

Postman

KOMMENTAR OG OMTALE

Receptionisme - eller receptionsforskning som ideologi.

Af Jan Krag Jacobsen

MEDIEKULTUR nr. 11 har valgt at beskæftige sig med temaet "Nye veje i medieundervisningen" og lægger ud med en kort artikel af Jørgen Bang, der hedder "Den mediepædagogiske udfordring". Det er oplagt at læse den som et bud på, hvad han mener, at dansk medieforskning kan og bør byde på, når det drejer sig om den danske mediepædagogik.

Det man ifølge artiklen skal byde på, er den nyere receptionsforsknings indsigter. Der skal ske et skift i undervisningen således, at det ikke er teksten men modtageren, der kommer i fokus. Den nyere receptionsforsknings indsigter skal være ene på banen og de indsigter, der måtte være i forbindelse med forskning i tekster og afsendere er bagstrøberiske og i bedste fald ligegyldige.

Hvis dette er meningen med artiklen, så synes jeg, at den kræver at få nogle ord med på vejen. Jeg er udmærket klar over, at jeg ved at gøre det forsnyder mig mod een af dens hovedteser. Næmlig tesen om, at det ikke er teksten, men hvad der sker i hovedet på læseren, der bør være i centrum. Men inden der er foretaget receptionsanalyser på læserne og vi har fun-

det ud af, hvilke erfaringer, de forarbejder ved hjælp af artiklen, kan det vel være rimeligt, at se på selve teksten. Eller med andre ord: I mangel af bedre vil jeg indtil videre nøjes med at receptionsanalyser mig selv og sige, hvad det er, jeg læser ud af teksten.

Det må vel være et fundamentalt problem for receptionsanalytikere at lave manifeste. Idet dette jo er en genre, hvor afsenderen og teksten står i centrum. Hvor det ligesom i den videnskabelige artikel eller blot i den almindeligt oplysende tekst er magtpåliggende for forfatteren, at teksten udtrykker, hvad denne har at sige. Modtageren kommer først ind i billedet, når der foreligger en tekst. Og indtil da arbejder afsenderen med sin tekst.

På et tidspunkt kunne det i øvrigt være interessant at høre receptionsforskernes mere detaljerede syn på tekster, hvor faktaindholdet spiller en rolle. Det gør det jo i en væsentlig del af den tekstmængde, vi udsættes for både i mini- og massekommunikationen.

Jørgen Bangs artikel starter med et voldsomt angreb på Neil Postman og specielt på hans bog om TV "Amusing ourselves to death". Det er bemærkelsesværdigt, at Jørgen Bang ikke tager stilling til, hvad der står i denne bog og om det eventuelt kunne være sandt, men kun til, hvilken betydning den efter hans mening kan få

for den danske medieundervisning. Det er en skam. Den indeholder nemlig en masse iagttagelser af nordamerikanske fænomener og erfaringer, som det nok var værd at kigge nærmere på. Ligeledes er en central tese som, at TV "has made entertainment itself the natural format for the representation of all eksperience", vel en diskussion værd.

Bogen skulle være meget farlig, idet den som Jørgen Bang skriver "måske kan vise sig at være bensin på et ulmende bål, især i dette land, hvor vores undervisningsminister ser med skepsis på ethvert brud på den traditionelle kulturformidling". Og nu har Jørgen Bang altså selv anbragt den mellem gløderne i håbet om, at den måtte forsvinde.

Inden jeg går videre, vil jeg understrege, at jeg mener, at vi med den nyere receptionsforskning har fået opdyrket et vigtigt område, der har været forsømt i kommunikationsforskningen i mange år. Samtidigt mener jeg, at forsøgene på at skabe en receptionisme, det vil sige en snævre men alligevel altforklarende ideologi, ikke fører nogen vegne. Jeg mener således, at refleksjoner over medieprodukters indhold og fremstilling ikke kan undværes og at de skal have deres plads i både forskning og undervisning med lige så megen vægt som receptionsbetragtninger.

På en eller anden måde må MEDIEKULTURS redaktion trods alt dele denne opfattelse, idet samtlige artikler i det pågældende temanummer netop på den ene eller anden måde beskæftiger sig med mediepædagogik, hvor eleverne selv fremstiller produkter. Og hvor refleksjoner over produkterne og produktionsprocessen spiller en stor rolle.

Som flittig læser af MEDIEKULTUR kan man få det indtryk, at de nyere receptionsforskere har et meget accepterede forhold til produkter som Dallas, Dollars, Miami Vice og alle de andre masseunderholdningsprodukter. Accep-

ten er begrundet i, at mange mennesker skulle kunne forarbejde deres problemer ved at kigge på dem. Man kunne ønske, at forholdet til Neil Postmanns bog kunne være lige så tolerant. Ikke mindst fordi denne bog også har nydt stor udbredelse, idet mange må have ment, at dens indhold var vedkommende.

I skrivende stund står syv danske søfolk fra det gode skib NERMA tiltalt for kokainsmugling i Miami og mange TV-avis tilskuere har sikkert den oplevelse, at stumper af Miami Vice er rykket ind i TV-avisen. Billederne af Miamis skyline kender vi som baggrund for Don Johnsons og Co's meriter. Men nu er det altså pludselig alvor og dette er ikke blot en kvalitet ved oplevelsen, men det ligger også i værket og dets fremstillingsomstændigheder. Der er virkeligheden og måske endda sandheden til forskel. Med alle de afgrænsnings- og definitionsproblemer det giver. Receptionismen gør sig behageligt fri for at beskæftige sig med spørgsmål om fiktion og virkelighed, løgn eller sandhed. Som Jørgen Bang skriver: "Det er ikke resultaterne af afkodningen, som skal bearbejdes (i undervisningen, min anmærkning), men selve tilegnelsesprocessen: Hvilke elementer i teksten er det modtageren/ eleven knytter an til? Hvordan knyttes der an? Hvor knyttes der an? Modtageren/eleven skal bevidstgøres om de sociale og psykologiske betingelser for tilegnelsen og dens tekstuelle afhængighed". Man skulle umiddelbart tro, at dette ville blive lettere, hvis man også lavede en indholdsanalyse af teksten.

Jeg stiller mig tvivlende overfor det nyttige i, at man som Jørgen Bang er på vej til at udnævne forskningen i tekster til at være reaktionær og receptionsforskningen til at være særligt progressiv. Virkeligheden er nok mere indviklet.

Omtrent samtidigt med, at det omtalte nummer af MEDIEKULTUR udkom, havde

Jyllandsposten nogle kommentarer af den konservative kommunikationsminister Torben Rechendorff til niveauet af de to statslige danske TV-kanaler. Han mente: At programmerne var på vej til at blive "en overfladisk sukerglasur". At mediedebatten i Danmark ender med at blive en diskussion om, hvornår det er bedst at sende "Lykkehjulet" i TV2 og "Fup eller fakta" i Danmarks Radio. At der er for få programmer, der henvender sig til mindre interessegrupper og for få udsendelser, der går i dybden.

Jørgen Bangs påpegen af, at det skulle være et særligt konservativt træk at sætte teksterne i centrum, bekræftes således af ministeren for kommunikation, som jo her ikke netop demonstrerer en receptionistisk holdning. Men derfor kan det jo godt være rigtigt at sige, at niveauet er lavt. Diskussionen om varernes kvalitet er vel stadig en vigtig ingrediens i politik selvom den måske ikke er det for en rigtig receptionist. At det er den højre side af folketinget, der har skaffet os al den underholdning på halsen, skal bare tilføjes for at gøre billedet af total forvirring komplet.

En af de ting, der ifølge Jørgen Bang skulle være galt med Neil Postman er, at han skriver sig ind i en pessimistisk kulturkritisk tradition. Derved skulle han komme i selskab med blandt andet Hans Magnus Enzensberger, som har skrevet, at TV er et nulmedie uden indhold, som man kigger på for at kunne være i fred. Den sidstnævnte argumenterer for det synspunkt, men det er måske lige meget? Han er også en temmelig inkonsekvent pessimist og måske endda ret meget af en humorist. Læs for eksempel hans afsnit om Spanien i bogen "Åh Europa".

Pessimistiske synspunkter må naturligvis forekomme i samfundsdebatten og derfor også i undervisningen al den stund, at vi ikke lever i paradiset og undervisningen på godt og ondt må spejle verden. Men Poul Henningsen

lavede også drager og skrev kærlighedssange. Han tilhører en anden gruppe nemlig "de gamle kulturradikalere", som også har synspunkter, som også ifølge Jørgen Bang skulle kunne true den moderne undervisning i massekommunikation.

En af de gamle kulturradikaleres hovedparoler var frigørelse. Og deres vigtigste våben var sandhed og oplysning. For eksempel når det drejede sig om den seksuelle frigørelse. I århundredets første halvdel var der en kraftig modstand fra reaktionær side mod seksualoplysning. Den er iøvrigt ikke helt død endnu. Det er karakteristisk for denne modstand, at den som regel ikke vil diskutere oplysningens saglige indhold, men henholder sig til de skadelige virkninger på de ubefæstede modtagere, for moralen og for hele samfundet. Den baserer sig med andre ord på rene receptionsovervejelser.

De borgerlige kunstdyrkere, der i farlighed rangerer på linje med de gamle kulturradikalere, bliver ikke defineret nærmere. Men man kan regne ud, at det er folk, der skelner mellem god og dårlig smag. Og sådan nogle skulle jo nødtigt få indflydelse på hvad der skal ske i undervisningen.

Jørgen Bang inddrager på en temmelig håndfast måde Ernst Bloch og hans tanker om dagdrømmen som utopiens latente vækstpunkt. Det sker, så vidt jeg kan se, som et led i et forsøg på at hæve vores daglige konsumtion af masseunderholdning op i et højere plan. Denne skulle give os, og altså også eleverne, mulighed for at "bearbejde egne erfaringer, oplevelser, fantasier, drømme, længsler, håb m.m. på en sanselig måde". Det springende punkt er, om Ernst Blochs tanker om de kritiske elementer i de folkelige forlystelser og i dagdrømmen sådan umiddelbart lader sig overføre på moderne TV-kigning med 5-6 timer dagligt foran skærmen. Jeg vil da gerne indrømme, at da jeg så Superchancen i TV tænkte jeg, at det ville være rart at vinde nogle hurtige penge og have

en kone, der var ligeså flot som Susanne Bjerrehuus, men måske knap så tåbelig. Min konklusion på dette var, at et plat program udløste platte tanker. Jeg kom slet ikke op på de ovennævnte niveauer.

Som tidligere nævnt er produktion af medieprodukter en vigtig del af den aktuelle danske medie- og kommunikationsundervisning. Man kan roligt sige, at der har været udfoldet stor pædagogisk kreativitet på netop dette område. Der er tillige mange af SMIDs medlemmer, der i praksis arbejder med at fremstille tekster i forskellige medier og som på professionelt plan planlægger og udfører forskellige former for kommunikation.

Disse aktiviteter kan næppe blive særligt frugtbare uden en samtidig analyse og diskussion af de tekster, der bliver lavet. Den pædagogiske pointe i den produktive undervisning ligger netop i at gøre eleverne til producenter og undervejs og bagefter sætte dem til at reflektere over proces og resultat. At producere kommunikation og lave medieprodukter betyder en lang række af valg. Man skal vælge, hvad indholdet skal være og om det skal foregå på den ene eller den anden måde. Man må tage stilling. For eksempel ved at vælge forbilleder, stil og sprog. Ved at distancere sig fra andre producenter. Og man må øve sig i at kunne se, hvad det egentlig er, man har lavet, når det færdige resultat foreligger. Og så selvfølgelig gøre sig overvejelser over, hvad modtageren gør med produktet.

En sådan undervisning omfatter alt, hvad medieforskningen kan byde på og mere til. Analyse af afsenderroller og -positioner, af andres og egne værker, af diverse mediers udtryksformer, af modtageres tilegnelse og brug af produkterne og så videre. Og i den forbindelse er det yderst velkomment, at receptionsanalysen, som gennem mange år har været et svagt og overset punkt, bliver udviklet mere. Men det er altså ikke et enten-eller spørgsmål.

Jørgen Bang advokerer med baggrund i Raymond Williams for en antropologisk kulturforståelse, der forstår kultur, som den totale livssammenhæng i et givet samfund. Samtidig kan man forstå på ham, at det ikke er godt at sætte "lærernes position som kulturbærere til skue". Det skulle høre til den aristoteliske dannelsesestænkning. Der røg den stærke lærer ud med badevandet. Ham med de personlige meninger og holdninger. Ham, som man kan diskutere og skændes med. Ham, der investerer sin person i undervisningen. Ham, der kan vise een noget, man ikke havde tænkt på i forvejen. Ham, der har en faglig viden og kunnen, der er til at få øje på. Er det progressive massekommunikationslærerideal anno 1989 virkelig en negering af alt dette? Og fremtræder vi ikke automatisk som kulturbærere for hinanden i Raymond Williams forstand?

Jørgen Bangs projekt er formodentligt at redde massekommunikationsundervisningen fra et eller andet, der truer ude i mørket. Og det er sympatisk nok. Men hvad det er, der truer og hvem det er og om de kan bekæmpes med receptionsforskning, kommer aldrig rigtig til at stå klart. Det antydes, at det uhyggelige lurker et eller andet sted i nærheden af danskfaget og at det er muligt, at uhyret kan bekæmpes med sociologi.

Det er muligt, at synspunkterne i artiklen kan bruges taktisk i en kamp mod mørkemænd og -damer indenfor dansk- og litteraturmiljøet. Selvom der sjældent kommer noget godt ud af at erklære bøger for skadelige og lægge dem på bålet.

Det er i hvert fald stadig et åbent spørgsmål, om den undervisning, som Jørgen Bang her skitserer, fører frem til det mål, han selv sætter. Nemlig at eleverne skal blive bedre til at handle samfundsmæssigt adækvat.

LITTERATUR

- Boelskifte, Else: TV med glasur,
Jyllandsposten 27. august 1989.
- Enzensberger, Hans Magnus: Nulmediet,
Fredag nr. 8, 1988.
- Enzensberger, Hans Magnus: Åh Europa,
Gyldendal 1987.
- Postman, Neil: Amusing ourselves to
death, Methuen, 1985.

Verden ifølge Postman - betragtninger over "Når barndom- men forsvinder" og "Fagre nye TV-verden"

Af Anne Jerslev

Massemedierne er som bekendt på forskellige historiske tidspunkter blevet placeret som omdrejningspunkter i kulturelle og bevidsthedsmæssige skræmmebilleder - og især forbundet med børn og unge. Skræmmebilledet, der forbinder en kulturanalyse og velmenende opdrageres debatindlæg. Under dets hat reduceres børn - og unge og voksne - til lemninge, og i dets navn foretages hårrejsende analogiseringer (som f.eks. at TVs billednarkomani forbereder os på en moderne middelalder). Ja, der udvikles et skræmmebilledeparadigme, fra hvis vokabular bestemte formuleringer gentages igen og igen. Billedbombardement er én af dem, et på én gang visuelt prægnant og konturløst ord, der placerer mennesker som hjælpeløse ofre midt i en krig, hvis kastevåben er billeder, og hvis afsender er ansigtsløs. Eller narkomanmetaforen, subsidiært narkosemetaforen, der ser lallende afhængige individer, hvis tid struktureres af en passiv afventen næste billedinjektion.

Når beskrivelsen af et samfund, hvis determinerende kommunikationsmidler er visuelle, iklædes en aggressiv krigsmetaforik, kan det tyde på, at beskrivelserne - i stedet for at være baseret på sammenhængende analyser - i sig selv bliver metaforer, og at fascinationen af skræmmebilledet ligger i dets karakter af tegn. Det fanger ikke alene eller først og fremmest, fordi det siger noget prægnant om en moderne TV-kultur. Men det fascinerer, fordi det også er udtryk for og bliver læst som en fortælling, et ganske sammenhængende og derfor - paradoksalt nok - betryggende billede på et ubehag, der dækker over en langt bredere og modsætningsfyldt kulturel og social forandringsproces, med dertil hørende forstærkninger af individuelle og sociale ambivalensstrukturer.

Skræmmebilledet er naturligvis ikke bare et billede på noget andet; det forsøger sandt nok at karakterisere en moderne verden af billedvirkeligheder. En billedkultur, der tømmes mere og mere for indhold, samtidig med at den bliver mere og mere "virkelig". Og dermed stiller skræmmebilledet også et vigtigt spørgsmål ved karakteren af 80'ernes og fremtidens kultur.

Men problemet er, at det blander to ting sammen, eller rettere slutter umiddelbart fra det der sker på skærmen til det der sker i receptionen af medieprodukterne. Det gør det på én gang aristokratisk og - i nogle af dets versioner - også reaktionært.

Den amerikanske medieprofessor Neil Postman her i foråret til dansk oversatte debatskrift Fagre nye TV-verden (am. Amusing Ourselves to Death, 1985), der paradoksalt nok er vældig underholdende læsning, i en letlæselig og letlæst skrivestil, med letflydende argumentationer der springer spændstigt hen over århundrederne, er et eksempel på en sådan sammenhængende fortælling om TV-mediet. Fagre nye TV-verden ligger i sit kultursyn og i sin forståelse af den historiske dynamik i forlængelse

af Postmans tidligere bog Når barn-
dommen forsvinder, 1987 (am. The
Disappearance of Childhood, 1982),
idet den udvider de programanalyser
som kapitlet The Adult-Child (Vok-
senbarnet) er helliget i Når barn-
dommen forsvinder. Den er en 80'er-
nes version af Marshall Mc Luhans
Mennesket og medierne (am. Under-
standing Media: The Extensions of
Man, 1964), skrevet mere end 30 år
og en eksplosiv udvikling af de e-
lektroniske massemedier efter Mc
Luhans bog.

Hvor Postman er kulturpessimist, så
Mc Luhan uanede muligheder i den ci-
vilisatoriske effekt, den "implosion",
som de nye medier, TV, men også radio,
afstedkommer: TV muliggør, ja nød-
vendiggør globalt engagement og har
dermed indbygget revolutionære mulig-
heder i sig. "Den umiddelbare indsigt
for det læsende fragmenterede vester-
landske menneske, der møder den elek-
triske implosion i sin egen kultur,
er den støtte og hurtige omdannelse
til en kompliceret, dybdestrukture-
ret person, der er følelsesmæssigt
klar over sin totale afhængighed af
resten af menneskesamfundet" (s. 67).

Denne naive optimisme, der gennem
bogen bæres af den udviklingslogiske
tanke, at medierne ikke ses som ud-
tryk for og produkter af bestemte ø-
konomiske og sociale forhold, men om-
vendt nærmest ses som skabende dem
("siden TV kom til er samlebandet
forsvundet ud af industrien" (s. 354))
medfører så kulturelt set en tro på,
at den visuelle kultur fornyer den
stagnerende (bog)kultur og at den mu-
liggør udviklingen af en menneskespsy-
kologi, der ikke er tilpasset "et ef-
fektivt pris og markedssystem" (s. 356).

Postman minder i sin associerende og
idealistiske tankegang om Mc Luhan,
lige som hans historieforståelse sva-
rer til Mc Luhans, blot med den for-
skel, at hvor udviklingen fra typo-
grafi over telegraf til elektroniske
billedmedier hos Postman beskriver
en forfaldsbevægelse væk fra guldal-
derens typografisk formidlede tusind-
årsrige, beskrives den som en kon-

struktion af en fundamental anderle-
deshed hos Mc Luhan, en form for men-
neskelig udvidelse, hvor medierne
formgives af menneskelige behov og
ikke omvendt.

Fagre nye TV-verden indeholder på den
ene side en præcis og skarpsynet be-
skrivelse af, hvordan amerikansk TV
(lige fra religiøse udsendelser til
nyhedsudsendelser) konstituerer sin
flowkarakter i en underholdningsdis-
kurs, og at denne diskurs magtfuldt
breder sig til andre kulturelle områ-
der og institutioner: Fjernsynet "ta-
ler med én indtrængende stemme - un-
derholdningens ... Fjernsynet er med
andre ord ved at forvandle vor kultur
til en eneste gigantisk underhold-
ningsscene" (s. 107-108). Og ikke bare
den kulturelle kommunikation men kom-
munikation overhovedet opfattes af
Postman som omskabt i fjernsynets
billede og lyd. "I retssale, klasse-
værelser, operationsstuer, mødeloka-
ler, kirker og til og med i fly ta-
ler amerikanerne ikke længere med
hinanden. De underholder hinanden.
De udveksler ikke ideer, de udveksler
billeder. De argumenterer ikke med
påstande. De argumenterer med udse-
ende, berømted, reklame. For fjern-
synets budskab som metafor er ikke
blot, at verden er en scene, men at
scenen er beliggende i Las Vegas,
Nevada" (s. 120-21).

På den anden side synes dette signale-
ment af, hvordan TV hverken reprodu-
cerer virkeligheden eller repræsen-
terer virkeligheden, men at det ska-
ber virkeligheden først og fremmest
at gengive elementer af et bestemt
lags, nemlig byernes middelklasses
virkelighed, i den offentlige frem-
træden og fremstillen sig i (sel-
skabs)livet efter arbejde - selv om
Postman alment taler om "americans".
Og der er samtidig en religiøst far-
vet moralisme i Postmans beskrivelse
af TV som en enhed af en moderne gud,
der skaber mennesket i sit billede
og så en afgud, en guldkalv, som men-
eskene forblændede danser omkring.
Så ligesom kapitel 5 i Postmans tid-
ligere forfaldshistorie hed "Begyn-
delsen til Enden" ("The Beginning of