgave hvor jeg forsøker å tenke *om* sosiologisk metode, retter deres prosjekt seg inn på hvordan tenke *om* historieforståelse (Bromark og Herbjørnsrud 2005c:19). Bøkene deres (*Blanke løgner, skitne sannheter; Frykten for Amerika; Norge – et lite stykke verdenshistorie*) supplerer på en rekke måter argumentet om å skrive globalhistorie gjengitt overfor. Kort fortalt går deres prosjekt ut på å bevise at det er *urenhet* som er vår historiske naturtilstand, ikke rene «kunstige overbygninger som nasjoner, sivilisasjoner og vilkårlige epokebetegnelser» (Bromark og Herbjørnsrud 2005c:409). Men heller ikke de ønsker å fjerne nasjonalstaten fra forståelseshorisonen, bare å se dens historie i et annet lys enn før.

I et foredrag på Høgskolen i Sør-Trøndelag i mai 2007 fremførte Herbjørnsrud denne kritikken for Utdanningsetaten og ca. 275 lærere (Herbjørnsrud 2007). Responsen fra lærerne avslørte en ond sirkel. En innvending Herbjørnsrud ofte fikk høre fra lærere var nemlig at de transnasjonale elementene i norgeshistorien ikke stod på pensum. Lærebokforfatterne, på sin side, innrømmet at de presenterte et forenklet verdensbilde, men at det var et krav fra lærernes side – ellers ville de ikke kjøpe dem – og at mange lærere gjerne ville ha bøker som samstemte med det de selv lærte på skolen. Samtidig måtte lærebokforfatterne skrive bøker som selger, for det krevde forlagene.

Denne sirkelen må brytes, og sosiologi har alle muligheter til å være et foregangsfag. Basert på funnene i denne oppgaven om hva slags metodologiske

betraktninger sosiologi bør ivareta i en globaliserende tidsalder, har jeg i samråd med mine veiledere valgt å utarbeide en alternativ pensumliste for «SOS1001 – Introduksjon til sosiologi» og «SOS1002 – Oversikt over sosiologien». Forut for utarbeidelsen har jeg lagt til grunn de samme faglige føringene og pensumområdene som gjengitt i kapittel 2 i oversikten over introduksjonskursenes innhold. Det betyr samme sideantall – ca. 1500 sider, delt omtrent likt mellom kursene – og en fordeling mellom bøker og kompendier. Endelig er listen sammensatt på grunnlag av Veidens (2006) pedagogiske poeng, referert til i kapittel 1, om at innføringsbøker i sosiologi har som oppgave å lære bort «sosiologispråket».

Jeg har valgt å organisere listen i form av tre bøker og resten fordelt på kompendier. Bidragene merket med * er hele bøker. Boken *Global Sociology* (Cohen og Kennedy 2000) er felles for begge kursene.⁵⁸ Bøker og kompendier er ment å være komplementære, det vil si at bøkene danner grunnstammen mens kompendieartiklene skal være eksemplifiserende. Til hvert bidrag har jeg skrevet korte betraktninger om deres innhold. Under pensumlistene for de respektive kursene har jeg satt opp et forslag til fordeling av pensumbidragene i de til sammen 22 forelesningene.

Alternativt pensum SOS1001 – Introduksjon til sosiologi

* Cohen, Robin og Paul Kennedy (2000): *Global Sociology*. New York: New York University Press

- *Innføringssosiologi effektivt tilpasset en globaliserende verden. Denne boken er ment å være pensum for både SOS1001 og SOS1002.*

* Berger, Peter L. (1991): *Invitasjon til sosiologi. Et humanistisk perspektiv*. Oslo: Pax (bortsett fra kapittel 7) (170 s.)

- *En glitrende invitasjon til hvordan skape en sosiologisk bevissthet.*

Engelstad, Fredrik (2000): «Norsk sosiologi ved 50-årsmerket», *Sosiologi i dag*, 30: 15-24 (9 s.)

- *Overskuelig tilbakeblikk på norsk sosiologi.*

⁵⁸ For utfyllende og til dels komparative omtaler av *Global Sociology*, se Hjelseth (2001), Sparke (2001) og Shaw (2002). Boken er for øvrig tidligere brukt ved bachelorkursene i sosiologi «SOS1001 – Norge i Verden» ved NTNU og «SOS107 – Moderniseringsteori» ved Universitetet i Tromsø.

- Veiden, Pål (2006): «Ibn Khalduns fravær – og mulige gjenkomst?», *Sosiologi idag*, 36: 55-70 (25 s.)
- *Tankevekkende om en av sosiologiens glemte forfedre.*
- Sveen, Karin (2001): *Klassereise: Et livshistorisk essay*. Oslo: Oktober, s. 69-98 (29 s.)
- *Klassebegrepet får en menneskelig fortellerstemme.*
- Lysgaard, Sverre (2001): *Arbeiderkollektivet*. Oslo: Universitetsforlaget, s. 233-251 (18 s.)
- *Norsk sosiologiklassiker om arbeidslivets normer som ennå gjelder.*
- Tjora, Aksel og Evan Willis (2006): «Den sosiale og den biologiske verden», fra *På sosiologiske spor. En innføring i sosiologisk forståelse*. Trondheim: Tapir (16 s.)
- *Et kort og konsist sosiologisk blikk på forholdet mellom natur og kultur.*
- Miegel, Fredrik og Thomas Johannsson (2002): «Mellan förnuft och känsla», fra *Kultursociologi*. Lund: Studentlitteratur, Universitetet i Lund (16 s.)
- *Lettlest om kultursosiologiens «strev» for å finne sin plass i faget.*
- Hatterud, Bjørn (2006): «Hvorfor råner ikke kulturradikalere?», *Samtiden*, 2: 54-60 (6 s.)
- *Personlig beretning fra en underkjent subkultur med tilhørende kulturkritikk.*
- Pilkington, Hilary A. (2001): «Looking West? Cultural Globalisation and Russian Youth Cultures», *Europaea*, 1-2: 83-98 (15 s.)
- *Kulturell globalisering sett fra russiske ungdommers øyne.*
- Robertson, Roland (2003): «Rethinking Americanization», i Ulrich Beck, Natan Sznaider og Rainer Winter (red.): *Global America?* Liverpool: Liverpool University Press (8 s.)
- *Argumenter om hvorfor kulturell globalisering ikke nødvendigvis betyr «amerikanisering».*
- Davie, Grace (2007): «Introduction: A Critical Agenda», fra *The Sociology of Religion*. London: SAGE (22 s.)
- *Velskrevne refleksjoner om religion, sekularisering og modernitet.*
- Amin, Samir (2001): s. 7-29 fra *Identitet som dreper*. Oslo: Spartacus (22 s.)
- *Viktige refleksjoner over identitetsbegrepet.*
- Eriksen, Thomas Hylland (1993): «Norske identiteter: Abdullah fra Romsås og Marte fra Vossevangen», fra *Typisk norsk! Essays om norsk kultur*. Oslo: C. Huitfeldt (24 s.)
- *Morsomt og alvorlig essay om identitet i et flerkulturelt Norge.*
- Synnevåg, Marit (1995): «Camille Paglia», *Samtiden*, nr. 5 (12 s.)
- *Portrett av en av akademias mest kontroversielle feminister.*
- Nielsen, Harriet Bjerrum (2006): «Kjønn og identitet», i Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.): *Kjønnforskning: En grunnbok*. Oslo: Universitetsforlaget (15 s.)

- *Informativt om det relasjonelle forholdet mellom kjønn og identitet.*

Bourdieu, Pierre (2006): «Kapitalens former», *Agora. Journal for metafysisk spekulasjon*, 24:5-26 (15 sider)

- *Klassisk tekst om kapitalformenes egenskaper.*

Marsdal, Magnus E. (2007): «Å snakke så folk forstår», fra *Frp-koden*. Oslo: Manifest (26 s.)

- *Nyttig kommunikasjonssosiologisk tekst for å forstå hvorfor Frp vinner velgere.*

Iver B. Neumann og Inger-Johanne Strandhagen (2000): «Maktens utfoldelser», i Iver B. Neumann (red.): *Maktens strateger*. Oslo: Pax (16 s.)

- *Maktens variasjoner sett fra ulike perspektiver.*

Hveem, Helge (2001): «Det transnasjonale systemet – alternativ eller alliert til statssystemet?», fra *Makt og velferd i det globale samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget (23 s.)

- *Sober tekst om hvordan transnasjonalitet redefinerer globale maktforhold.*

Hjelde, Ida (2006): «Postkolonial teori, eurosentrisme og anti-eurosentrisme», fra *Eurosentrisme i norsk sosiologi*. Masteroppgave ved Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo (21 s.)

- *Innsiktsfullt om akademias «skjulte» definisjonsmakt.*

Larsen, Erling Røed (2005): «Hvorfor er det så dyrt i Norge?», fra *Alt du vil vite om samfunnsøkonomi...men aldri har våget spørre om*. Oslo: Gyldendal (20 s.)

- *Sosiologisk folkeopplysning om et av samfunnsdebattens ubesvarte spørsmål.*

Løyning, Trond (2006): *Økonomisk sosiologi*. Oslo: Samlaget, s. 7-21 (14 s.)

- *ABC-versjonen av økonomisk sosiologi.*

Bader, Veit (2007): «Building European Institutions. Beyond Strong Ties and Weak Commitments», i Seyla Benhabib, Ian Shapiro og Danilo Petranovich (red.): *Identities, Affiliations, and Allegiances*. Cambridge: Cambridge University Press (22 s.)

- *Noen av EUs viktigste utfordringer fra et politisk sosiologisk synspunkt.*

Tranøy, Bent Sofus (2006): «Mennesker, bedrifter og fundamentalisme», fra *Markedets makt over sinnene*. Oslo: Aschehoug (24 s.)

- *Samfunnsnær kritikk av «markedsfundamentalismen».*

Tabell 7.2. Pensumbidrag fordelt på forelesninger – SOS1001

<i>Tema</i>	<i>Pensum</i>
Sosiologiens egenart	Berger, kap. 1,2,5,6, Cohen og Kennedy, kap. 1
Sosiologiens historie	Engelstad, Veiden, Berger, kap. 8, Cohen og Kennedy kap. 2
Klasse og arbeid	Sveen, Lysgaard, Cohen og Kennedy, kap. 3,4, Berger, kap. 3
Kultur og natur	Tjora og Willis, Cohen og Kennedy, kap. 5, 12 og 13
Motkultur og subkultur	Miegel og Johannsson, Hatterud, Pilkington, Robertson
Religion og identitet	Davie, Amin, Eriksen, Berger, kap. 4
Kjønn og kropp	Synnevåg, Nilsen, Cohen og Kennedy, kap. 6 og 11
Maktens struktur	Bourdieu, Marsdal, Cohen og Kennedy, kap. 3, Neumann og Strandhagen
Maktens utfoldelser	Hveem, Hjelde, Cohen og Kennedy kap. 9
Økonomisk sosiologi	Larsen, Løyning, Cohen og Kennedy, kap. 7 og 8
Politisk sosiologi	Bader, Tranøy, Cohen og Kennedy, kap. 5

Alternativt pensum SOS1002 – Oversikt over sosiologien

* Jonathon W. Moses og Anne Margrethe Brigham (2007): *Globalisering i Norge. Politisk, kulturell og økonomisk suverenitet i endring*. Bergen: Fagbokforlaget (180 s.)
- *Politisk, kulturell og økonomisk globalisering på norsk.*

Frønes, Ivar (2006): «Risikosamfunnets rasjonalitet», i Thomas Hylland Eriksen (red.): *Trygghet*. Oslo: Universitetsforlaget (20 s.)
- *Et nøkternt blikk på hvordan risikominimalisering har blitt en strukturerende egenskap i moderne samfunn.*

Waldrop, Anne (2000): «Den urbane eliten i Delhi – i sin egen verden?», i Kathinka Frøystad, Eldrid Mageli og Arild Engelsen Ruud (red.): *Nærbilder av India*. Oslo: Cappelen (20 s.)
- *Klassebegrepet utforsket i en ikke-vestlig kontekst.*

Florida, Richard (2004): «The Creative Class», fra *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books (18 s.)

- *Inspirerende om hvordan nye arbeidsformer kan redefinere klassebegrepet.*

Ó Riain, Seán (2000): «Networking for a Living. Irish Software Developers in the Global Workplace», i Michael Burawoy (red.): *Global Ethnography*. Berkeley, CA: University of California Press (28 s.)

- *Etnografisk innblikk i en globalisert arbeidsplass.*

Kipnis, Andrew (2002): «Practices of *Guanxi* Production and Practices of *Ganqing* Avoidance», i Thomas Gold, Doug Guthrie og David Wank (red.): *Social Connections in China. Institutions, Culture, and the Changing Nature of Guanxi*. Cambridge: Cambridge University Press (16 s.)

- *Lærerikt om et utbredt sosialt organiseringsprinsipp i den potensielle supermakten Kina.*

Danielsen, Kirsten, Bjørg Moen og Anne Helset (2004): «Transnasjonale og nasjonale eldrelev. En studie av hjemmets betydning i eldre år», i Øivind Fuglerud (red.): *Andre bilder av "de andre"*. Oslo: Pax (31 s.)

- *Eldrelev blant norskpakistanere på Tøyen og nordmenn i Alfaz del Pi.*

Alghasi, Sharam, Katrine Fangen og Ivar Frønes (2006): «På reise inn i det norske samfunn», i Sharam Alghasi, Katrine Fangen og Ivar Frønes (red.): *Mellom to kulturer*. Oslo: Gyldendal (22 s.)

- *Bakgrunnsviden for hvilke prosesser som oppstår når innvandrere kommer til Norge.*

Mernissi, Fatima (1995): «Arab Women's Rights and the Muslim State in the Twenty-first Century: Reflections on Islam as Religion and State», i Mahnaz Afkhami (red.): *Faith og Freedom. Women's human rights in the Muslim world*. Syracuse, NY: Syracuse University Press (18 s.)

- *En sentral tekst fra en av Midtøstens fremste kvinnelige sosiologer om islam, stat og feminisme.*

Blancarte, Roberto J. (2000): «Popular Religion, Catholicism and Socioreligious Dissent in Latin America: Facing the Modernity Paradigm», *International Sociology*, 15 (4): 591-603 (12 s.)

- *Tankevekkende om konfrontasjonen mellom katolisisme og modernitet i Latin-Amerika.*

Zubaida, Sami (2004): «Cosmopolitans, Nationalists and Fundamentalists in the Modern Middle East», innvielsesforelesning ved Birkbeck School of Politics and Sociology, University of London, 5. mai. Tilgjengelig på

<http://www.bbk.ac.uk/polsoc/download/events/SamiZubaida-Cosmopolitans> (18 s.)

- *Enkel redegjørelse for brytningene mellom kosmopolitisme, nasjonalisme og fundamentalisme i Midtøsten.*

Hitchens, Christopher (2007): «Facing the Islamist Menace», *City Journal*, vinter. Tilgjengelig på http://www.city-journal.org/html/17_1_urbanities-steyn.html
- *Utfordrende bokomtale av den amerikanske høyresidens toneangivende islamistkritiker fra den amerikanske venstresidens ledende religionskritiker.*

Johnsen, Elisabeth Skoglund (2007): «Kroppsteknikker blant norske fotballsupportere. En fenomenologisk studie av kropp», *Betwixt and Between*, ss. 163-180 (17 s.)
- *Original studie av VIF-klanens selvoppfattelse og sosiale funksjoner.*

Beck, Ulrich (2003): *Globalisering og individualisering. Bind III – Krig og terror*. Oslo: Abstrakt, 9-29 (20 s.)
- *Kortfattet om «krigen mot terror» etter terroraksjonene mot World Trade Center, 11. september, 2001.*

Eriksen, Thomas Hylland (2000): «Nettverksmakt: Manuel Castells' samtidsdiagnose», i Iver B. Neumann (red.): *Maktens strateger*. Oslo: Pax (11 s.)
- *En lærerik omtale av en av 1990-tallets mest ambisiøse forsøk på å tenke nytt omkring sosiologiens grunnsyn.*

Kloster, Hedda (2005): «En tsjekkisk subkultur på Internett», i Thomas Hylland Eriksen (red.): *Internett i praksis. Om teknologiens uregjerlighet*. Oslo: Spartacus (30 s.)
- *Tsjekiske hackere møter globalisering, Microsoft-style.*

Callon, Michel (1980): «The State and Technical Innovation: A Case Study of the Electric Vehicle in France», *Research Policy*, vol. 9: 358-76 (18 s.)
- *En sosiologisk forklaring på hvorfor den elektriske bilen aldri slo igjennom i Frankrike.*

Mjøset, Lars (2005): «Den norske økonomiens integrasjon i verdensøkonomien», i Ivar Frønes og Lise Kjølrsrød (red.): *Det norske samfunn*. Oslo: Gyldendal (35 s.)
- *God redegjørelse for Norges reelle inntreden i verdensøkonomien.*

Tabell 7.3. Pensumbidrag fordelt på forelesninger – SOS 1002

<i>Tema</i>	<i>Pensum</i>
Globaliseringens egenskaper	Moses og Brigham, kap. 1, 3, 5, 7
Globalisering, fremtid og risiko	Frønes, Cohen og Kennedy, kap. 20, Moses og Brigham, kap. 8
Klasse og arbeid i en global kontekst	Waldrop, Florida, Ó'Riain
Sosial organisering	Kipnis, Cohen og Kennedy, kap. 15 og 16
Det transnasjonale Norge	Moses og Brigham, kap. 2, 4, 6
Migrasjon	Danielsen et al., Alghasi et al., Cohen og Kennedy kap. 11
Religion og modernitet	Mernissi, Blancarte, Zubaida, Hitchens
Kjønn og kropp	Mernissi, Skoglund Johnsen, Cohen og Kennedy, kap. 17
Nettverkssamfunnet	Beck, Eriksen, Cohen og Kennedy, kap. 19
Teknologi og medier	Kloster, Callon, Cohen og Kennedy kap. 14
Verdensøkonomien, Norge, og det asiatiske miraklet	Mjøset, Cohen og Kennedy, kap. 10

På grunn av det gjennomgående fokuset på transnasjonalitet i denne oppgaven må jeg legge til en siste kommentar til disse tabellene, som slutter seg til det jeg skrev i kapittel 1: Mine alternative pensumlister er ikke et forsøk på å danne et rent transnasjonalt innføringspensum, hvor alle bidragene på en eller annen måte slutter seg til et slags transnasjonalitetsparadigme. I stedet er de et forsøk på å unngå den metodologiske nasjonalismens prinsipper, spesielt på emneområder der de er fremtredende. Dette er forsøkt gjort gjennom å knytte transnasjonale bidrag opp til sosiale fenomener der transnasjonalitet i mine øyne bør være en del av diskusjonen.

Sluttord

Denne oppgaven har vært et forsøk på å tenke igjennom noen av de utfordringene sosiologifaget står overfor i det 21. århundret. Forhåpentligvis har jeg, gjennom å ta for

meg ulempene reproduksjonen av den metodologiske nasjonalismens prinsipper medfører, klart å fremme noen relevante argumenter for en transnasjonal sosiologi. Til slutt vil jeg understreke at denne oppgaven på ingen måte er en uttømmende tankerekke og endelig argumentasjon for en transnasjonal sosiologi. Tvert imot. Som det gjerne heter i Hollywood: *To be continued...*

Appendiks A

Oversikt over læresteder som tilbydde sosiologi høst 2006

Utdanningssted	Nivå	Merknader
Høgskolen i Bodø	Årsstudium / Bachelor / Master	
Høgskolen i Vestfold	Bachelor	
Høgskolen i Lillehammer	Årsstudium	
NTNU	Bachelor / Master	
Universitetet i Bergen	Bachelor / Master	Har et fordypningsemne i bachelorgraden med tittelen «Internasjonal migrasjon og etniske relasjoner»
Universitetet i Oslo	Bachelor / Master	Har et fordypningsemne i bachelorgraden med tittelen «Flukt, migrasjon og flerkulturelle problemstillinger»
Universitetet i Stavanger	Årsstudium	
Universitetet i Tromsø	Bachelor / Master	Har et fordypningsemne i bachelorgraden med tittelen «Globalisering og samfunn»
Høgskulen i Sogn og Fjordane	Bachelor (ungdomssosiologi)	Har et fordypningsemne med tittelen «Globalisering, stat og samfunn»
Høgskolen i Nord-Trøndelag	Årsstudium	Har et fordypningsemne med tittelen «Modernisering og modernitet»

Kilde: <http://www.samordnaopptak.no/SW/studier.html> (gjennom søk på «sosiologi»). I dette legger jeg de som i utgangspunktet er sosiologiprogrammer, og ikke andre typer programmer med mulighet for å ta sosiologikurs.

Appendiks B

Pensum/læringskrav (SOS1001 – Høst 2006)

*Pensumbidrag merket med * finnes i kompendium*

Album, Dag (1996): Nære fremmede Oslo: Tano. Kap. 2, 3 og 7 (50 sider).

Birkelund, G. E. og Petersen, T. (2003): "Det norske likestillingsparadokset" i Frønes, I. og L.Kjølsrød (red.): Det norske samfunn. Oslo: Gyldendal Akademisk. Kap 5. (25 sider).

Brochmann, G. (2003): "Lykksalighetens rike og den nye etniske forstyrrelsen" i Frønes, I. og L.Kjølsrød (red.): Det norske samfunn. Oslo: Gyldendal Akademisk. Kap. 14. (25 sider).

*Bugge, Lars (2002), "Pierre Bourdieus teori om makt". Agora: 3/4-02: 224-248. (24 sider)

*Ellingsæter, A. L. (2005): "Tidsklemme – metafor for vår tid". Tidsskrift for samfunnsforskning, 46:297-326 (29 sider).

Engelstad, F. (2003): "Makt i det norske samfunnet" i Frønes, I. og L. Kjølsrød (red.): Det norske samfunn. Oslo: Gyldendal Akademisk. Kap. 2. (27 sider).

*Gambetta, D (1987): Were they Pushed or did they Jump? Individual Decision Mechanisms in Education. Oslo: Scandinavian University Press. Kap. 1 (23 sider).

Fennefoss, A., Høgsnes, G. (2003): "Arbeidsliv, lønn og forhandlinger" i Frønes, I. og L.Kjølsrød (red.): Det norske samfunn. Oslo: Gyldendal Akademisk. Kap. 4 (25 sider).

*Fuglerud, Ø. (2002): "Generøst forræderi, eller sosialantropologisk vådeskudd?" Tidsskrift for samfunnsforskning. (7 sider).

*Halle, D. (1992): "The Audience for Abstract Art" i M. Lamont og M. Gournier (eds): Cultivating differences. Chicago: University of Chicago Press. S. 131–151. (20 sider)

Hansen, M. N. og Mastekaasa, A. (2003): "Utdanning, ulikhet og forandring" i Frønes, I. og L.Kjølsrød (red.): Det norske samfunn. Oslo: Gyldendal Akademisk. Kap. 3. (28 sider).

*Høgsnes, G. (1999): Krone for krone. Oslo: Ad Notam Gyldendal. S. 58-68. (10 sider).

Maconis, J. J. og Plummer, K. (2005): Sociology. A Global Introduction. Harlow: Pearson Education. Third edition. S. 2-185. (183 sider). (Utgaven fra 2003 kan også brukes, men det anbefales å kjøpe den nye utgaven.)

*Rosenlund, Lennart (1998). "Sosiale strukturer og deres metamorfoser". Sosiologisk tidsskrift, 1-2, 45-73. (29 sider)

Pedersen, Willy: (2005) Nye seksualiteter. Oslo: Universitetsforlaget. Kap. 1, 2 og 8 (94 sider)

*Skogen, Ketil (2001): "Who's Afraid of the Big, Bad Wolf? Young People's Responses to the Conflicts over Large Carnivores in Eastern Norway". Rural Sociology, 66(2): 203-226 (23 sider)

*Veblen, T. (1976): Den arbeidsfrie klassen. Oslo: Gyldendal. (kap. 2 og kap. 4, (34 sider).

*Widerberg, K. (2005): "Køn og samfund" i Andersen, H. og Kaspersen, L.B. (red.): Klassisk og moderne samfunnssteori. København: Hans Reitzels forlag. 3. utgave (27 sider).

*Wikan, U. (2002): The politics of culture i Generous Betrayal. Chicago: Chicago University Press. I Generous Betrayal. s. 69-88. (18 sider).

(Samlet 701 sider)

Kilde: <http://www.uio.no/studier/emner/sv/iss/SOS1001/h06/pensumliste.xml>

Pensum/læringskrav (SOS1002 – Høst 2006)

*Pensumbidrag merket med * er samlet i kopisamling.*

Album, D. (1996) : Nære Fremmede. Oslo: Tano. Kap 8, 9. (36 sider).

*Adler, P. og Adler, P. (1997): "Defining deviance" i Adler, P. og Adler, P. (red): Constructions of Deviance. Social Power, Context, og Interaction. Belmont, CA: Wadsworth (3 sider).

*Becker, H. (1997): "Deviance and the response of others" i Adler, P. og Adler, P. (red): Constructions of deviance. Social Power, Context, og Interaction Belmont, CA: Wadsworth. (4 sider).

*Brochmann, G. (2001): "Statsborgerskap, medborgerskap og tilhørighet" i Brochmann, G. m.fl. (red): Sand i maskineriet. Makt og demokrati i det flerkulturelle Norge. Oslo: Gyldendal Akademisk. S. 56-85.(28 sider) .

*Durkheim, E. (1997): "The normal and the pathological" i Adler, P. og Adler, P. (red): Constructions of deviance.Social Power, Context, og Interaction Belmont, CA: Wadsworth. (4 sider).

* Fangen, K. (2006): "Assimilert, hybrid eller inkorporert i det etniske? Tilpasning og identifikasjon blant somaliere i Norge" Sosiologisk tidsskrift, 14:4-33 (29 sider).

*Frønes, I. (1997): "Generasjoner, barndom og familier i etterkrigs-Norge." i Frønes, I., Heggen, K., Myklebust, J.O. (red): Livsløp. Oppvekst generasjon og sosial endring. Oslo: Universitetsforlaget. (13 sider).

*Gullestad, M. (1997): "Fra "lydig" til "finne seg selv"" i Frønes, I., Heggen, K., Myklebust, J.O. (Red): Livsløp. Oppvekst generasjon og sosial endring. Oslo: Universitetsforlaget. (15 sider).

*Klausen, T. B. (2002): "En lukket elite?" i Gulbrandsen, T. m. fl. (red): Norske makteliter. Oslo: Gyldendal. (S. 75-92). (18 sider).

*Krange, O. og Skogen, K. (2003): "Skudd i løse lufta? Unge jegere og rovdyrpolitikken." i Engelstad, F. og Ødegård, G. (red): Ungdom og Makt. Oslo : Gyldendal akademisk. (Ca. 25 sider).

Maconis, J. J. og Plummer, K. (2005): Sociology. A Global Introduction: Harlow: Pearson Education, Third edition. Del 3,4,5, unntatt kapittel 18,21,24. (435 sider). (Utgaven fra 2003 kan også brukes, men det anbefales å kjøpe den nye utgaven.)

* Nordli Hansen, M., Engelstad, F. (2003): "Samfunnsklasser og klasseteorier" i Frønes, I. og Kjølsvold, L. (red): Det norske samfunn. Gyldendal, Oslo. Kap. 6. (28 sider).

Pedersen, Willy: (2005) Nye seksualiteter. Oslo: Universitetsforlaget. Kap. 3,6 og 7 (92 sider)

*Ramsøy, N. R. (1987): "From necessity to choice" i Erikson, R. m. fl. (red.): The Scandinavian model : welfare states and welfare research. New York: M.E. Sharpe. (Ca. 25 sider).

(Samlet 721 sider.)

Kilde: <http://www.uio.no/studier/emner/sv/iss/SOS1002/h06/pensumliste.xml>

Litteraturliste

Alle internettadresser, i kapitlene og kildelisten, var aktive 23. oktober 2007

Abdo, Nahla (red.) (1996), *Sociological Thought: Beyond Eurocentric Theory*. Toronto: Canadian Scholars Press

Abu-Lughod, Janet (red.) (2000), *Sociology for the Twenty-first Century: Continuities and Cutting Edges*. Chicago: University of Chicago Press

Adorno, Theodor W. og Max Horkheimer (1991): *Kulturindustrien*. Oslo: Cappelen

Akiwowo, Akinsola (1989), «Building a National Sociological Tradition in an African Subregion». I: Nikolai Genov (red.), *National Traditions in Sociology*. London: Sage

Aksoy, Asu og Kevin Robins (1992), «Hollywood for the Twenty-first Century: Global Competition for Critical Mass in Image Markets». *Cambridge Journal of Economics*, 16, no.1: 1-22

Al-Rasheed, Madawi (2005), «Saudi religious transnationalism in London». I: Madawi Al-Rasheed (red.), *Transnational Connections and the Arab World*. London: Routledge

Alatas, Syed Farid (2001), «Alternative Discourses in Southeast Asia». *Sari*, 19: 49-67

Alatas, Syed Farid (2006), *Alternative Discourses in Asian Social Science: Responses to Eurocentrism*. London: Sage

Albrow, Martin og Elizabeth King (red.) (1990), *Globalization, Knowledge and Society*. London: SAGE

Alghasi, Sharam, Katrine Fangen og Ivar Frønes (red.), (2006), *Mellom to kulturer*. Oslo: Gyldendal

Anderson, Benedict (1987), *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso

Anderson, Benedict (1992), *Long-distance Nationalism*. Amsterdam: Centre of Asian Studies

- Andersson, Mette (2007), «Migrasjon som utfordring. Kritikk av metodologisk nasjonalisme». I: Øivind Fuglerud og Thomas Hylland Eriksen (red.), *Grenser for kultur? Perspektiver fra norsk minoritetsforskning*. Oslo: Pax
- Appadurai, Arjun (1990): «Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy». I: Mike Featherstone (red.), *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. London: SAGE
- Appiah, Kwame Anthony (2006), *Cosmopolitanism: Ethics in a World of Strangers*. New York: W.W. Norton og Co.
- Archer, Margaret S. (1990), «Foreword». I: Martin Albrow og Elizabeth King (red.), *Globalization, Knowledge and Society*. London: SAGE
- Archetti, Eduardo P. (1999), *Masculinities: Football, Polo and Tango in Argentina*. Oxford: Berg
- Asante, Molefi Kete (1987), *The Afrocentric Idea*. Philadelphia, PA: Temple University Press
- Ballard, Roger og Catherine Ballard (1982), «South Asian families». I: Rhona Rapport (red.), *Families in Britain*. London: Routledge
- Barker, Chris (2004), *Cultural Studies. Theory and Practice. Second Edition*. London: Sage
- Barthes, Roland (1972), *Mythologies*. New York: Hill & Wang
- Basch, Linda, Nina Glick Schiller og Cristina Blanc-Szanton (1994), *Nations Unbound: Transnational Projects, Postcolonial Predicaments, and Deterritorialized Nation-States*. New York: Gordon & Breach
- Bean, Frank og Gillian Stevens (2003), *America's Newcomers and the Dynamics of Diversity*. New York: Russell Sage
- Beck, Ulrich (1994), «The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization». I: Ulrich Beck, Scott Lash og Anthony Giddens (1994), *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Oxford: Polity
- Beck, Ulrich (1999), *World Risk Society*. Cambridge Polity
- Beck, Ulrich (2000), *What is Globalization?* Cambridge: Polity

Beck, Ulrich (2003), «Rooted Cosmopolitanism: Emerging from a Rivalry of Distinctions». I: Ulrich Beck, Natan Sznaider og Rainer Winter (red.) (2003), *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press

Beck, Ulrich (2004), «Cosmopolitan Realism: On the Distinction between Cosmopolitanism in Philosophy and the Social Sciences». *Global Networks*, 4, 2: 131-156

Beck, Ulrich (2006a), *Cosmopolitan Vision*. London: Polity

Beck, Ulrich (2006b), «Cosmopolitan Sociology: Why Methodological Nationalism Fails». *LSE Sociology Research Newsletter*, mai, (4), 2: 6-8. Tilgjengelig på <http://www.lse.ac.uk/collections/sociology/pdf/June2006Newsletter.pdf>

Beck, Ulrich, Scott Lash og Anthony Giddens (1994), *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Oxford: Polity

Beck, Ulrich, Natan Sznaider og Rainer Winter (red.) (2003), *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press

Bell, Daniel (1976), *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Harper Colophon

Bennett, Tony (2001), *Differing Diversities: Cultural Policy and Cultural Diversity*. Strasbourg: COE Publishing

Berge, John (2006), «Buena Vista International overtar Sony-distribusjon». *DVDNytt*, 31. juli. Tilgjengelig på <http://www.dvdnytt.no/artikkel.asp?ID=4339>

Berkes, Niyazi (1936), «Sociology in Turkey». *The American Journal of Sociology*, vol. 42 (2): 238-246

Bhabha, Homi K. (1994), *The Location of Culture*. New York: Routledge og Kegan Paul

Birkelund, Gunn Elisabeth (2006), «The genesis of Norwegian sociology – a story of failures and success». *Sosiologisk Årbok*, no. 3-4: 41-67

Bordwell, David (1988), «Appropriations and Improprieties: Problems in the Morphology of Film Narrative». *Cinema Journal*, vol. 27 (3): 5-20

- Bourdieu, Pierre (1977), *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press
- Branston, Gill (2000), *Cinema and Cultural Modernity*. Buckingham: Open University Press
- Bredesen, Kim (2007), «6 milliarder til film». *Le Monde diplomatique*, 1. mars. Tilgjengelig på <http://www.lmd.no/index.php?article=1328>
- Briceño-León, Roberto (2002), «Introduction: Latin-America – A Challenge for Sociology». *Current Sociology*, 50 (1): 9-18
- Brochmann, Grete (2005), «Lykksalighetens rike og den nye etniske forstyrrelsen». I: Ivar Frønes og Lise Kjølørød (red.), *Det norske samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget
- Brochmann, Grete (2006), *Hva er innvandring?* Oslo: Universitetsforlaget
- Bromark, Stian og Dag Herbjørnsrud (2005a), *Blanke løgner, skitne sannheter. En kritikk av det nye verdensbildet*. Oslo: Cappelen
- Bromark, Stian og Dag Herbjørnsrud (2005b), *Frykten for Amerika. En europeisk historie*. Oslo: Cappelen
- Bromark, Stian og Dag Herbjørnsrud (2005c), *Norge – et lite stykke verdenshistorie*. Oslo: Cappelen
- Brown, Chris (2004), «A World Gone Wrong?» I: David Held og Anthony McGrew (red.), *The Global Transformation Reader. Second Edition*. Oxford: Polity
- Bryn, Steinar (1992), *Norske Amerikabilete. Om amerikaniseringen av norsk kultur*. Oslo: Samlaget
- Burawoy, Michael (red.) (2000a), *Global Ethnography: Forces, Connections and Imaginations in a Postmodern World*. Berkeley, CA.: University of California Press
- Burawoy, Michael (2000b), «Introduction: Reaching for the Global». I: Michael Burawoy (red.), *Global Ethnography: Forces, Connections and Imaginations in a Postmodern World*. Berkeley, CA.: University of California Press
- BusinessWeek* (2000), «China's Pirates», 5. juni. Tilgjengelig på http://www.businessweek.com/2000/00_23/b3684007.htm

- Butsch, Richard (2000), *The Making of American Audiences. From Stage to Television, 1750-1990*. Cambridge: Cambridge University Press
- Cahoone, Lawrence (1996), *From Modernism to Postmodernism: An Anthology*. Cambridge, MA: Blackwell
- Campbell, Joseph (2002), *Helten med de tusen ansikter*. Oslo: Spartacus
- Campbell, Neil, Jude Davies og George McKay (red.) (2004), *Issues in Americanisation and Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Castells, Manuel (2000), *The Rise of the Network Society. Second Edition*. Malden, MA: Blackwell
- Chaudhuri, Shohini (2005), *Contemporary World Cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Chernilo, Daniel (2006a), «Social Theory's Methodological Nationalism: Myth and Reality». *European Journal of Social Theory*, 9 (1): 5-22
- Chernilo, Daniel (2006b), «Methodological Nationalism and Its Critique». I: Gerard Delanty og Krishan Kumar (red.), *The SAGE Handbook of Nations and Nationalism*. London: SAGE
- Chicchi, Federico (2000), «Grounded Theory and the Biographical Approach: an Attempt at an Integrated Heuristic Strategy». *International Review of Sociology*, vol. 10, 1: 5-23
- Chitnis, Ketan og Ami Sengupta (2004), «[Dis]similar interpretations of the Sitcom Friends: A Comparative Study of Indian and American Viewers». Paper til The International Conference on Revisiting Globalization in the 2000s, Bangkok, 5-6. august
- Christopherson, Susan (2005), «Divide and Conquer: Regional Competition in a Concentrated Media Industry». I: Greg Elmer og Mike Gasher (red.), *Contracting Out Hollywood: Runaway Productions and Foreign Location Shooting*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Clarence-Smith, William Gervase og Steven Topik (red.) (2006), *The Global Coffee Economy in Africa, Asia and Latin-America, 1500-1989*. Cambridge: Cambridge University Press

- Cowen, Tyler (2004), *Creative Destruction: How Globalization is Changing the World's Cultures*, Princeton, NJ: Princeton University Press
- Danan, Martine (1995), «Marketing the Hollywood Blockbuster in France». *Journal of Popular Film og Television*, høst, 23,3: 131-141
- De Vany, Arthur (2004), *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*. New York: Routledge
- Derrida, Jacques (2006), *Dekonstruksjon*. Oslo: Spartacus
- DiMaggio, Paul (1994), «Culture and Economy». I: Neil J. Smelser og Richard Swedberg (red.), *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Du Gay, Paul og Michael Pryke (red.) (2002), *Cultural Economy. Cultural Analysis and Commercial Life*. London: Open University Press
- Duncan, Russell og Clara Juncker (red.) (2004), *Transnational America: Contours of Modern US Culture*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press
- Dundes, Alan (1997): «Binary Opposition in Myth: The Propp / Lévi-Strauss Debate in Retrospect». *Western Folklore*, vol. 56, no. 1: 39-50
- Durkheim, Emile (2000), *Om den sociale arbeidsdeling*. København: Hans Reitzel
- Eco, Umberto (2002), *Kunsten å skrive en akademisk oppgave*. Oslo: Idem
- Elmer, Greg og Mike Gasher (red.) (2005a), *Contracting Out Hollywood: Runaway Productions and Foreign Location Shooting*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Elmer, Greg og Mike Gasher (2005b), «Introduction: Catching up to Runaway Productions». I: Greg Elmer og Mike Gasher (red.), *Contracting Out Hollywood: Runaway Productions and Foreign Location Shooting*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Engelstad, Fredrik (2000), «Norsk sosiologi ved 50-årsmerket». *Sosiologi i dag*, 30: 15-24

Engelstad, Fredrik (2005), «Makt i det norske samfunnet». I: Ivar Frønes og Lise Kjølsvold (red.), *Det norske samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget

Epstein, Edward Jay (2005), «Gross Misunderstanding». *Slate*, 16. mai. Tilgjengelig på <http://slate.com/id/2118819>

Eriksen, Thomas Hylland (1993), *Typisk norsk! Essays om norsk kultur*. Oslo: C. Huitfeldt

Eriksen, Thomas Hylland (1994), *Kulturelle veikryss. Essays om kreolisering*. Oslo: Universitetsforlaget

Eriksen, Thomas Hylland (1999a), «Hybrid kreativitet». I: Oscar Hemer og Thomas Hylland Eriksen (red.), *Ambivalens og fundamentalisme*. Oslo: Spartacus Forlag

Eriksen, Thomas Hylland (1999b), *Kulturterrorismen. Et oppgjør med tanken om kulturell renhet*. Oslo: Spartacus

Eriksen, Thomas Hylland (2001), «Between Universalism and Relativism: A Critique of the UNESCO Concepts of Culture». I: Jane Cowan, Marie-Bénédicte Dembour og Richard Wilson (red.), *Culture and Rights: Anthropological Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press

Eriksen, Thomas Hylland (2002), *Ethnicity and Nationalism. Anthropological Perspectives. Second Edition*. London: Pluto Press

Eriksen, Thomas Hylland (2003), «Maktutredningen: et bekymringens evangelium». *Samtiden*, 4: 65-73

Eriksen, Thomas Hylland (2007), *Globalization: The Key Concepts*. Oxford: Berg

Eriksen, Thomas Hylland og Torunn Arntsen Sørheim (1994), *Kulturforskjeller i praksis. Perspektiver på det flerkulturelle Norge*. Oslo: ad Notam Gyldendal

Eriksen, Thomas Hylland og Halvor Finess Tretvoll (2006), *Kosmopolitikk*. Oslo: Cappelen

EU (2002), *A Community of Cultures. The European Union and the Arts*. Brussels: Directorate-General for Press and Communication

EU (2007), *Media 2007 (2007-2013) – A Big Push for Europe's Audiovisual Industry*. Brussel: Directorate-General for Press and Communication. Tilgjengelig på http://ec.europa.eu/information_society/media/docs/overview/media-en.pdf

Evensmo, Sigurd (1967), *Det store tivoli. Film og kino i Norge gjennom 70 år*. Oslo: Gyldendal

Ezra, Elisabeth og Terry Rowden (red.) (2006), *Transnational Cinema. The Film Reader*. London: Routledge

Fangen, Katrine (2004), *Deltagende observasjon*. Bergen: Fagbokforlaget

Featherstone, Mike og Couze Venn (2006), «Problematizing Global Knowledge and the New Encyclopedia Project». *Theory, Culture og Society*, (Special Issue on Problematizing Global Knowledge), vol. 23 (2-3): 1-20

Fell, John L. (1977), «Vladimir Propp in Hollywood». *Film Quarterly*, vol. 30, 3: 19-28

Ferguson, Niall (2003), *Empire: The Rise and Fall of the British World Order and the Lessons for Global Power*. New York: Basic Books

Foer, Franklin (2004), *How Soccer Explains the World: An (Unlikely) Theory of Globalization*. New York: HarperCollins

Fraser, Matthew (2005), *Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire*. New York: Thomas Dunne Books

Freeman, Gregory, Jack Kyser, Nancy Sidhu, George Huang og Michael Montoya (2005), *What is the Cost of Run-Away Production?* Los Angeles: Los Angeles County Economic Development Corporation

Fröbel, Folker, Jürgen Heinrich og Otto Kreye (1980), *The New International Division of Labour: Structural Unemployment in Industrialised Countries and Industrialisation in Developing Countries*. Cambridge: Cambridge University Press

Fuglerud, Øivind (2001), *Migrasjonsforståelse*. Oslo: Universitetsforlaget

Fuglerud, Øivind og Thomas Hylland Eriksen (red.) (2007), *Grenser for kultur? Perspektiver fra norsk minoritetsforskning*. Oslo: Pax

Gabler, Neal (1988), *An Empire of Their Own: How the Jews Invented Hollywood*. New York: Anchor Press

Gans, Herbert J. (1999), *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books

Garfinkel, Harold (1992): *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge: Polity

Giddens, Anthony (1996), *In Defence of Sociology*. London: Polity

Gille, Zsuzsu og Séan Ó Riain (2002), «Global Ethnography». *Annual Review of Sociology*, 28: 271-295

Glaser, Barney G. og Anselm L. Strauss (1967), *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine de Gruyter

Goldsmith, Ben og Tom O'Regan (2005a), *The Film Studio. Film Production in the Global Economy*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield

Goldsmith, Ben og Tom O'Regan (2005b), «The Policy Environment of the Contemporary Film Studio». I: Greg Elmer og Mike Gasher (red.), *Contracting Out Hollywood: Runaway Productions and Foreign Location Shooting*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield

Govil Nitin (2005), «Hollywood's Effects, Bollywood FX». I: Greg Elmer og Mike Gasher (red.), *Contracting Out Hollywood: Runaway Productions and Foreign Location Shooting*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield

Gouldner, Alvin W. (1980), *The Coming Crisis of Western Sociology*. New York: Basic Books

Grantham, Bill (2000), *Some Big Bourgeois Brothel*. London: John Libby

Gripsrud, Jostein (1995), *The Dynasty Years. Hollywood Television and Critical Media Studies*. London: Routledge

Guback, Thomas H. (1969), *The International Film Industry: Western Europe and America since 1945*. Bloomington: Indiana University Press

Gyory, Michel (2000), *Making and Distributing Films in Europe: The Problem of Nationality*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. Tilgjengelig på http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/natfilm.html

Hall, Stuart (1980), «Encoding/decoding». I: Centre for Contemporary Cultural Studies (red.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London: Hutchinson

Hannerz, Ulf (1990), «Gjennomsyrade av medier. Kulturer, samhällen och medvetande av i dag». I: Ulf Hannerz (red.), *Medier og kulturer*. Stockholm: Carlssons

Hannerz, Ulf (1992), *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*. New York: Columbia University Press

Hannerz, Ulf (1996), *Transnational Connections: Culture, People, Places*. London: Routledge

Harding, Sandra (1998), *Is Science Multicultural? Postcolonialisms, Feminisms and Epistemologies*. Bloomington: Indiana University Press.

Hays, Will (1927), «Supervision from Within». I: Joseph P. Kennedy (red.), *The Story of Films as Told by Leaders of the Industry to the Students of the Graduate School of Business Administration*. Chicago: A.W. Shaw Company

Held, David og Anthony McGrew (red.) (2004), *The Global Transformation Reader. Second Edition*. Oxford: Polity

Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt og Jonathan Perraton (2004), «Rethinking Globalization». I: David Held og Anthony McGrew (red.), *The Global Transformation Reader. Second Edition*. Oxford: Polity

Helseth, Tore og Hans-Fredrik Dahl (2006), *To knurrende løver. Kulturpolitikens historie 1814-2014*. Oslo: Universitetsforlaget

Herbjørnsrud, Dag (2007), «Mangfoldet som forsvinner fra skolebøkene: Det flerkulturelle Norge fra Hårfagre via Wergeland til Kong Olav». Tale ved konferansen «Likeverdige opplæring i praksis! – myndiggjøring og mestring», Høgskolen i Sør-Trøndelag, 31. mai, 2007. Manus mottatt per e-post og tilgjengelig på http://likeverd.hist.no/innlegg/herbjoernsrud_mangfoldet-som-forsvinner-fra-skoleboekene.pdf

Herman, Edward S. og Robert W. McChesney (1997), *Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*. New York: Continuum Press

Higson, Andrew (1989), «The Concept of National Cinema». *Screen*, vol. 30. no. 4: 36-46

Hjelde, Ida (2006), *Eurosentrisme i sosiologien*. Masteroppgave i sosiologi ved Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo

Hjelseth, Arve (2001), «Ei god fagbok». *ISSA*, nr. 2. Tilgjengelig på <http://www.sv.ntnu.no/iss/issa/010210.shtml>

Hodne, Bjarne (2002), *Norsk nasjonalkultur. En kulturpolitisk oversikt*. Oslo: Universitetsforlaget

Holmlund, Christine Anne (1990), «Rocky IV Meets La Grande Illusion: Pedagogy and Theory in Popular Culture Study». I: Roger Rollin (red.), *The Americanization of the Global Village: Essays in Comparative Popular Culture*. Bowling Green, OH: Bowling Green State University Popular Press

Horowitz, Irving L. (1993), *The Decomposition of Sociology*. New York: Oxford University Press

Huitfeldt, Johanne (2002), *Drømmen om Kina: kineserier fra europeiske slott til norsk folkekunst*. Oslo: Andresen og Butenschøn

Høstmølingen, Njål (red.) (2004), *Hijab i Norge. Trussel eller menneskerett?* Oslo: Abstrakt

ITA (International Trade Association, U.S. Department of Commerce) (2001), *The Migration of U.S. Film and Television Production Impact of 'Runaways' on Workers and Small Business in the U.S. Film Industry*. Tilgjengelig på <http://www.ita.doc.gov/media/migration11901.pdf>

Kaitatzi-Whitlock, Sophia og George Terzis (2002), «Greece: Disney's Descent on Greece: The Company is the Message». I: Janet Wasko, Mark Phillips og Eileen R. Meehan (red.), *Dazzled by Disney? The Global Disney Audiences Project*. London: Leicester University Press

Kelsey, Candice M. (2007), *Generation MySpace*. New York: Marlowe og Company

Kennedy, Paul og Victor Roudometof (red.) (2002), *Communities across Borders: New Immigrants and Transnational Cultures*. London: Routledge

Kent, Sidney R. (1927), «Distributing the Product». I: Joseph P. Kennedy (red.), *The Story of Films as Told by Leaders of the Industry to the Students of the Graduate School of Business Administration*. Chicago: A.W. Shaw Company

Khagram, Sanjeev og Peggy Levitt (2004), «Towards a Field of Transnational Studies and a Sociological Transnationalism Research Program». Hauser Center for Nonprofit Organizations, Working Paper No. 24.

King, Geoff (2002), *New Hollywood Cinema: An Introduction*. New York: Columbia University Press

Kjeldstadli, Knut (red.) (2003), *Norsk innvandringshistorie. Bind I-III*. Oslo: Pax

Klein, Christina (2003), «The Asia Factor in Global Hollywood». *YaleGlobal Online*, 25. mars.
Tilgjengelig på <http://yaleglobal.yale.edu/display.article?id=1242>

Kou, Julia og Debora L. Spar (1994), «Being There: Sony Corporation and Columbia Pictures». *Harvard Business Online*, desember. Tilgjengelig (mot betaling) på
http://harvardbusinessonline.hbsp.harvard.edu/b01/en/common/item_detail.jhtml?id=795025

Kristiansen, Søren (2002), «Det kvalitative continuum – om data og teoriudvikling i kvalitativ sosiologi». I: Michael Hviid Jacobsen, Søren Kristiansen og Annick Prieur (red.), *Liv, fortelling, tekst. Streiftog i kvalitativ sosiologi*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag

Kroes, Rob (1996), *If You've Seen One, You've Seen the Mall: Europeans and American Mass Culture*. Chicago: University of Illinois Press

Kuisel, Richard (1996), *Seducing the French: The Dilemma of Americanization*. Berkeley, CA: University of California Press

Kuisel, Richard (2003), «Debating Americanization: The Case of France». I: Ulrich Beck, Natan Sznajder og Rainer Winter (red.), *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press

Kundera, Milan (1987), *Romankunsten*. Oslo: Aventura

Kunz, William M. (2007), *Culture Conglomerates*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield

- Laclau, Ernesto og Chantal Mouffe (1985), *Hegemony and Socialist Strategy*. London: Verso
- Lemert, Charles (2004), *Sociology after the Crisis. Second Edition*. Boulder, CO: Paradigm Publishers
- Lerner, Preston (1999), «Shadow Force: Hundreds of Movies Have Been Reshaped as a Result of Work by Joseph Farrell's National Research Group». *Los Angeles Times Magazine*, 7. november
- Liebes, Tamar og Elihu Katz (1994), *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. New York: Oxford University Press
- Lian, Vigdis (2007), «Ikke Hollywood-fiendtlig». *Ny Tid*, 19.-26. januar
- Lindgren, Simon (2005), *Populärkultur – teori, metoder och analyser*. Malmö: Liber AB
- Littger, Stephan (2006), *The Director's Cut: Picturing Hollywood in the 21st Century*. New York: Continuum Press
- Lismoen, Kjetil (2005), «Herreklubben i Cannes». *Morgenbladet*, 6. mai
- Lowenstein, Andrew B. (2001), «Chinese Fake-Out». *Foreign Policy*, mars-april, 123: 94-96
- Luh, Shu Shin (2003), *Business the Sony Way*. New York: John Wiley og Sons
- Lynd, Robert S. og Helen Merrell Lynd (1959), *Middletown. A Study in Modern American Culture*. New York: Harvest/HBJ Book
- Löfgren, Orvar (1990), «Medierna i nationsbygget: Hur press, radio och TV gjort Sverige svensk». I: Ulf Hannerz (red.), *Medier og kulturer*. Stockholm: Carlssons
- Løken, Lene (2000), «Forord». I: Mona Vaagan, Ragnar Hovland, Selma Lønning Aarø, Åge Hoffart, Sylvelin Vatle og Paal-Helge Haugen, *Film på vei. Bygdekinoen gjennom femti år*. Oslo: Norsk filminstitutt
- Maalouf, Amin (1999), *Identitet som dreper*. Oslo: Pax
- Macionis, John J. og Ken Plummer (2005), *Sociology: A Global Introduction. Third Edition*. London: Prentice Hall

- Maffesoli, Michel (1995), *The Time of the Tribes*. London: SAGE
- Maltby, Richard (1999), «Female Audiences of the 1920s and early 1930s». I: Melvyn Stokes og Richard Maltby (red.), *Identifying Hollywood Audiences. Cultural Identity and the Movies*. London: British Film Institute
- Marcus, George E. (1998), *Ethnography Through Thick and Thin*. Princeton, N.J.: Princeton University Press
- Marling, William H. (2006), *How "American" is Globalization?* Baltimore, ML: John Hopkins University Press
- Martins, Herminio (1974), «Time and Theory in Sociology». I: John Rex (red.), *Approaches to Sociology*. London: Routledge
- Marx, Karl (1963), *Karl Marx: Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*. (Uvalg redigert av Tom B. Bottomore og Maximilien Rubel). New York: Penguin
- Martinussen, Willy (2003), «Sosiologisk tidsskrift de ti første årene. Erfaringer og utfordringer». *Sosiologisk tidsskrift*, nr. 1: 6-11
- Mbembe, Achille (2001), *On the Postcolony*. Berkeley, CA: University of California Press
- McChesney, Robert W. (2004), «The New Global Media». I: David Held og Anthony McGrew (red.), *The Global Transformations Reader. Second Edition*. Oxford: Polity
- McDonald, Adrian H. (2006), «Through the Looking Glass: Runaway Production and 'Hollywood Economics'». Working Paper, Social Science Research Network. Tilgjengelig på <http://ssrn.com/abstract=929586>
- Medved, Michael (1993), *Hollywood vs. America*. New York: Harper
- Melling, Phillip H. og Jon Roper (red.) (1996), *Americanization and the Transformation of World Cultures: Melting Pot or Cultural Chernobyl?* London: Edwin Mellen Press
- Michaels, Eric (1988), «Bad Aboriginal Art». *Art og Text*, 28: 58-73

Miegel, Fredrik og Thomas Johannsson (2002), *Kultursociologi*. Lund: Studentlitteratur, Universitetet i Lund

Miller, Toby, Nitin Govil, John McMurria og Richard Maxwell (2001), *Global Hollywood*, London: British Film Institute

Miller, Toby, Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell og Ting Wang (2005), *Global Hollywood 2*, Berkeley, CA: University of California Press

Mjøset, Lars (1991), *Kontroverser i norsk sosiologi*. Oslo: Universitetsforlaget

Mjøset, Lars (2003), «Can Grounded Theory Solve the Problems of its Critics?» *Sosiologisk tidsskrift*, vol. 13: 379-408

Moses, Jonathan W. og Anne Margrethe Brigham (2007), *Globalisering i Norge. Politisk, kulturell og økonomisk suverenitet i endring*. Bergen: Fagbokforlaget

Mowlana, Hamid (1993), «Toward a NIWCO for the Twenty-first Century?» *Journal of International Affairs*, vol. 47(1): 59-72

Mukherjee, Ramkrishna (1989): «Indian Sociology or Sociology of India?» I: Nikolai Genov (red.), *National Traditions in Sociology*. London: Sage

Murphy, Kevin (1995), «United Artists Plans a Venture in India: Film Firms' New Focus». *International Herald Tribune*, 15. februar

Nathan, John (1999), *Sony: The Private Life*. New York; Houghton Mifflin

Neumann, Iver B. (2001), *Norge – en kritikk*. Oslo: Pax

Neumann, Iver B. (2007), «Norsk sosiologi – samfunnsteoretisk avant-garde eller arriére-garde?» *Nytt Norsk Tidsskrift*, 3: 269-281

Neumann, Iver B. (red.) (2000), *Maktens strateger*. Oslo: Pax

NOU (2003), *Makt og demokrati. Sluttrapport fra Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: AAD

Nowell-Smith, Geoffrey (1985), «But Do We Need It?» I: Martin Auty og Nick Roddick (red.), *British Cinema Now*. London: British Film Institute

Næss, Hans Erik (2006), «Kosmopolitisk Hollywood». *Ny Tid*, 15.-21. desember

O'Reilly, Karen (2000), *The British on Costa del Sol: Transnational Identities and Local Communities*. London: Routledge

Olson, Scott R. (1999), *Hollywood Planet: Global Media and the Competitive Advantage of Narrative Transparency*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum

Ong, Aihwa og Donald M. Nonini (red.) (1997), *Ungrounded Empires: The Cultural Politics of Modern Chinese Transnationalism*. New York: Routledge

Pells, Richard (1998), *Not Like Us: How Europeans Have Loved, Hated and Transformed American Culture Since World War II*. New York: Basic Books

Piore, Michael J. og Charles F. Sabel (1984), *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books

Porter, Michael (1998), «Clusters and the New Economy of Competition». *Harvard Business Review*, 76 (6): 77-90

Powdermaker, Hortense (1951), *Hollywood: The Dream Factory*. Boston: Little, Brown og Co.

Pries, Ludger (2005), «Configurations of geographic and societal spaces: a sociological proposal between 'methodological nationalism' and 'the spaces of flows'». *Global Networks*, 5, 2: 167-190

Propp, Vladimir (1968), *Morphology of the Folktale. Second Edition*. Texas: University of Texas Press

Puttnam, David (1998), *Movies and Money*. New York: Alfred A. Knopf

Ragin, Charles C. (1994), *Constructing Social Research*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press

Rampal, Kuldip R. (2005), «Cultural Imperialism or Economic Necessity? The Hollywood Factor in the Reshaping of the Asian Film Industry». *Global Media Journal*, vol. 4 (6). Tilgjengelig på <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/sp05/gmj-sp05-rampal.htm>

- Ritzer, George (red.) (2002), *McDonaldization: The Reader*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press
- Robertson, Roland (1992), *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: SAGE
- Robinson, William I. (1998), «Beyond Nation-State Paradigms: Globalization, Sociology, and the Challenge of Transnational Studies». *Social Forces*, vol. 13, no. 4: 561-594
- Ross, Steven J. (2002), «The Rise of Hollywood: Movies, Ideology and Audiences in the Roaring Twenties». I: Steven J. Ross (red.), *Movies and American Society*. Malden, MA: Blackwell
- Roudometof, Victor (2005), «Transnationalism, Cosmopolitanism and Glocalization». *Current Sociology*, januar, vol. 53 (1): 113-135
- Rubin, Rachel og Jeffrey Melnick (2006), *Immigration and American Popular Culture. An Introduction*. New York: New York University Press
- Ryan, Michael P. (1998), *Knowledge Diplomacy. Global Competition and the Politics of Intellectual Property*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press
- Sardar, Ziauddin og Merryl Wyn Davies (2002), *Hvorfor hater så mange USA?* Oslo: Spektrum
- Sardar, Ziauddin og Merryl Wyn Davies (2004), *American Dream, Global Nightmare*. London: Icon Books
- Scott, Allen J. (2000), *The Cultural Economy of Cities*. London: SAGE
- Scott, Allen J. (2005), *On Hollywood: The Place, The Industry*. Princeton, N.J.: Princeton University Press
- Scott, John og Gordon Marshall (red.) (2005), *Oxford Dictionary of Sociology*. Oxford: Oxford University Press
- Semati, M. Mehdi og Patty J. Sotirin (1999), «Hollywood's Transnational Appeal: Hegemony and Democratic Potential?» *Journal of Popular Film and Television*, vinter, 26 (4): 176-188
- Shary, Timothy (2006), *Teen Movies: American Youth on Screen*. New York: Columbia University Press
- Shaw, Martin (2002), «Teaching Global Sociology». *Sociology*, vol. 36(1): 195-199

- Simmel, Georg (1908), *Soziologie: Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Berlin: Duncker & Humblot. Hele boken er tilgjengelig på <http://www.socio.ch/sim/soziologie/index.htm>
- Sinding-Larsen, Henrik (2006), «Eksternaliserte og relasjonelle trygghetsregimer». I: Thomas Hylland Eriksen (red.), *Trygghet*. Oslo: Universitetsforlaget
- Siwek, Stephen E. (2007), *Copyright Industries in the U.S. Economy. The 2006 Report*. Washington, DC: IIPA
- Skilbrei, May-Len, Marianne Tveit og Anette Brunovskis (2006), *Afrikanske drømmer på europeiske gater*. Oslo: FAFO
- Smith, Jackie, Charles Chatfield og Ron Pagnucco (red.) (1997), *Transnational Social Movements and Global Politics: Solidarity Beyond the State*. Syracuse, NY: Syracuse University Press
- Smith, Michael Peter og Luis Eduardo Guarnizo (red.) (1998), *Transnationalism from Below*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers
- Sparke, Matthew (2001), «Networking Globalization: A Tapestry of Introductions». *Global Networks*, 1 (2): 171-179
- SSB (Statistisk Sentralbyrå) (2007), *Norsk mediebarometer 2006*. Oslo-Kongsvinger: SSB
- St. meld. nr. 39, 2002-2003, «*Ei blot til lyst*»: *Om kunst og kultur i og i tilknytning til grunnskolen*. Oslo: Utdannings- og forskningsdepartementet
- St. meld. nr. 17, 2005-2006, *2008 som markeringsår for kulturelt mangfold*. Oslo: Kultur- og kirke departementet (KKD)
- Stam, Robert (2000), *Film Theory*. Oxford: Blackwell
- Stewart, Alex (1998), *The Ethnographer's Method*. London: SAGE
- Stokes, Melvyn og Richard Maltby (red.) (2004), *Hollywood Abroad: Audiences and Cultural Exchange*. London: British Film Institute

- Storey, John (1993), *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*. London: Harvester Wheatsheaf
- Strauss, Anselm L. og Juliet Corbin (1990), *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park: SAGE
- Sun, Pen-Wen (1949), «Sociology in China». *Social Forces*, vol. 27 (3): 247-251
- Sørvoll, Jardar (2006), «Globalhistoriske utfordringer». *Fortid*, 3: 5
- Tilly, Charles (1990), *Big Structures, Large Processes, Huge Comparisons*. New York: Russell Sage
- Therborn, Göran (1995), *European Modernity and Beyond: The Trajectory of European Societies 1945-2000*. London: SAGE
- Thomas, Pradip N. og Zaharom Nain (red.) (2004), *Who Owns the Media? Global trends and local resistances*. London: Zed Books
- Thue, Fredrik (2006), *In Quest of a Democratic Social Order. The Americanization of Norwegian Social Scholarship 1918-1970*. Doktorgradsavhandling, Det Humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo.
- Tomasci, Luigi (red.) (2001), *New Horizons in Sociological Theory and Research: The Frontiers of Sociology at the Beginning of the 21st Century*. Aldershot: Ashgate
- Tranøy, Bent Sofus og Øyvind Østerud (2001), «Globalisering og Norge». I: Bent Sofus Tranøy og Øyvind Østerud (red.): *Mot et globalisert Norge?* Oslo: Gyldendal
- Tropiano, Stephen (2005), *Rebels og Chicks: A History of the Hollywood Teen Movie*. New York: Back Stage Books
- Turner, Jonathan og Stephen P. Turner (1990), *The Impossible Science*. Newbury Park, CA: SAGE
- Tønnesson, Johan L. (2001), *Vitenskapens stemmer*. Oslo: NFFO
- UNESCO (2005), *Convention on the Protection of the Diversity of Cultural Contents and Artistic Expressions*. Paris: UNESCO

- Urry, John (2000), *Sociology beyond Societies*. London: Routledge
- Urry, John (2003), *Global Complexities*. London: Polity
- van Elteren, Mel (1996), «Conceptualizing the Impact of U.S. Popular Culture Globally». *Journal of Popular Culture*, 30 (sommer): 47-89
- van Elteren, Mel (2006), «Rethinking Americanization Abroad: Toward a Critical Alternative to Prevailing Paradigms». *Journal of American Culture*, 29 (3): 345-367
- Veiden, Pål (2006), «Behovet for en utføringsbok i sosiologi». *Samtiden*, 2: 100-106
- Vertovec, Steven (1999), «Conceiving and Researching Transnationalism». *Ethnic and Racial Studies*, 22: 447-462
- Veseth, Michael (2005), *Globaloney. Unraveling the Myths of Globalization*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Vogler, Christopher (1998), *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*. Studio City, CA: Michael Wiese Productions
- Vaagan, Mona, Ragnar Hovland, Selma Lønning Aarø, Åge Hoffart, Sylvelin Vatlø og Paal-Helge Haugen (2000), *Film på vei. Bygdekinoen gjennom femti år*. Oslo: Norsk filminstitutt
- Waisbord, Silvio (1998), «When the Cart of Media is Before the Horse of Identity: A Critique of Technology-centered Views of Globalization». *Communication Research*, 25 (4): 377-398
- Waller, Gregory A. (red.) (2002), *Moviegoing in America*. New York: Oxford
- Wallerstein, Immanuel (1999), *The End of the World as we know it: Social Science for the Twenty-first Century*. Minneapolis: University of Minnesota Press
- Wang, Shujen (2003), «Recontextualizing Copyright: Piracy, Hollywood, the State, and Globalization». *Cinema Journal*, vol. 43, no. 1: 25-43
- Wasser, Frederik (2002), «Is Hollywood America? The Transnationalization of American Film Industry». I: Steven J. Ross (red.), *Movies and American Society*. Malden, MA: Blackwell

Waterman, David (2005), *Hollywood's Road to Riches*. Harvard, MA: Harvard University Press

Weinberg, Elizabeth A. (2004), *Sociology in the Soviet Union and Beyond: Social Enquiry and Social Change*. London: Ashgate

Wimmer, Andreas og Nina Glick Schiller (2002), «Methodological Nationalism and beyond: nation-state building, migration and the social sciences». *Global Networks*, 2, 4: 301-334

Winter, Rainer (2003), «Global Media, Cultural Change and the Transformation of the Local: The Contribution of Cultural Studies to a Sociology of Hybrid Formations». I: Ulrich Beck, Natan Sznaider og Rainer Winter (red.), *Global America? The Cultural Consequences of Globalization*. Liverpool: Liverpool University Press

WIPO (World Intellectual Property Organization) (1979), *Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*. Geneve: WIPO. Tilgjengelig på http://www.wipo.int/treaties/en/convention/trtdocs_wo029.html

Yong, Wang (2006), «China in the WTO: A Chinese View». *China Business Review Online*, 9. juni. Tilgjengelig på <http://www.chinabusinessreview.com/public/0609/yong.html>

Zipes, Jack (1993), *The Trials and Tribulations of Little Red Riding Hood*. London: Routledge

Zipes, Jack (red.) (2000), *The Oxford Companion to Fairy Tales: The Western Fairy Tale Tradition from Medieval to Modern*. Oxford: Oxford University Press

Østerud, Øyvind, Fredrik Engelstad og Per Selle (2003), *Makten og demokratiet. En sluttbok fra Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Gyldendal Akademisk

Antall ord i denne oppgaven: 39 296

Alle kilder i denne oppgaven er oppgitt