

ET MÅLEINSTRUMENTS ANVENDELIGHED - OM 'DEN IDEOLOGISKE SEISMOGRAF'

Af Kim Schrøder

I sin imponerende totalbeskrivelse af amerikansk tv (TV i USA), 1982) bruger Morten Giersing en episode fra McCloud-serien til en detaljeret eksemplarisk analyse af indholdet i kommercielt fremstillet tv-seriefiktion. Socialhistorisk tager serien ifølge Giersing, afsæt i en udbredt folkelig mistillid til "magthaverne" og opsuger denne mistillid ved at vælge en søn af folket som hovedperson, Sam McCloud, hvis oprindelse i Taos, New Mexico, knytter ham til de grundlæggende værdier som det amerikanske samfund har bygget på siden pionertiden og som rummes i western-mytologien.

Samtidig er Sam McCloud i kraft af sin rolle i New Yorks politi-bureaukrati en repræsentant for Systemet, for det by- og industrisamfund, hvis fremmedgørende og undertrykkende livsform er i modstrid med agrar-samfundets oprindelige værdier.

Den centrale indholdsmæssige struktur i serien er altså en polær modsætning mellem land og by, natur og kultur; i løbet af hver episode foregår den samme ideologiske bevægelse og ved slutningen ser det ud som om de oprindelige, agrare værdier er forenelige med de fremmedgørende, urbane værdier. Harmoniseringen mellem modsætningens to poler foregår især i kraft af McCloud-figuren, der fungerer som mediator: I hovedparten af hver episode er McCloud, tro mod sin landlige herkomst, en oprører i forhold til systemet (f.eks. arbejder han videre med en sag, som politichefen Clifford har frataget ham), men alligevel slutter alle episoder med McCloud og Cliffords forsoning:

Herved kvalificeres kultur-instansen til også at rumme natur-egenskaberne, hvoryed "oprørskheden" ikke blot aktiveres og udfoldes i seriens forløb, men også slutteligt postuleres indeholdt i den kulturinstans, den var oprør mod. Dette forløb har selvsagt ikke ændret kultur-instansen, Clifford eller det etablerede samfund, men hokus-pokus nummeret har integreret og uskadeliggjort oprøret, samtidig med at det har fået lov at formulere sig" (Giersing 1982: 317).

Det fremgår klart, at denne indholdsanalyse hele tiden forholder sig til seernes oplevelse af indholdet: Det er seernes utilpassethed og oprørskhed der får lov at formulere sig, men som i sidste ende integreres og uskadeliggøres.

Giersing tilføjer nu McCloud-analysen en yderligere pointe. Ikke blot kommer kultur-instansen til også at rumme natur-egenskaberne i løbet af hver episode; kultur-instansen har fra starten været indeholdt i McCloud-seriens natur-side, symbolsk udtrykt gennem valget af Taos, New Mexico, som Sam McClouds hjemsted. Taos vækker nemlig hos seerne ikke kun associationer i retning af western-myten oprindelig; Taos er beliggende i "solbæltet", et område i det sydlige USA der op gennem 1970'erne har oplevet en omfattende industrialisering og befolkningstilvækst: "Taos" står altså ifølge Giersing både for pioner-ånd og industriel succes. "Til associationerne om 'western-land' kommer således dem om det boomede syd" (ibid.: 320). De associationer Giersing her taler om, må være de amerikanske seeres formodede associationer.

Konsekvensen af disse historiske og geografiske data, som Giersing dokumenterer med stor omhu, er at Sam McCloud (for seerne) bliver en endnu bedre mediator:

Da McCloud (...) således ikke er uforenelig med en industri-kapitalistisk udvikling, men tværtom har en nutidig sådan 'i ryggen', når han konfronteres med den 'etablerede industri-kapitalisme' (bl.a. i Cliffords skikkelse), bliver det så meget desto lettere for ham i hver episode at optræde som mediator mellem de to poler". (ibid.: 321).

Når man har læst denne overbevisende analyse, sidder man med indtrykket af en blændende dygtig indholdsanalyse. Det mener jeg forsåvidt stadig. I Giersings analyse af McCloud ser vi indholdsanalysen, når den er bedst. Netop derfor er McCloud-analysen velegnet som udgangspunkt for at gøre status over den kvalitative indholdsanalyse.

Da jeg efter at have læst analysen sad og gjorde nogle notater, kom jeg til at tænke på den dér finesse med Taos, New Mexico, måske fordi jeg selv har været i Taos og det nærliggende Taos Pueblo og ved, at den ikke som Giersing skriver er en "navajo-indianerby" (ibid.: 318). Det var måske denne lille fejl som bevirkede, at jeg kom mere dybtgående i tvivl om analysen af "Taos": Ville den give nogen

amerikaner associationer til "solbæltets industrielle ekspansion"?

En mini-enquete blandt herboende amerikanere gav den respons, at "solbæltet" omfatter stater som Texas, Oklahoma, Louisiana, Florida, plus et par stykker til, hvorimod New Mexico overhovedet ikke er nogen industriel stat, den er stadig tyndt befolket og tilvandringeren består især af ældre mennesker.

Denne respons fra nogle få amerikanere ugyldiggør selvfølgelig ikke de centrale pointer omkring Sam McClouds mediatorrolle, men skaber tvivl om et af analysens mere sofistikerede træk: indbygningen af både "land" og "by" i Sam McClouds oprindelsessted, således at han i seerens bevidsthed allerede inden ankomsten til New York skulle rumme begge modsætningens poler.

Denne tvivl kunne være temmelig ligegyldig, hvis ikke det var fordi Giersings fejlfortolkning undergraver hele den kvalitative indholdsanalyseres ambitiøse intention: at kunne forklare serie-indholdet som klangbund for udbredte bevidsthedsstrukturer i befolkningen, eller som Giersing selv formulerer det: at analysen af de indholdsmæssige strukturer må "ske ud fra en jævnføring med den historiske situation, som serierne udspringer af og indgår i (...)" (ibid. 293).

Taos-analysen viser, at man ikke kan udtale sig om hvorvidt McClouds "tilknytning til det boomed new south (...) spiller med, når den amerikanske seer oplever ham som mytologisk troværdig" (ibid. 322) uden empirisk at undersøge hvordan seerne faktisk oplever McCloud. Derved antyder analysen, at indholdsanalyseres ambition om at jævnføre medie-indhold og historisk situation ikke kan opfyldes inden for indholdsanalyseres rammer. Inden for disse rammer må jævnføringen nødvendigvis blive spekulativ - omend ikke nødvendigvis altid forkert.

Giersings analyse af amerikanske seeres associationer på "Taos, New Mexico" rejser således generelle spørgsmål om indholdsanalyseres gyldighed. Det gælder dels i snæver forstand mht. det enkelte individs 'afkodning' af medie-teksten: er en indholdsanalyse gyldig for andre end analytikeren (analyseres intersubjektivitet)? Dels, i bredere samfundsmæssig forstand, gyldigheden af indholdsanalytisk begrundede forklaringer af samspillet mellem medieindhold på den ene side, og socialhistoriske forhold og social-psykologiske behov på den anden. Indholdsanalyser med

det sidstnævnte sigte har anskuet medie-indholdet som "ideologisk seismograf" for socialhistoriske forhold. Det er denne artikels primære formål at diskutere dette begrebs status; men diskussionen heraf vil uundgåeligt også berøre afkodningen af medietekster i snævrere forstand.

Den ideologiske seismograf

Tesen om den ideologiske seismograf er i første omgang fremlagt i Peter Larsens korte analyse af McCloud-serien i begyndelsen af halvfjerdserne:

Det, der gør sådan en serie interessant i et videre perspektiv, er, at den i selve sit økonomiske anlæg er disponeret for at arbejde med det alment- accepterede, det velkendte - og den bliver derved ubevidst en følsom seismograf, der med præcision registrerer, hvordan virkeligheden netop nu opleves af f.eks. de mellemlag, der fabrikkerer disse produkter". (Peter Larsen (1974), 302-3).

Det bliver da medieforskerens opgave at bruge sin indholdsanalytiske indsigt til at aflæse seismografens udsving og forklare, hvorfor befolkningens socialhistoriske situation på et givet tidspunkt passer sammen med et bestemt medieindhold. Eller mere præcist: Hvorfor mediernes indhold ændrer sig i takt med den socialhistoriske udvikling, og hvorfor det må ændre sig for fortsat at kunne opfylde seernes bevidsthedsmæssige behov.

Udtrykket "seernes bevidsthedsmæssige behov" vidner om en udvidelse af den ideologiske seismografs virkefelt i forhold til Peter Larsen-citatet: de mellemlags-rekrutterede medieproducenter kan jo ikke nøjes med at producere ud fra deres egne klassespecifikke behov og oplevelser. For at få massepublikummet i tale må indholdet indoptage erfaringer fra den arbejderklasse som udgør hovedparten af seerne. Genremæssige og tematiske ændringer i programindholdet vidner derfor ikke blot om bevidstheds-bevægelser hos kulturproducenterne:

(...) these changes would not take root commercially without corresponding changes in the dispositions (even the self-consciousness) of large audiences (Gitlin, 258)

Serien skal møde massepublikummet's erfaringsverden; klasse-mæssigt er masse-publikummet arbejdere og mellemlag, og serien skal helst appellere til

begge lønarbejdergrupper, er arbejderappellen størst skal ihvert fald dele af mellemlagene kunne sluses ind ved særlige træk i serien (Giersing 1980, 434).

Det er denne viden om, at medie-indholdet bliver til i spændingsfeltet mellem massemediernes seer-maximering og massepublikummets bevidsthedsmæssige behov, der for mange (deriblandt mig selv) har været berettigelsen for, at aflæse indholdet "baglæns" som ideologisk seismograf, eller hvad den naturvidenskabelige måleinstrument-metaforik i øvrigt har givet anledning til af navne:

Fiktionen (dvs. tv-serier) er et følsomt barometer for de sociale og bevidsthedsmæssige konjunkturer (Giersing 1982, 10-11).

For unashamedly commercial media like advertising it is absolutely essential to be in contact with the readers' consciousness (...). Because adverts are under this obligation (...) we can gain an insight into the readers' consciousness, their ways of thinking, their ideology, by analysing the structures of meaning found in advertisements. Through an analysis of advertising it becomes possible to take the temperatur of popular ideology. (Schrøder & Vestergaard 1984, 111).

Teoretisk er der ikke noget i vejen med den ideologiske seismograf. Problemerne opstår når man i praksis analyserer medieprodukter og forsøger at påvise overensstemmelsen mellem indhold og socialhistorie. Næsten alle de forsøg, der er gjort, præsenterer sig særdeles autoritativt, men kan principielt ikke opfattes som andet end kvalificerede gæt, hvor analytikeren ud fra en vis almen viden om socialhistorien tolker TV-fiktionsindholdet som svar på formodede historisk specifikke socialpsykologiske behov.

Politi-serierne og virkeligheden

Forklaringen på politi-seriernes stigende popularitet efter 1968 et ét eksempel. Giersing mener, at disse "politi-krimier (...) viste sig som den egnede form til opsugning af krisestemningen" (Giersing 1982, 297), der kom til udtryk i ungdomsoprør, raceuro og det håbløse engagement i Vietnamkrigen:

I de sene 60ere fik den menige amerikaner brug for at se sit politi som alt andet end korrumperet. Samtidig gav politi-serierne, modsat privatdetektiv-serierne, mulighed for en mere seer-nær kompensation: politimanden var som

seeren ansat, almindelig lønarbejder med problemer med chefen eller formanden. Skiftet til politiserier var i overensstemmelse med klasseudviklingen i samfundet" (ibid. 293).

Sådan! Keine Hexerei ..., og hvad man ellers siger. Men med hvilken berettigelse, kan indholdsanalytikeren egentlig fælde disse domme? På den ene side virkelighedens påvirkning af serie-universet: Hvad vil det sige, at den menige amerikaner "fik brug for" at se politiet fremstillet mere positivt end hidtil, og hvordan har dette behov fundet vej til kulturproducenterne? På den anden side det ændrede serieunivers' funktion i virkelighedens receptionssituation, hvor indholdet (i øvrigt ganske plausibelt!) siges at give mere "seer-nær kompensation"?

Det første spørgsmål om virkelighedens afsmitning på den kreative proces er vanskeligt at udforske fordi det i så høj grad hænger sammen med fingerspidsførmelse hos idé-mændene og dunkle "trial-and-error" processer i netværkenes produktudvikling.

Det er heller ingen let sag at lave analyser af receptions-situationen, hvori man søger at klarlægge oplevelses-situationen foran skærmen. Men den er immervæk lettere at afgrænse end den kreative proces' mangleddede kæde. Men må derfor undre sig over, at så få indholdsanalytikere hidtil har følt behovet for at efterprøve gyldigheden af deres seismografiske aflæsninger gennem epirisk undersøgelse af modtagelses-situationen.¹

Programmernes og virkelighedens historie

Hele Giersings afsnit om amerikansk tv's programhistorie er et ambitiøst forsøg på (ud fra fællesnævner-teorien, se nedenfor) at bruge tv-fiktion fra 1950-80 som ideologisk seismograf, at påvise korrelationerne mellem tv-ideologi og folkelig bevidsthed ved at tolke indholdet "baglæns" og projicere indholdets ideologiske strukturer ud i en socialpsykologisk profil.

Det var western-serierne, der dominerede aftensendetiden sidst i 1950'erne. Gier-sing forklarer generelt denne dominans ud fra Hollywoods fortrolighed med genren og den generelle længsel mod pionertidens natur, friske luft og enkle sunde værdier

(Giersing 1982, 165). Mere historisk specifikt tolkes western-serierne som en parallel til den udenrigspolitiske situation op mod 1960. Indholdet rummer en metaforisk ekspansionsideologi, der bevirker at USAs internationale, imperialistiske ekspansion i 1950erne legitimeres ved genoplevelsen af den oprindelige nationale ekspansion:

Det var en tid hvor USA uantastet var verdens førende magt og i færd med udbygningen af sit imperium, parallelterne tilbage til den oprindelige udvidelse, the frontier, var nærliggende bearbejdnings af den udvikling, der foregik. (ibid. 165).

Western-seriens store popularitet i årene omkring 1960 må ses i sammenhæng med en bred tiltro til USAs retfærdige lederposition. (ibid. 297).

Denne parallel-tolkning virker jo ganske overbevisende, men hvad skal man egentlig ved nærmere eftertanke konkret forestille sig, at der foregår inde i hovedet på gennemsnitsseeren anno 1958: hvilken realitet havde mon USAs internationale ekspansion for den almindelige amerikaners hverdagsoplevelse? Og hvordan forestille sig de bevidsthedsmæssige koblinger foran skærmen mellem western-universets ekspansions-mytologi og samtidens udenrigspolitik?

Andre forklaringer opfatter western-mytologien som noget der sætter samtiden i kontrast-relief: Usikkerheden overfor den meningsløse og kaotiske udvikling fører til en længsel mod det meningsfulde og overskuelige. Asger Liebsts analyse af western-romaner i dansk sammenhæng anno 1978 ser dem som en mulighed for virkelighedsflugt fra dagligdagens elendighed (denne kompensatoriske dimension indgår også i Giersings analyse, s. 165). Liebst forklarer western-romanernes stigende popularitet med at krisen udvikler et behov for aggressiv projektion på syndebukke:

Nogen må have skylden for konsumenternes usikre livssituation. Men samtidig må disse syndebukke findes i så tilpas eksotiske omgivelser (USA) i forrige århundrede) at der ingen umiddelbar association er mulig til den aktuelle livssituation. (Liebst s. 46).

Det er måske lettere at forbinde konkrete bevidsthedsprocesser med denne forklaring, men har den større gyldighed? Erik Thygesen svarer:

Ja, det kan da godt være, men det er da kun at lade sin egen subjektive tolkning slippe igennem i skær af en eller anden form for videnskabelighed. Winthers forlag er gået frem i 1970'erne. Det kan skyldes krisen og de behov som Liebst mener at have fået øje på. Men det kan da også skyldes alt muligt andet. (Thygesen, 1979).

- hvorefter han i flæng nævner: Winthers mere effektive distribution, befolkningens ændrede kulturelle adfærd i bred forstand, tv's prioritering af andre serie-typer end westerns, osv.

Seismografiske indholdsanalyser har således udelukkende deres egen forklaringskraft at støtte sig til, når de skal forsvare deres gyldighed. Og i sidste instans kan analysen ingen socialpsykologisk gyldighed have, uanset hvor meget den påberåber sig tematiske strukturer, personrelationer, konnotative værdier, osv.; den forbliver en kvalificeret individuel analyse, der ikke nødvendigvis er kongruent med modtagernes oplevelse. Og man har en ubehagelig fornemmelse af, at analysen altid vil få regnskabet til at gå op, den er en bunden opgave med to facit-muligheder: enten rummer indholdet en parallel der forstærker socialhistoriske træk, eller en kontrast der bortleder opmærksomheden fra socialhistorien. Og begge dele er lige godt.

Svagheden ved indholdsanalysens socialpsykologiske kobling bliver endnu mere tydelig, når indholdsanalytikeren forsøger at forklare mindre ændringer i seismografens udsving. I den nævnte artikel om McCloud forklarer Peter Larsen, hvorfor McCloud-serien i 1971 betonedede de oprørske sider af McCloud-figuren, mens episoder produceret i 1974 skildrer ham som mere integreret i storby-samfundet: Forskellen hævdes at hænge sammen med "den skærpede lov-og-orden-politik under Nixon-administrationen - politiet har brug for så meget støtte, at selv ikke McCloud-seriens antydningssvise, indforståede kritik længere er mulig eller tilladelig" (Larsen, 304). Seismograf-tesen bruges her til at gennemføre en bastant kobling mellem forandringer i den politiske sfære og ændringer i tv-fiktionens indhold: magthavernes stigende politiske undertrykkelse sætter sig omgående igennem i kulturindustriens produkter. Citatet giver næsten anelser om en sammensværgelse mellem ordensmagt og medieproducenter (og går derved ud over hvad seismograf-teorien berettiger til).

Men i Giersings analyse af en McCloud-episode fra 1976 er oprørskheden tilbage igen! Kun 2 år efter at oprørskheden var blevet tabubelagt som følge af lov-og-orden-tendensen, dukker den op igen i form af en gruppe truckere, der under McClouds ledelse udviser en uhørt opsætsighed over for ordensmagten og bl.a. smadrer en politi-afspærring.

Nu er forklaringen den, at "under krisen må serie-producenterne længere og længere ud i virkeligheden for at samle de faktiske erfaringer op (...). Men det er immervæk lidt af en dristighed at vise de forenede proletarers lystige magtudøvelse for at få hevet det retfærdige samfund i land på en måde, der kan fascinere seerne" (Giersing 1982, 352-3).

Hvad skal man tro? Hvem har ret? Og hvilken gyldighed har disse indholdsafledte analyser af den amerikanske befolknings socialpsykologiske udvikling? I 1971 en vis oprørskhed, i 1974 total tilpasning, i 1976 en uhørt oprørskhed, begrundet i henholdsvis ungdomsoprør, lov-og-orden-tendenser, og "krisen"?

Problemet ved at kritisere Giersings bevidsthedsarkæologiske projekt - og seismograf-teorien i det hele taget - er, at det er let at sætte fingeren på de ømme punkter, samtidig med at det er umuligt at opstille alternative metoder til påvisning af samspillet mellem tv-fiktionsindhold og folkelig bevidsthed, når det drejer sig om tilbagelagte historiske epoker som 1950erne. Ingen nok så følsom interview-undersøgelse af tv-seere, der fulgte medie-udbuddet i 1950erne, kan rekonstruere de faktiske oplevelser og den bevidsthedsmæssige resonans af datidens serie-univers, for slet ikke at snakke om oplevelsen af bestemte programmer.

Western-serier var populære i 1950erne, men hvorfor? Hvilke socialpsykologiske behov var western-serierne et adækvat svar på? Samme spørgsmål kan stilles om Dallas, Dollars, Hill Street Blues, osv. i dag. Hvis det skal blive muligt at fremstille gyldige forklaringer på sådanne spørgsmål, der har vidtrækkende betydning for bevidsthedsdannelsen i fremtidens medieoverflodssamfund, er det nødvendigt at der fremover kontinuerligt afsættes forskningsressourcer til projekter, der gennem empiriske receptionsanalyser kan klarlægge det komplekse samspil mellem medieindhold og folkelig bevidsthed.

I det følgende skal jeg skitsere to teorier om medie-indhold, der begge har været brugt som grundlag for at læse indholdet som ideologisk seismograf. Efter en kort præsentation af teorierne vil hovedperspektivet være i hvilken grad de hver især peger ud over den ideologiske seismografs begrænsninger og er anvendelige som udgangspunkt for kvalitative receptionsanalyser.

Teorier om tv-indhold

De to teorier som skal behandles i det følgende muliggør begge den kobling mellem indhold og socialpsykologi, som er kernen i den ideologiske seismograf. Bortset fra det har de ret forskellige udgangspunkter og forholder sig ret forskelligt til mediernes rolle i samfundet. Først behandles fællesnævner-/fusions-teorien som den er beskrevet i Giersing 1980 og 1982. Dernæst skjaldeteorien, som Fiske & Hartley 1978 er ophavsmænd til.

Fællesnævner-teorien

Fællesnævner-teorien er en mediesociologisk teori om socialpsykologiske behov og deres opfyldelse gennem forbrug af massemedier. Alle samfundsmedlemmer i det klasse-, race-, køns- og aldersmæssigt heterogene amerikanske samfund har nogle behov for at slappe uforpligtende af og for at få udspillet hverdagens problemer og konflikter gennem 6 timer daglig foran tv-skærmen. Amerikansk tv's kommercielle grundlag og netværk-strukturen bevirker, at de heterogene behov må forsøges opfyldt på én og samme tid for at nå en optimal appel til hele massepublikummet samtidig:

Når man går efter den størst muligt seerskare træder (...) den laveste fællesnævners princip i kraft. (Giersing 1982, 109).²

Fællesnævner-teorien handler altså om de tv-programmer, der sætter seermaximering over alt andet, dvs. at fællesnævneren sætter sig rent igennem ved kommercielt tv, mens den tendentielt er bestemmende for indholdet af "statsfjernsynskanaler" som Danmarks Radio og BBC.

Fællesnævner-princippet slår i første række igennem i programudbuddet, der præges af "en ensartethed der er den forligte sum af profit- og brugsværdikrav på det givne socialhistoriske tidspunkt" (ibid. 42). I USA vil "ensartethed" sige at tv's spisekort er reduceret til 4 retter: soap operas, quiz-shows, action-serier og situations-komedier. TV-industrien har fundet ud af, at disse genrer giver størst seertal - hvad der ikke er ensbetydende med at flertallet af seerne faktisk foretrækker dem:

Seertal-demokratiet er kun et pseudo-demokrati. De store seertal siger kun, hvad folk kan bringes til at se på, ikke hvad de vil have (ibid. 109).

Fællesnævnerprincippet slår ikke kun igennem i antallet og arten af retter, men er også bestemmende for hvilke ingredienser, de enkelte retter består af. Når fællesnævnerprincippet således slår igennem på selve indholdsdetailplanet kaldes det fusion: ved at "fusionere" forskelligartede indholdselementer bliver det muligt at "fusionere" de forskellige seergruppers behov for personidentifikation, gennemspilning af forskellige dagliglivskonflikter, osv. ind i én og samme serie (Giersing 1980, 425).

For eksempel konstrueres McCloud-figuren således at den rummer identifikationsmuligheder både for en lønarbejder- og en småborgerbevidsthed. Eller man vælger en midaldrende sort helt og udstyrer ham med en støttegruppe bestående af tre yngre mænd: en hvid, en sort og en mexianer, og én hvid kvinde (krimiserien Paris). Tematisk kan man lade hver serie-episode berøre en eller flere påtrængende sociale eller psykiske konflikter: barnløshed, hustruvold, kræft, homosexualitet, skilsmisse, narkotika, osv.

Fællesnævner-teorien anser således ikke medie-indholdet for at være en entydig størrelse, tværtimod bestemmes indholdet som nødvendigvis mangefacetteret (en bestemmelse der dog hyppigt modsiges af ret bastant-entydige konkrete analyser, som påvist ovenfor).

Teorien kan derfor udmærket suppleres med empiriske receptionsanalyser af forskellige etnisk, klasse- og kønsmæssigt definerede grupper differentierede oplevelse af et bestemt indhold. Giersing peger selv på dette perspektiv i

slutningen af sin bog:

I forlængelse af min analyse af den fusionerede appel vil det være nærliggende i analysen at accentuere de forskellige måder den givne betydningsstruktur kan opfattes på. (...) Indholdsanalysen må forudsætte den selektive reception, som ved hjælp af den socialpsykologiske forskning kan præciseres i forhold til køn og klasse, således at analysen får mulighed for at bestemme ikke blot den korrekte, men også den faktiske betydning af det givne produkt. (Giersing 1982, 397).

Denne principielle åbenhed over for forskellige målgruppers differentierede oplevelse af indholdet skal dog sammenholdes med fællesnævner-teoriens principielle (?) kulturpessimisme der kan vise sig at lægge væsentlige begrænsninger ned over empiriske receptionsanalyser i praksis. Der er en oplagt fare for at kulturpessimismen kan komme til at forsyne receptionsanalysen med skyklapper, der udelukker alt andet end kompensatoriske medie-oplevelser fra synsfeltet.

Giersings analyse er nemlig konsekvent styret af den opfattelse, at medieindustriens produkter er fremstillet ud fra en produktionsdynamik, som gør at bevidsthedsproduktet hverken kan eller må få nogen egentlig brugsværdi for seerne. Ganske vist må seernes behov tages alvorligt, men de tilfredsstilles kun tilsyneladende, på skråint: kompensatorisk. Han beskriver således hvordan action-scenernes æstetik er

"et eksempel på, hvordan den hele kompensatoriske brug af mediet sætter sig igennem i en åbenbar 'virkeligheds-forfalskende' billedbrug som er parallel med den indholdsmæssige forfalskning. (Giersing 1980, 429).

I sin foreliggende æstetiske helhed er dette billedsprog uløseligt knyttet til en kompensatorisk oplevelse (ibid., min fremhævelse).

Al produktion i et kapitalistisk samfund er jo baseret på udbytning: primær udbytning i produktionssfæren, sekundær udbytning under hjemmelivets forbrug af varerne. Mange af disse varer er korrupperede på forskellig vis: spegepølsen er 95% fedt, der er indbygget tidlig forældelse i de elektriske pærer, osv. Men derfra og så til at hævde, at alle kapitalistisk fremstillede varer udelukkende giver en korrupperende/kompensatorisk tilfredsstillelse af vores materielle behov er der dog et spring. Ikke desto mindre er det faktisk, hvad Giersing hævder om medieindustriens tilfredsstillelse af vores bevidsthedsmæssige behov: nul brugsværdi, rent surrogat.

Den amerikanske serie er som slik til fattige børn - den stråler, og man må bruge den i mangel af bedre, men den kan ikke bruges til noget. (Giersing 1982, 384).

Det er kun af nød - for at fange bevidstheden ind, så den kan udsættes for reklamebombardementet - at tv-fiktionen tager det virkelige livs problemer op, og konflikterne gennemspilles udelukkende for at kompensere for mangler i hverdagslivet:

Serien kompenserer således ikke blot for den degraderede arbejdssituation, men også den med arbejdstempo, transport, osv. følgende træthed og sørger for, at det sker efter fællesnævnerens altfavnende princip (ibid. 366).

Ydermere behandles de sociale og psykiske konflikter så overfladisk - for ikke at forurolige så meget, at reklamebudskaberne forstyrres - at de kun pirrer til problemerne uden at virke bevidsthedsudvidende:

Jo flere der skal sluses ind og jo flere hensyn til annoncørerne der skal tages, jo mindre bliver brugsværdien for den enkelte samfundsgruppe. De sorte må kigge på hvide, kvinderne på mænd og arbejderne må se deres egne erfaringer erstattet eller opblødt af de købedygtige mellemlags problemer (ibid. 384).

Denne dom over kommercielt tv har selvfølgelig noget på sig. Der vil da heller ikke her blive argumenteret for, at amerikansk tv spiller nogen som helst rolle for udviklingen af revolutionær klassebevidsthed. Derimod vil der blive argumenteret for, at det er urimeligt at frakende kommerciel tv-fiktion enhver positivt udviklende funktion i den sociale udvikling (jvf. nedenfor om "skjaldeteorien"). Og for at det grænser til kultursnobberi, når hundrede millioner seeres opslugthed af f.eks. Dallas afskrives på denne måde.

Er det nødvendigvis negativt, at arbejder-seerne ser overklassen som den skildres i Dallas? Er det overhovedet sikkert, at seerne dybest set - eller udelukkende - oplever personerne i Dallas som overklasse? Er det ikke muligt, at Dallas også formidler en symbolsk bearbejdning af familiens krise i 1970-80erne? Har Dollars nødvendigvis en negativ virkning på tolerancen af homosexualitet? Osv. Osv.

Der er to spørgsmål, som trænger sig på i denne forbindelse: Er det fællesnævner-

bestemt medie-indhold et specielt kapitalistisk fænomen? Og kan et fællesnævnerbestemt medie-indhold nødvendigvis kun have kompensatoriske funktioner i forhold til sit publikums behov?

Ifølge Giersing kan den kapitalistiske konkurrences fællesnævnerprincip kun resultere i forarmelse af medie-produkterne. Konkurrencen har f.eks. udskilt en vold+sex-formula, som dominerer action-serierne: "Det kriminelle forløb involverer (...) meget ofte samtidige seksuelle spændinger, men har også alene kompensatoriske muligheder" (ibid. 365).

Curran (1977) advarer mod tendensen til at gøre fællesnævnerprincippet til noget specielt kapitalistisk; medieskildringer af vold og sex har fascineret mennesker siden pressens barndom:

the assumption that the demand for mass entertainment has been defined by the cynical exploitation of the lowest common denominator of taste, intellect and predilection amongst mass audiences by capitalist entrepreneurs intent on optimizing sales in the mass market is belied by the historical evidence of popular demand for entertainment, characterized by many of the features that are routinely deplored (interest in crime, sex, gossip, etc.), predating the capitalist exploitation of the mass market (s. 52).

Det andet spørgsmål er det straks vanskeligere at svare på uden at kunne trække på et stort receptionsanalytisk materiale - og et sådant findes jo ikke. Det er min fornemmelse, at fællesnævner-teorien er utilbøjelig til at se tv-fiktionens komplekse karakter af symbolsk forskydning af virkelighedens fænomener og relationer (som antydte i de ovennævnte spørgsmål om Dallas og Dollars).

Konklusionen må derfor blive, at fællesnævner-teorien er mindre egnet som grundlag for uhildede empiriske receptionsanalyser, fordi den ikke har blik for andet end kompensatorisk behovstilfredsstillelse. Og receptionsanalysen bør ikke på forhånd lade sig nøje med udelukkende at blotlægge hvilke af de forskellige kompensationsmuligheder i det fusionerede indhold der appellerer mest til forskellige seer-grupper.

Skjaldeteorien

Denne teori er en tegnvidenskabelig (semiotisk) teori, der opfatter fjernsynet som, betydningsystem, eller rettere, som skæringspunkt for et samspil af sociale og individuelle betydningsystemer, også kaldet koder. Disse kommunikative koder består af tegn samt regler for tegnenes opbygning i større betydningshelheder, og er organiseret ifølge to grundprincipper: paradigmatisk kontrast og syntagmatisk kombination; på tre betydningsniveauer: denotation, konnotation/myte og mytologi; og med forskellige indbyrdes relationer mellem tegnene, hvoraf de to vigtigste er metafor og metonymi.

Koderne erhverves fra omgivelserne i løbet af individets socialisation og udgør den konventionsbundne forståelsesramme, hvorigennem individet opfatter, og skaber mening i, sin omverden. Koderne er bestemt af forskellige instanser: samfundet i bred forstand, større og mindre sociale grupperinger (klasse, kammeratskabsgruppe, familie, m.v.), og i sidste instans den enkeltes idionsynkretiske erfaringsverden. De bliver derfor mere end blot et instrumentelt meddelelsessystem, de bliver også bærere af sociale erfaringer, normer, holdninger, følelser, osv.

Samfundets kommunikationsprocesser foregår ved hjælp af et uhyre differentieret samspil af sådanne koder, der nok overlapper hinanden, men som også er mere eller mindre specifikke for forskellige sociale grupperinger. Fjernsynets kommunikation er ét af skæringspunkterne for disse koder, hvad der påtvinger det en rent tekstuel logik: For at indholdet skal være forståeligt/acceptabelt for alle, må det indkodes i overensstemmelse med "fællesmængden" af de koder som samfundets forskellige sociale grupper benytter. Ellers vil afkodningen tendentielt komme til at ligge milevidt fra indkodernes hensigter:

(...) de professionelle indkodere og den 'udifferentierede modtagerskare' kan i et sammensat samfund som vores ikke være sikre på, at de taler samme sprog. (...) Imidlertid pålægger netop dette træk ved fjernsynskommunikation indkoderne en disciplin, som sikrer at deres budskaber har forbindelse til kulturens centrale betydningsystemer, og at de koder, som budskabet udsendes i, er alment tilgængelige" (Fiske & Hartley, dansk udgave s. 70).

Denne indkodnings-/afkodningslogik har vidtrækkende betydning for bestemmelsen af fjernsynets samfundsmæssige rolle:

Fjernsynet fungerer som socialt ritual, der tilsidesætter de individuelle forskelle som vores kultur rummer, for at kommunikere med kulturens kollektive bevidsthed (ibid. 73).

For Fiske og Hartley opfylder fjernsynet i dag samme funktion som skjaldene i Europas tidlige middelalder. Skjaldene er kulturelle instanser, som ikke selv er de egentlige ophavsmænd til de tekster de frembringer; de benytter de forhåndenværende kommunikative ressourcer til at formidle kollektive erfaringer for det samfund de fungerer i: "Den virkelige 'ophavsmand' bag såvel skjaldenes som fjernsynets budskab er det publikum, i hvis sprog budskabet er indkodet" (ibid. 73).

Heri ligger berettigelsen til at analysere fjernsynets indhold som ideologisk seismograf, hvad Fiske og Hartley da også gør med forskellige programtyper (nyheder, sport, tribuneunderholdning og krimi-serier).

Seismografens udsving vil primært give oplysninger om samfundets konsensusværdier. Fjernsynets budskab er socio-centralt, men udsvingene vidner også om alternative perspektiver der trænger sig på:

Skjaldeformidleren søger at artikulere de centrale anliggender, som kulturen har arbejdet sig frem til, mens han kun i begrænset omfang (...) omtaler ideologier, anskuelser, tænkemåder og perspektiver, som tilhører grupper der af en eller anden årsag befinder sig i kulturens periferi (ibid. 76).

Samtidig med at det følger af fjernsynets natur, at alternative anskuelser ikke kan holdes ude, kan indkoderne ikke sikre at selv socio-centrale budskaber afkodes i overensstemmelse med indkoderens hensigter, dvs. socio-centralt. Ifølge kodeteori- en er "divergerende afkodninger" altid mulige. De forekommer når

én deltager indkoder et budskab ifølge ét bestemt sæt koder og konventioner, og en anden deltager afkoder dette budskab ifølge nogle andre koder" (ibid. 70).

Faktisk følger det logisk set af skjalde-teorien, at et tv-program ikke har ét afgrænset budskab. Programmet kan ikke være andet end et indkodet betydnings- potentiale, hvis realisering afhænger af modtagernes afkodning af dets betydnings-

elementer og -strukturer. Modtagerne kan så at sige "stå af", hvis programmet lægger op til en afkodning, der er dem imod. Muligheden for divergerende afkodning "beskytter publikum mod direkte tvang eller blot påvirkning hen imod én bestemt udgave af sandheden" (ibid. 70).

Selvom denne immunisering af seerne mod de opfattelser, fjernsynet forsøger at påføre dem, måske er vel optimistisk, forekommer det ikke urimeligt at udstyre seerne i afkodningssituationen med en vis 'relativ autonomi'. Mere konkret: selvom et nyhedsindslag om en økonomisk stramning lægger op til en vi-er-alle-i-samme-båd ideologi, forhindrer det ikke klassebevidste seere i at opponere, at det som altid er de svageste, der rammes hårdest. Og selvom en krimi-serie lægger op til, at det amerikanske samfund skal opfattes som 'retfærdigt i sidste ende', forhindrer det ikke den kritiske seer i at afkode dette som værende i modstrid med virkeligheden.

Og nogle seere kan mene, at Dallas i skildringen af Pamela forholder sig positivt til udearbejdende kvinder, mens andre kan opleve det sådan at det netop er Pamelas krav om en identitet gennem arbejde der ødelægger familie-harmonien. Eller de samme seere kan samtidig opleve begge dele!

Kodeteorien opererer således med både et komplekst indholdsbegreb og et komplekst receptionsbegreb: En medietekst rummer potentielt mange lag af aktive modsætninger og den enkelte seer behøver ikke at vælge én tolkning:

Hver af os rummer indbyrdes modstridende anskuelser om vores stilling i samfundet, og vi reagerer på vores vilkår på forskellige måder samtidigt. (ibid. 89).

Niels-Aage Nielsens undersøgelse peger for eksempel på, at Dallas' succes kan skyldes at den har fundet en "ironisk balance" (s. 44), der muliggør indlevelse i og kritisk distance til serieindholdet samtidig. Denne bevidsthedsmæssige kompleksitet i indhold og modtager betyder imidlertid ikke, at alle betydningsdimensioner er lige tydelige og alle afkodningsmuligheder lige sandsynlige. Både tekstens betydningsstrukturer og samfundets bevidsthedsformer "peger på" nogle dimensioner, der er mere 'nærligende' end andre:

Selvfølgelig tager billedet sig ikke så flydende ud, mens vi kigger på det: hvert budskab har en 'foretrukket' betydning nedlagt i sig. Men selv foretrukne betydninger, der sædvanligvis er identiske med de herskende samfundslags opfattelse, må konkurrere med og ses i sammenhæng med andre mulige synsmåder" (ibid. 17).

Tekstens foretrukne betydning vil ligge tæt op af samfundets herskende ideologi, men gennemskæres af betydninger der forholder sig mere eller mindre oppositionelt til denne ideologi. På baggrund af det indkodede betydningspotentiale vil seeren afkode medieteksten ud fra den sociokulturelle kode, han/hun har til rådighed:

Eftersom den anvendte kode stammer fra seerens hele sociale erfaring, såvel som fra hans/hendes reaktion på det konkrete budskab, konstaterer vi, at betydningen (...) i afkodningsøjeblikket kobles sammen med seernes forskellige betydningssystemer. Det er øjeblikket, hvor ethvert fjernsynsbudskabs endelige betydning frembringes (ibid. 90) (min fremhævelse).

Det kan nok undre en smule, at medieforskere, der så utvetydigt definerer fjernsynets indhold som afhængigt af modtagelses-situationen, ganske uforfærdet giver sig i kast med rene indholdsanalyser af "budskabet" og uden vaklen hævder f.eks. at krimi-serien "The Sweeney fortæller os, at i en periode hvor 'det virkelige liv' præsenterer os for løntilbageholdenhed, inflation og faldende levestandard, er der ingen grund til fjendskab mellem klasserne" (ibid. 161).

Denne manglende erkendelse af, at det er nødvendigt at gennemføre empirisk receptionsforskning for overhovedet at nå frem til viden om indholdet, virker ganske besynderlig i betragtning af Fiske og Hartleys teoretiske positioner. Det betyder imidlertid ikke, at skjaldeteorien ikke kan udgøre et fortrinligt grundlag for receptionsforskning. Teoriens egnethed ligger først og fremmest i den komplekse forståelse af både indhold og reception, men også i høj grad i opfattelsen af fjernsynets rolle i samfundet.

Mens Giersing konstant vender tilbage til det fusionerede produkts grundlæggende én-dimensionalitet, i form af den kompensatoriske ensretning af seerne til accept af verden som den nu engang ser ud, argumenterer Fiske og Hartley overbevisende for, at fjernsynet nok har socialt-integrative funktioner, men at det samtidig kan være en dynamisk og progressiv kraft i den socialhistoriske udvikling. Det gælder for eksempel skildringen af sort i amerikansk tv, hvor

Det forhold, at etniske mindretal behandles mere velvilligt i fjernsynets symbolske verden end i samfundet, kan pege på at det fordomsfri ønske om at integrere dem er forud for virkeligheden, og på at fjernsynet tager aktivt del i denne igangværende samfundsmæssige forandring (ibid. 22) (min fremhævelse).

De peger desuden på, hvordan fjernsynets fiktionsprogrammer gennem rituel fortætning (ibid. 77) giver flygtige og vanskeligt erkendbare strømninger og opfattelser i befolkningen materiel substans, således at stillingtagen til de samfundsmæssige strømninger kan foregå gennem stillingtagen til de fiktionsprodukter der bearbejder dem i rituelt fortættet form. Fjernsynet præsenterer os dagligt for

en bestandig ajourført udgave af samfundsforhold og kulturelle opfattelser. Dets egne budskaber reagerer på forandringer i disse forhold og opfattelser, således at dets publikum bliver gjort opmærksom på de mangfoldige og modsætningsfyldte valgsituationer hver dag byder på, som har mulighed for at blive udvalgt som fremtidens synsmåder (ibid. 17).

Fiktionsudsendelserne fungerer derfor som prøveballoner for, hvor grænserne går i den folkelige konsensus. Det er en væsentlig pointe i denne forbindelse at tv-fiktionen ikke har mulighed for at afvente klar-signalerne fra nye grænsedragninger i virkelighedens ideologiske konsensus. Fjernsynet står ikke uden for og hævet over virkeligheden, men må som en integreret del heraf forsøge at pejle sig frem til, hvor de uhåndgribelige bevægelige grænser befinder sig. Derved er tv-fiktionen nødvendigvis med til at påvirke disse grænser, det være sig progressivt såvel som regressivt.

For eksempel kan seerne gennem Dallas "bearbejde" diffuse fornemmelser omkring familiens situation, uden at der herved skal forstås at sening af en Dallas-episode igangsætter dybsindige diskussioner omkring kaffebordet. Dallas tilbyder nok eskapisme, men samtidig med kompensatorisk eskapisme må der være tale om "selvreflekterede eskapisme" (Fiske & Hartley, engelsk udgave s. 80), der på ingen måde behøver at hæmmes af, at seerne er almindelige lønarbejdere mens de fiktive personer tilhører den absolutte overklasse. Fiske og Hartley skriver om en anden serie (The Brothers):

På trods af, at serien på det denotative eller manifeste niveau handler om en ejendomsbesiddende klasse, kan den fungere som fjernsyn netop i kraft af at den forvandler denne klasse (...) til undertrykt klasse. Deres livsform kan være

nok så strålende og 'herskende', men på det konnotative niveau fremtræder de sædvanligvis som 'mennesker-som-du-og-jeg' (Fiske & Hartley, dansk udgave s. 93).

Her er det så igen værd at huske på, at det kun er gennem empirisk receptions-forskning, at man vil kunne udtale sig om seernes faktiske oplevelse af tv-fiktion.³

Skjaldeteoriens begrænsninger

Selvom Fiske og Hartley argumenterer overbevisende for deres skjaldeteori, sker det ind imellem at en noget blåøjet optimisme mht. fjernsynets samfundsmæssige funktioner stikker hovedet frem. Det gælder dels opfattelsen af seeren som delvist immun over for fjernsynets påvirkning, dels fjernsynets forsvindende indvirkning på familiesammenhængen. Fiske og Hartley ser her ingen negativ påvirkning af tidligere tiders familielever:

Den tid, som fjernsynet lægger beslag på, brugtes før i tiden af folk til mange forskellige gøremål såsom at strikke, sludre eller endog småsove, aktiviteter der alle synes at være forenelige med det nye medie. Det har bragt ny inspiration ind i hjemmet og skabt behov for flere snarere end færre andre former for underholdning (ibid. 60).

Skjaldeteoriens udelte medie-optimisme hænger sammen med dens udspring af en sprog-og tekstvidenskabelig tradition, der udelukkende ser medierne som interaktionsfelt for kommunikative koder og ikke medtænker hverken de økonomiske lovmæssigheder som produktionen af teksten er underlagt, eller de socialpsykologiske behovs opståen i det kapitalistiske hverdagsliv.

Hos Fiske og Hartley nævnes produktionssidens økonomiske hensyn én gang, i form af at "medieinstitutionerne selv er låst fast i den herskende markedsøkonomi" (ibid. 67). Behovs-siden tildeles en lidt grundigere behandling, f. eks. afvises opfattelser (som 'uses and gratification'-modellen) der opererer med universelle menneskelige behov, og der opregnes en række socialhistoriske faktorer, som spiller en rolle for behovenes udformning: "arbejdsdeling, klasse modsætning, regionale kulturformer, økonomiske forskelle og de mange forskellige subkulturer" (ibid. 62).

Ligeledes kritiserer de andre for at opfatte den samfundsmæssige kontekst "som én variabel blandt mange, snarere end som et grundlæggende vilkår for hele kommunikationsprocessen" (ibid. 65). De skylder imidlertid at konkretisere denne indirekte hensigtserklæring om inddragelse af modtagernes sociale virkelighed. Deres diffuse, teoretiske kapitel om seerens klassetilhørsforhold kan ikke gøre det ud for en virkelighedsnær beskrivelse af hverdagslivets vilkår.

Resultatet er derfor at indholdsanalyserne bevæger sig på et temmelig abstrakt, ideologisk niveau, hvor dominerende sociocentrale synsmåder brydes mod perifere alternative opfattelser. De socialpsykologiske aspekter, hvor indholdet ses som kompensatorisk svar på behovene i den enkeltes daglige tilværelse, er fraværende. Skjalde-teorien er derfor i sig selv utilstrækkelig som grundlag for forklaringsdygtige empiriske receptionsanalyser.

Mod en eklektisk syntese?

I Giersings fremstilling af fællesnævner-teorien er blikket rettet mod den økonomiske produktionsdynamik der ligger bag fjernsynets kompensatoriske tilfredsstillelse af den enkelte seer og seergruppes socialpsykologiske behov i en hverdag præget af menneskelig forarmelse. Medieindholdet får derved også konsekvenser på overordnet samfundsmæssigt niveau, som samfundsbevarende fænomen.

Fiske og Hartleys skjaldeteori bevæger sig hovedsagelig på det makro-sociale niveau og argumenterer ud fra tekstlig kodelogik for fjernsynets potentielt progressive rolle i den social-historiske udvikling. Det kan den ikke gøre uden samtidig at forholde sig til den enkelte seers og seergruppes brug af det komplekse tv-indhold.

Begge teorier har deres svage og stærke sider, og argumentationen i det foregående har søgt at dokumentere at den ene er stærk, hvor den anden er svag, og omvendt. Konklusionen må da blive, at de to teorier i forening vil kunne udgøre et optimalt grundlag for en empirisk receptionsforskning, der lige fuldt er opmærksom på tv-indholdets ideologi-cementerende kompensatoriske og dets bevidsthedsudvidende-reflektive funktioner, og som ikke afskriver muligheden for at de foregår samtidig

både i samfundet og den enkelte seer.

Hvad med indholdsanalysen?

Som det er fremgået, er indholdsanalysen i traditionel forstand en profetisk aktivitet - det er den nødt til at være, når det gælder analyse af ikke-nutidige tv-programmer, men når det gælder samtidige programmer, er den det kun i mangel af bedre, d.v.s. i mangel af modtageranalyser.

Det betyder ikke, at indholdsanalyse er rent gætteri; profeter er jo aldrig løbet an på rent gætteri, de har altid baseret deres profetier på grundig indsigt i de fænomener, de udtalte sig om. På samme måde har indholdsanalysen efterhånden en forbløffende evne til at beskrive et stort udsnit af, hvad der formodentlig er "sandheden" om seernes oplevelse af indholdet.

Alligevel er det principielt uberettiget at benytte tv-fiktion som ideologisk seismograf, fordi man derved enten forudsætter, at "seernes" historisk betingede oplevelse af medie-indholdet forløber i homogen overensstemmelse med teksten iboende budskab, eller forudsætter at det er muligt at blotlægge den intersubjektive oplevelse af indholdet med 'oplyst introspektion' som eneste redskab.

Men er det overhovedet holdbart at antage, at tekster har en universelt erkendbar, iboende betydning? Og hvis det er tilfældet, hvem kan da påberåbe sig kompetencen til at beskrive denne betydning? Og hvis det ikke er tilfældet, kan man da antage at en hvilken som helst indholdsanalytiker besidder evnen til at blotlægge netop de intersubjektive elementer af indholdsoplevelsen? Og hvem siger, at det kun er disse elementer, der er interessante?

Det er spørgsmål som disse, der har optaget medieforskere som siden slutningen af 1970'erne er begyndt at beskæftige sig med receptionsforskning (Morley 1980 og 1981; Wren-Lewis 1983; Hjort 1983). Forholdet mellem tekstens betydningspotentiale og modtagernes 'relativt autonome' betydningsproduktion i afkodningen er nok det mest prekære teoretiske spørgsmål i mediesemiotikken i dag. Spørgsmålet om iboende betydning kan være teoretisk interessant nok, fordi et bekræftende svar vil

kunne legitimere en autonom indholdsanalyser afdækning af disse strukturer, uanset seernes oplevelse af dem. Men for en socialt engageret medieforskning er spørgsmålet irrelevant: En tv-udsendelses 'indhold' er i sig selv ligegyldigt, det interessante og væsentlige er, hvordan seerne oplever indholdet, for heraf afhænger udsendelsens funktioner i samfundslivet. Tekstens foretrukne betydning ('the preferred meaning') må derfor i sidste ende defineres som seernes foretrukne afkodning(er) ('the preferred reading(s)'), og ikke som en i teksten iboende kernebetydning (jvf. Wren-Lewis, s.).⁴ Og eftersom ingen nok så profetisk skrivebordsanalytiker kan have indsigt i seernes faktiske oplevelser, det være sig de subjektive eller inter-subjektive, må konklusionen være, at indholdsanalyser for at være gyldige må være analyser af 'det oplevede indhold', og at indholdsanalyse kun kan foregå gennem empirisk receptionsanalyse af oplevelsessituationen foran skærmen.

Hvad så med indholdsanalysen i gængs forstand? Skal medieforskerne holde op med at lave indholdsanalyser for fremover udelukkende at hellige sig modtagerforskning? Selv om det principielle svar må være et ja, findes der også et mere pragmatisk svar på spørgsmålet: at det i praksis er umuligt (og måske unødvendigt) at skaffe de ressourcer, der skal til for at gennemføre kontinuerlige receptionsanalyser af en tv-programflade dag for dag, uge for uge, o.s.v.

Indholdsanalyser må forventes også fremover at skulle udgøre en væsentlig del af medieforskningen. Men det er nødvendigt at se indholdsanalysen i en ny forståelsesramme, hvor den uigenkaldeligt har mistet en del af sin autoritet. Jeg ser indholdsanalysen i to roller fremover:

1. Indholdsanalysen bliver modtagerforskningens vigtigste hjælpedisciplin, hvis opgave det vil være ud fra tekstvidenskabens indsigt i betydningsdannelse og tekststrukturer at forklare de faktisk forekommende seer-oplevelser og -tolkninger, som modtagerforskningen finder frem til. Denne opgave er altså post-empirisk.

Spørgsmålet om indholdsanalysen bør spille en præ-empirisk rolle er genstand for en del diskussion: skal receptionsforskeren indsamle sin empiri (f.eks. seer-interviews) ud fra en forudgående indholdsanalyse af udsendelsen, eller skal han/hun give afkald på denne forhåndsstrukturering af interview-forløbet for

derigennem at lade informanternes respons komme mere spontant frem? Modstanderne af en præ-empirisk rolle for indholdsanalysen argumenterer med, at det ikke er modtagerforskningens opgave at undersøge, om respondenterne kan "se det samme" som analytikerne; det interessante er, hvor mangfoldig afkodningen er (Wren-Lewis, s. 195).⁵

På den kvalitative modtagerforsknings nuværende spæde stadie forekommer det urimeligt at lægge sig fast på enten forhåndsstruktureret eller spontan dataindsamling. Der er et behov for gennem målrettede undersøgelser at få afprøvet de indholdsanalytisk begrundede hypoteser om tv-fiktionens kompensatoriske funktioner, f.eks. identifikationsmønstre, o.s.v. Samtidig vil samtaler "på lige fod" mellem forsker og informanter formodentlig være bedre til at opnå et indtryk af alternativer, uforudsete oplevelsesmønstre.

2. Indholdsanalysen bliver en pragmatisk begrundet erstatning for modtagerforskning, fordi det som nævnt vil være umuligt i praksis at lave kvalitativ receptionsforskning i det samlede programudbud. Men disse indholdsanalyser kommer til at foregå på andre præmisser end hidtil: I stedet for at præsentere afrundede analyser af udsendelsers indhold, må indholdsanalyser fremstå som en vifte af potentielle betydninger. Efterhånden som modtagerforskningen forøger vor viden om den faktiske reception, kan denne viden indarbejdes i indholdsanalyserne, der således vil bevæge sig længere og længere væk fra blot at være et optimalt introspektivt ekko for udsendelsen.

Den ideologiske seismograf

I den oprindelige formulering af teorien og den ideologiske seismograf opereres der med et skel mellem "virkeligheden" (befolkningens totale livssammenhæng) og "medierne, der bearbejder denne virkelighed, således at befolkningen i medierne ser virkeligheden som i en slags spejl. Virkeligheden og medierne er på den ene side adskilt, men samtidig knyttet sammen på en sådan måde, at medie-indholdet kan bruges som en ideologisk seismograf for, hvad der rører sig i den sociale virkelighed. Medieforskeren er ekspert, der gennem indholdsanalyse kan aflæse og tolke måleinstrumentets udsving og derved forklare sammenhængen mellem

medie-indhold og virkelighedens bevidsthedsmæssige rørelser.

Der er i det foregående blevet argumenteret imod denne teori. Dels ved en problematisering af hvilken status, medie-indholdet kan tilskrives i forhold til modtagernes oplevelse af det; dels ved en problematisering af skellet mellem virkelighed/samfund og medier, hvis konsekvens er at mediernes betydningsprocesser må opfattes som en integreret del af samfundslivet og af både progressive og regressive strømninger, ikke som en instans der udefra blot registrerer sådanne strømninger.

'Den ideologiske seismograf' er fortsat anvendelig som metafor for en vigtig medieforskningsaktivitet, med to ændringer. For det første er der sket en forskydning af denne aktivitets primære genstandsfelt: Det må fremover være den enkelte seers og seergruppes oplevelse af medie-indholdet, der kan opfattes som seismograf for bevægelser i den sociale virkelighed, som både medier og modtager lever i. For det andet er instrumentets målefelt blevet udvidet, så det foruden 'ideologiske positioner' også registrerer oplevelseskvaliteter i bredere forstand. Medieforskeren er eksperten, der gennem kvalitativ receptionsanalyse aflæser, strukturerer og tolker seismografens udsving for at kortlægge faktiske oplevelsesmæssige positioner i den sociale virkelighed.

Noter

1. Af hidtil publicerede danske arbejder inden for tv-reception har jeg kendskab til Nielsen (1982) og Jensen & Tufte (1984).

Af disse undersøgelser forholder Nielsen (1982) sig generelt til modtagelsessituationen (specielt tidsoplevelsen) og går ikke ind i oplevelsen af specifikke udsendelser foran skærmen.

Derudover har Anne Hjort ved Institut for Litteraturvidenskab i København arbejdet med sammenlignende receptionsanalyse af Dallas og Krigsdøtre. Klaus Bruhn Jensen ved Engelsk Institut i Århus er i gang med en undersøgelse af amerikanske seeres oplevelse af tv-nyhedsprogrammer, og jeg selv arbejder på et projekt med titlen "Amerikanske tv-serier i Danmark: indhold, modtagelse og kulturel påvirkning".

2. For mig at se ligger der en rest af kulturradikal bedreven i udtrykket "den laveste fællesnævner"? Objektivt set må det det være tilstrækkeligt, at programindholdet tilstræber den højeste fællesnævner for de forskellige forbrugergrupperes behov?
3. En amerikansk/israelsk receptionsundersøgelse (Katz & Liebes, 1984) tyder på, at Dallas faktisk ofte fører til "dybsindige diskussioner" foran skærmen, både under og efter seingen. "It is clear (...) that people are discussing and evaluating not only the issues of the Ewing family but the issues in their own lives." (s. 31).
4. I sin "indføring i tekstlæsning" opponerer Jens Anker Jørgensen mod den opfattelse, at "der slet ikke findes nogen rigtig læsning af en tekst, men at enhver har sin opfattelse af en tekst, og at alle opfattelser i princippet er lige gode" (s. 12).

Det er klart, at man fra en tekstpædagogisk synsvinkel må hævde, at der findes 'rigtige' læsninger der må baseres på belæg i tekstens betydningselementer, og at man kan lære at blive en bedre tekstlæser ved at tvinges til at dokumentere sine indtryk. Jørgensen har også ret i, at de oplevelser man kan have ved mødet med en tekst, man 'misforstår' kan være nok så værdifulde, men at de ikke kan siges at være resultatet af "et egentligt møde med en fremmed bevidsthed" (ibid. s. 13).

Disse indvendinger har imidlertid ingen gyldighed i tv-oplevelsessituationen. Dels er der ikke tale om nogen indlæringsituation, hvor seeren afkræves dokumentation for sine oplevelser og associationer; dels har nutidens 'skjaldekvad' (jvf. ovenfor s. 12) ingen definerbare ophavsmænd, hvis "fremmede bevidstheder" man møder i oplevelsen af udsendelsen.

I oplevelsen af fjernsynsudsendelser findes der derfor ingen 'rigtige', kun faktiske læsninger af teksten.

5. Morley (der i øvrigt ikke er at finde blandt disse modstandere) afviser på tilsvarende grundlag en modtager-analyse, der blot efterprøver om producen-ternes hensigter når frem til seerne (f.eks. O. Linné & K. Marosi, Understanding TV, Danmarks Radio 1976). Han opfatter sådanne analyser som "a 'comprehension study' - as to whether the audience had 'understood' the (pre-

defined) meaning of the programme (a documentary on Vietnam) - rather than one concerned with the various possible kinds of meanings and understandings that were generated from the programme by the different sections of its audience" (Morley 1980, s. 8).

Denne kritik må nok opfattes mere som en afvisning af en bestemt forskningsmetodik, hvor producenternes kommunikative hensigter er styrende for receptionsforskningen (jvf. "pre-defined"), end som en principiel afvisning af det bagvedliggende forskningsmål: For massekommunikationsforskning kan det (specielt ved fakta-programmer) i andre sammenhænge være rimeligt at undersøge, om den kommunikative hensigt opfyldes eller ej.

Litteratur

- Curran, James, Mass Communication as a Social Force in History, Open University Press 1977, Course DE 353.
- Fiske, John, og John Hartley, Reading Television, London 1978, Methuen. Dansk udgave: Fjernsynets Sprog, København 1981, NNF Arnold Busck.
- Giersing, Morten, "TV - Made in USA. Om det amerikanske TV og dets produkt: seriefilmen". In: B. Fausing og P. Larsen (red.): Visuel Kommunikation, vol. II, København 1980, Medusa.
- Giersing, Morten, TV i USA, København 1982, Gyldendal.
- Gitlin, Todd, "Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment". In: Social Problems, Vol. 26, No. 3, February 1979.
- Hjort, Anne, "Teori om 'afkodning' og empirisk undersøgelse af modtagelse af TV". Institut for Litteraturvidenskab, Kbh. Universitet, 1983.
- Jensen, Else og Birgitte Tufte, "Om kvalitativ empirisk receptionsforskning - eksemplificeret ved en undersøgelse af børns brug og oplevelse af video". In: Massekultur & Medier, nr. 10, 1984.

- Jørgensen, Jens Anker, "Indføring i tekstlæsning". In: Ib Fischer Hansen m.fl. (red.); Litteraturhåndbogen, København 1981, Gyldendal.
- Katz, E., og T. Liebes, "Once upon a time, in Dallas". In: Intermedia, May 1984, vol. 12, no. 3.
- Larsen, Peter, "McCloud som ideologisk og industrielt produkt". In: Michael Bruun Andersen og Jørgen Poulsen (red.): Mediesociologi, København 1984, Rhodos.
- Liebst, Asger, Krise til Salg, Medusa 1978.
- Morley, David, The 'Nationwide' Audience, British Film Institute, 1980.
- Morley, David, "The Nationwide Audience - A Critical Postscript", In: Screen Education 39, 1981.
- Nielsen, Niels-Aage, Seriesening i TV, Forskningsrapport nr. 48, Danmarks Radio 1981.
- Schrøder, Kim og Torben Vestergaard, Advertising: Language and Ideology, Oxford 1984, Basil Blackwell.
- Thygesen, Erik, "Til Salg: falsk varebetegnelse". Anmeldelse af A. Liebst, Krise til Salg. In: Dagbladet Information 20. januar 1979.
- Wren-Lewis, Justin, "The encoding/decoding model; criticisms and redevelopments for research on decoding". In: Media, Culture & Society, vol. 5, no. 2, 1983.
- Kim Schrøder er kandidatstipendiat ved Engelsk Institut, Aarhus Universitet.