

elementer må have den ikke-sproglige kommunikation som et centralt forehavende, fordi den på markant vis understøtter andre kommunikationsformer, men også fordi en del af film-og-fjernsynskommunikationen netop har sit centrum i de følelser af menneskeligt fællesskab, der opbygges omkring en stadig udveksling af ikke-sproglige ytringer. Kropssproglige ytringer er i mange henseender »performativer« i den forstand, at de ikke alene viser hen til andre fænomener men også skaber fænomenerne. Smil, tårer, berøringer eller henrykkelsesudbrud er væsentlige dele af de tilhørende følelser, og at udtrykke henrykkelse »skaber« online henrykkelse. Med neofjernsynet og den vægt, dette fjernsyn lægger på kropssprog, hvadenten det er Anja Andersens raserianfald eller den »anonyme« præmievindereks ekstase, har vi sat den biologisk betingede fællesskabskultur i centrum.

## Litteratur

- Argyle, M. (1988). *Bodily Communication*. 2. ed. London: Methuen.
- Arnheim, A. (1974). *Art and Visual Perception. A Psychology of the Creative Eye*. Berkeley: University of California Press.
- Bordwell, D. & Carroll, N., Eds. (1996). *Post-Theory. Reconstructing Film Studies*. Wisconsin: The University of Wisconsin Press.
- Branigan, E. (1984). *Point of View in the Cinema*. Berlin: Springer.
- Bruce, V., Young A. (1986). »Understanding face recognition«, *British Journal of Psychology* 77.
- Bryant J. Zillmann D., Eds. (1991). *Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes*. N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Burgoon, J. K., Buller, D.B., Woodall W.G. (1989). *Nonverbal Communication. The Unspoken Dialogue*. New York: Harper and Row.
- Carroll, N. (1993). »Toward a Theory of Point-of-View Editing: Communication, Emotion, and the Movies«, in *Poetics Today* 14:1.
- Carroll, N. (1996). *Theorizing the Moving Image*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ekman ed. (1973). *Darwin and Facial Expression*. New York: Academic Press.
- Ekman, Friessen (1975). *Unmasking the Face. A guide to recognizing emotions from facial clues*. New York.
- Iris. A Journal of Theory on Image and Sound. vol. 4,1. 1966. Special Issue: »The Kuleshov Effect«.
- Fiske, S.T., Taylor, S.E. (1991). *Social Cognition*. 2.ed. New York: McGraw-Hill.
- Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Grodal, T. (1997). *Moving Pictures. A New Theory of Film Genres, Feelings and Cognition*. Oxford: Clarendon/Oxford University Press.
- Hall, E.T. (1966). *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday, Anchor Books.
- Johnson M. (1987). *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LaFrance, M. & Mayo, C. (1978). *Moving Bodies. Nonverbal Communication in Social Relationships*. Belmont, California: Brooks/Cole.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Messaris, P. (1994). *Visual Literacy. Image, Mind, & Reality*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Mulvey L. (1975). »Visual pleasure and narrative cinema«, in *Screen* Vol. 16. no.3.
- Naremore, J. (1988). *Acting in the Cinema*. Berkeley: University of California Press.
- Smith, M. (1995). *Engaging Characters. Fiction, Emotion, and the Cinema*. Oxford: Clarendon/Oxford University Press.
- Stam, Burgoyne, Flitterman-Lewis (1992). *New Vocabularies in Film Semiotics*. London: Routledge.
- Zeki, S. (1993). *A Vision of the Brain*. London: Blackwell.

Torben Kragh Grodal er professor ved Institut for Film- og Medievidenskab, Københavns Universitet.

# Massekommunikation og parasocial interaktion:

## Et indlæg om intimitet på afstand

Af Donald Horton og R. Richard Wohl

*Denne artikel af Donald Horton og Richard Wohl blev først offentliggjort i 1956 i det amerikanske tidsskrift Journal of Psychiatry. Den var en af de tidligste undersøgelser af, hvordan medierne og mediernes personligheder/optrædende skaber illusionen om et personligt forhold mellem optrædende og seer. Forfatterne kalder dette en parasocial relation», fordi det er baseret på en underforstået overenskomst mellem den optrædende og seeren om, at de vil lade som om forholdet ikke bliver formidlet – at begge parter vil lade som om dette er et personligt møde, ansigt til ansigt. Mange fjernsyns- og radio-programmer benytter den »parasociale« teknik, hvor journalisten-analytikerens-kommentatoren taler direkte til »n, indvier »n i følelser, vittigheder og personlige referencer. Fører radio disc jockeyen en samtale med dig, når du kører bil? Tænk på hvor mange af disse stedfortrædende personlige relationer vi har til de optrædende i medierne. Artiklen er oversat af Gunhild Wernblad.*

Et af de slående særpræg ved de nye massemedier – radio, fjernsyn og film – er at de giver en illusion om et forhold til den optrædende, hvor man står ansigt til ansigt med vedkommende. Betingelserne for respons på den optrædende ligner dem, man ser i en primærgruppe. De mest ophøjede og berømte folk møder man som sad de i en kreds af ens ligestillede; det samme gør sig gældende for en figur i en historie, som kommer til live i disse medier på en særligt spændende og interessant måde. Vi foreslår, at denne tilsyneladende personlige relation mellem seer og optræder kaldes en parasocial relation.

Det billede som præsenteres på fjernsyn tydeliggør især nuancer i gestik og udseende, som almindelig social sansning er opmærksom på og som interaktion er forbundet med. Nogle gange ses »skuespilleren« – uanset om han spiller sig selv eller udfylder en fiktionsrolle – i samspil med andre; men ofte henvender han sig til seeren, bruger den direkte tiltaleform, og taler som om han konverserer personligt og privat. Publikum på deres side svarer med mere end blot løbende iagttagelse; publikum bliver så at sige diskret listet ind i programmets handling og interne sociale forhold, og ved hjælp af denne form for iscenesættelse bliver

det umærkeligt forvandlet til en gruppe som skiftevis observerer og deltager i udsendelsen. Jo mere den optrædende synes at tilpasse sin optræden til publikumets formodede respons, jo mere har publikummet en tendens til at producere den forventede respons. Denne simulacrum af en samtales gensidige imødekommenhed kan kaldes parasocialt interaktion.

Parasociale relationer kan styres af mere eller mindre udtalte, eller helt manglende, følelser af forpligtelse, anstrengelse, eller ansvar for seerens vedkommende. Seeren har ret til at trække sig tilbage hvornår det skal være. Hvis han forbliver involveret, tilvejebringer disse parasociale relationer en ramme, indenfor hvilken meget kan tilføjes via fantasien. Men dette er forskelle i grader, ikke slags, fra det, som kan kaldes det orthosociale. Den afgørende forskel i oplevelsen ligger tydeligvis i manglen på rigtig gensidighed, og det kan publikummet normalt ikke skjule for sig selv. Ganske vist kan publikummet vælge mellem de tilbudte forhold, men det kan ikke skabe nye. Det er karakteristisk for interaktionen, at det er ensidigt, ikke-dialektisk, styret af den optrædende, og gensidig udvikling er ikke mulig. Der er selvfølgelig måder hvorpå seeren kan gøre de optrædende og tekni-

kerne, som laver programmerne, bekendt med sine følelser, men disse måder ligger udenfor selve det parasociale interaktion. Den, der måtte finde oplevelsen utilfredsstillende, har kun som mulighed at trække sig tilbage.

Hvad vi har sagt indtil videre, giver kraftige påmindelser om teateret som dobbelttydigt mødested, hvor rigtige mennesker spiller fiktive personers roller. For en kort stund tager det fiktive virkelighedens plads, når skuespilleren identificeres med den fiktive rolle i teatrets tryllekunst. Denne fortryllende forvirring af identiteter er midlertidig: Virkelighedens og fiktionens verdener mødes kun et øjeblik. Og når skuespilleren bukter ved tæppefald, krydser han tærskelen tilbage til den virkelige verden.

Men radio og fjernsyn – i det følgende skal vi primært beskæftige os med fjernsynet – er åbne for begge disse verdener i et fortsat samspil. De er skiftevis offentlige talerstole og teatre, og udvider snart det parasociale forhold til førende folk i forretningsverdenen, snart til fiktive personer, nogle gange endda til dukker, som forvandles til menneskelignende »personligheder«, og til slut, til teaterstjerner, som optræder i deres kapacitet af at være ægte berømtheder. Men disse mediers skabelse af en ny type optrædende er af særlig interesse: quizværter, speakere, »interviewere« i en ny »show-business« verden – kort sagt, en særlig kategori af »personligheder«, hvis eksistens er en funktion af medierne selv. Disse »personligheder« er normalt ikke fremtrædende i andre sociale sfærer end medierne.<sup>1</sup> For deres publikum eksisterer de kun i den parasociale relation. Idet vi mangler et passende navn til disse optrædende, skal vi kalde dem *personae*.

## Personaens rolle

Personaen er en figur som er typisk for og hjemmehørende i den sociale scene som præsenteres af radio og fjernsyn. At sige at han er velkendt og en fortrolig er et blegt og svagt ordvalg, som ikke dækker hans tilstedeværelses udbredthed og tæthed, sådan som masserne opfatter den. Det bemærkelsesværdige faktum ved disse *personae* er at de kan hævde og opnå en fortrolighed med bogstaveligt talt masser af fremmede, og selv om denne fortrolighed er en efterligning og skygge af ordets egentlige betydning, er den ekstremt indflydelsesrig og tilfredsstillende for de store mængder mennesker som villigt modtager den og deler den. De »ken-

der« sådan en persona på næsten samme måde som de kender deres udvalgte venner: gennem direkte iagttagelse og fortolkning af hans optræden, hans gestik og stemme, hans samtale og opførsel i forskellige situationer. Faktisk inviteres hans publikum, via en konstrueret mangel på formalitet, til at foretage disse vurderinger – at synes de er involverede i en personlig meningsudveksling, snarere end i passiv iagttagelse. Når kameraet panorerer ned på en optrædende, skabes der en illusion om, at han forøger den antagede fortrolighed ved bogstaveligt talt at komme tættere på. Men selv om personaens billede er delvist, kunstigt, og gennemtrængt af illusion, er det ikke nogen fantasi eller drøm; hans optræden er en objektivt observerbar handling som seeren via forestillingsevnen bliver inddraget i, men som han ikke tænker over.

Først og fremmest tilbyder personaen et vedvarende forhold. Hans optræden er en regelmæssig og pålidelig begivenhed, som man kan stole på, planlægge efter, og som kan integreres i hverdagslivet. Hans tilhængere lever med ham og deler de små begivenheder i hans offentlige liv – og i nogen grad endda i hans private liv udenfor udsendelsen. Faktisk får deres fortsatte forbindelse med ham en historie, og opbygningen af fælles tidligere oplevelser giver den øjeblikkelige forestilling øget betydning. Dette bånd bliver symboliseret ved hentydninger, som ikke giver mening for den ligegyldige seer og virker indforståede for den udenforstående. Med tiden kommer entusiasten – »fan«en – til at tro, at han »kender« personaen mere intimt og dybere end andre gør; at han »forstår« sin figur og værdsætter hans motiver og værdier.<sup>2</sup> En sådan opbygning af viden og forstærkelse af loyaliteten synes imidlertid at være en slags forøgelse uden udvikling, for forbindelsens ensidige natur udelukker en fremadskridende og gensidig omformulering af forbindelsens værdi og mål.<sup>3</sup>

Personaen kan betragtes af sit publikum som ven, rådgiver, trøster, og rollemodel; men ulig virkelige fæller har han det besynderlige fortrin at han er standardiseret i overensstemmelse med »opskriften« på hans figur og optræden, som han og hans managere har udarbejdet og givet konkret udtryk i et passende »produktionsformat«. Således forbliver hans karakter og handlingsmønster grundlæggende uændrede i en verden fuld af ellers foruroligende forandringer. Personaen er normalt forudsigelig, og giver ikke sine tilhængere ubehagelige overraskelser. I deres forbindelse med ham er der ingen problemer med forståelse eller indle-

velse som er for store til at kunne løses. Typisk er der ingen udfordringer til tilskuerens jeg, til hans evne til at kunne påtage sig sin bestemte rolle i forestillingen, som han ikke roligt kan tage op. Denne pålidelige ensartethed/liched tilnærmer fiktionsfigurerne sig kun, og da kun i det korte løb. På fjernsynet er Groucho altid skarp; Godfrey<sup>4</sup> er altid hjertelig.

### Fortrolighedens bånd

Det er et ufejlbarligt kendetegn ved disse »personlighedsprogrammer«<sup>5</sup>, at personaen er den, der anstrenger sig mest for at skabe illusionen om fortrolighed. Vi kalder det en illusion, fordi forholdet mellem personaen og ethvert medlem af hans publikum uundgåeligt er ensidigt, og gensidighed mellem de to kan kun antydes. Der findes adskillige vigtige strategier for at opnå denne illusion om fortrolighed.

Det mest kendetegnende er personaens forsøg på at imitere gestikken, samtalestilen og stemningen ved et uformelt personligt møde. Dette forklarer for en stor del den skødesløshed hvormed selv programmets formelle afvikling bliver behandlet. Således peger Steve Allen ud på sit publikum og siger: »Vi ved aldrig, hvad der sker her i programmet.« Ligeledes forsøger personaen at opretholde en lind strøm af småsnak, som giver indtryk af, at han svarer på og opretholder en usynlig samtalepartners indsats. Dave Garroway, som er denne stils mester, har beskrevet hvordan han faldt over påfundet i sine tidlige dage ved radioen.

Det meste på radioen dengang var formelt og som regel en smule stift. Men jeg snakkede bare løs og sagde hvad der faldt mig ind. Jeg var selvransagende. Jeg forsøgte at lade som om jeg snakkede med en ven over en drink sent om aftenen ... Dengang – og senere – forsøgte jeg bevidst at tale til lytteren som et individ, at få hver lytter til at føle at han kendte mig og jeg ham. Det synes at fungere ret godt både dengang og senere. Fremmede stopper mig ofte på gaden idag, kalder mig Dave og synes at føle at vi er gamle venner som ved alt om hinanden.<sup>6</sup>

Udover at skabe en passende tone og snakken, prøver personaen så vidt muligt at udrydde, eller i hvert fald sløre, den grænse som adskiller ham og hans program, som en formel optræden, fra publikum både i studiet og hjemme. Den mest almindelige måde for personaen at opnå denne fler-

tydighed på, er at behandle sine øvrige medvirkende som en gruppe nære fortrolige. Således vil alle de medvirkende blive kaldt ved deres fornavne, eller særlige kæle- og øgenavne, for at understrege fortrolighed. De udvikler meget hurtigt, eller bliver tillagt, stiliserede karaktertræk, som de som medvirkende vil tillade sig og udnytte jævnligt i udsendelse efter udsendelse. Medlemmet af publikum udbygger derfor ikke blot et historisk billede af »hvem de virkelig er«, men har en tendens til at tro at dette fællesskab inkluderer ham i forlængelse. Faktisk trækkes alle, der medvirker i programmet og som er synlige for publikum, ind i denne sidehandling for at anslå denne forgrening af fortrolighed.

Endvidere kan personaen forsøge at træde ud af udsendelsens egentlige format og bogstaveligt talt blande sig med publikummet. Som regel forlader personaen scenen og blander sig med studiepublikummet i en udveksling af spørgsmål og svar. I nogle få tilfælde, og især i Steve Allen showet, er dette påfund ført et skridt videre. Således er det lykkedes Allen at blande sig selv med hjemmepublikummet ved at lade et kamera optage på gaden udenfor studiet og derved suspenderer han faktisk sin egen udsendelse og omdanner hele verden udenfor til en scene. Allen, hans medvirkende, og publikummet både hjemme og i studiet ser sammen på hvad der sker på gaden – personaen og hans tilskuere er symbolsk forenet som et stort publikum. På den måde udviser Allen for et øjeblik grænsen mellem persona og tilskuer. Udover styringen af forholdene mellem persona og optrædende, og mellem ham og publikum, bliver medierne egne tekniske indretninger udnyttet til at skabe illusioner om fortrolighed.

For eksempel (forklarer Dave Galloway i denne forbindelse), udviklede vi ideen med »subjektivt kamera«, hvilket simpelthen betød at vi lod kameraet være publikums øjne. I en scene nærmede kameraet – det er dig, seeren – sig døren til en tandlægeklinik, så et skilt med at tandlægen var ude til frokost, satte sig nervøst ned i venteværelset. Tandlægen kom tilbage og gjorde tegn til kameraet om at følge med, og kameraet gik ind og satte sig i den store stol. »Luk munden højt op«, sagde tandlægen, idet han stak et enormt, slemt udseende bor frem mod kameraet. Der var et drøn da boret blev tændt, gnisterne fløj og kameraet rystede, og seerne fik en forstørret version af det at sidde i tandlægestolen – bortset fra, at det ikke gjorde ondt.<sup>7</sup>

Der svælges ikke blot i alle disse påhit for at lokke publikums opmærksomhed til og skabe det nemme indtryk at en slags deltagelse i programmet er åben for dem, men også for at fremhæve de vigtigste værdier som understreges af disse »personlighedsudsendelser.« Disse er selskabelighed, behagelig venlighed, venskab, og tæt kontakt – kort sagt, alle de værdier som forbindes med fri adgang til og nem deltagelse i behagelig social interaktion i primærgrupperne. Fordi forholdet mellem personaen og publikummet er ensidigt og ikke kan udvikles gensidigt, bliver næsten hele byrden af at skabe en troværdig efterligning af fortrolighed lagt på personaen og den udsendelse han er midtpunkt i. Hvis det lykkes ham at indlede en fortrolighed som hans publikum kan tro på, så kan publikum vælge at hjælpe ham med at opretholde den ved hjælp af fanbreve og forskellige andre former for støtte som kan gives indirekte for at underbygge hans handlinger.

## Publikums rolle

I den ene yderlighed er »personlighedsudsendelsen« som et drama idet der er medvirkende, inklusive personaen, hans professionelle støtte-medvirkende, ikke-professionelle konkurrencedeltagere og interviewofre, samt studiepublikummet. I den anden yderlighed henvender personaen hele sin optræden til hjemmepublikummet med uforstyrret intimitet. Vi antager at tilskuerens deltagelse i den dramatiske programtype involverer den samme tagen skiftende roller og indfølelse involvering i de førende roller på sig, som forekommer i enhver observeret social interaktion.<sup>8</sup> Det er muligt at tilskuerens »medvirkende forventning«<sup>9</sup> kan antage den mere dybe form for identifikation med en eller flere af de optrædende. Men sådan en identifikation kan dårligt være mere end periodisk. I modsætning til teaterdramaet kræver, end-sige tillader, »personlighedsudsendelsen« ikke den æstetiske illusion – det tab af situationsmæssig reference og selvbevidsthed, hvor publikum ikke blot accepterer symbolet som virkelighed, men fuldt ud tilegner sig den symbolske rolle. Personaen og hans stab opretholder den parasociale relation ved fortsat at referere til og henvende sig til hjemmepublikummet som tredje part i udsendelsen; og sådanne referencer minder tilskueren om sin egen uafhængige identitet. Den eneste opretholdte illusion er direkthedens og deltagelsens umiddelbarhed.

Når personaen optræder alene, tilsyneladende i konfrontationer ansigt til ansigt med seeren, er seeren stadig mere tilbøjelig til at opretholde sin egen identitet uden afbrydelse fordi han bliver opfordret til at give passende respons som supplerer personaens. Denne svarrolle er til en vis grad frivillig og uafhængig. I denne rolle bibeholder tilskueren kontrollen over indholdet i sin deltagelse, snarere end at overgive kontrol gennem identifikation med andre, som han gør når han er optaget af at se et drama eller en film.

Denne uafhængighed er imidlertid relativ på to måder: først er den relativ på den dybtgående måde, at selve det at indgå i enhver interaktion med andre involverer *nogen grad* af afpasning efter den andens perspektiver, hvis kommunikation skal kunne opnås overhovedet. Og for det andet, i den foreliggende sag, er uafhængigheden relativ, fordi personaens rolle bliver spillet på sådan en måde eller er af sådan en karakter, at en passende svarrolle bliver bestemt af underforståetheder og fingerpeg. Personaens optræden er derfor åben og kalder på en temmelig specifik svarrolle for at kunne afsluttes.<sup>10</sup>

De generelle grundtræk i den passende tilskuerrolle bliver opfattet intuitivt ud fra fortrolighed med de almindelige kulturelle mønstre som personaens rolle er konstrueret på grundlag af. Disse roller stammer hovedsageligt fra venskabs og familiens primære forhold, karakteriseret ved fortrolighed, deltagelse og selskabelighed. Publikum forventes at acceptere situationen som troværdig i den form der er defineret af programformatet, og opfatte de regler og konventioner, som styrer programmets handlinger og værdier, som »naturlige.« Publikum skal spille den elskedes rolle overfor personaens elsker; den beundrende umyndige overfor sit fader-surrogat; den ærlige borger overfor den frygtløse modstander af politisk ondskab. Publikummet forventes at nyde godt af hans klogskab, reflektere over hans råd, sympatisere med ham i modgang, tilgive hans fejl, købe de produkter han anbefaler, og holde hans sponsor informeret om den respekt han nyder.

Andre holdninger end villighed til at påtage sig den fastsatte rolle er naturligvis mulige. Man kan afvise, indtage en analytisk holdning, måske endda finde kynisk morskab i at afslå det tilbudte udspil og spille en anden rolle som ikke er tilsigtet i manuskriptet, eller se på aktiviteterne med ligegyldig nysgerrighed eller fjendtlighed. Men holdninger som disse er normalt forbeholdt seeren,

der kun ser programmet den ene gang. Det trofaste publikum er et som kan acceptere det givne udspil; og programmets funktioner for dets publikum opfyldes ikke blot ved at se det, men ved et rollespil som fuldstændiggør programmet.

## Instruktion i publikumsholdninger

Det er ikke udelukkende op til publikums almindelige erfaringer og anskuelser, hvordan situationen skal defineres af dem, hvad de skal forvente af personaen, hvilke holdninger de skal møde ham med, og hvad de skal gøre som deltagere i programmet. Adskillige metoder anvendes i en velovervejret »instruktion i holdninger«, for at bruge Kenneth Burke's udtryk.<sup>11</sup> Det typiske programformat opfordrer et studiepublikum til at tilvejebringe en situation, der sætter personaen i stand til at indgå i en interaktion ansigt til ansigt, og som eksemplificerer en entusiastisk og »korrekt« respons for hjemmepublikummet. Jo større interaktion der er, jo mere klart demonstreres det hvilken slags menneske personaen er, hvilke værdier der kan deles i forbindelse med ham, og hvilken slags støtte han skal have. En lignende model for passende respons kan gives af de professionelle assistenter, som, selv om de teknisk set er optrædende, optræder i overensstemmelse med et underordnet, ærbødigt og gensidigt forhold til personaen. Publikum bliver også skolet i korrekt respons på personaen ved hjælp af en række andre midler. For eksempel kan andre personae inviteres som gæster, der spiller op til værten på forbillig vis; eller personer fra studiepublikummet kan manøvreres til at udfylde denne funktion. Og på en mere direkte og bogstavelig måde kan oplæsning af fanbreve bruges til formålet.

Udover at instruere i specifikke holdninger til personaen, flyder der en generel propaganda på deres vegne fra personaerne selv, deres presseagenter og massekommunikationsindustrien. Hovedtemaet er at den optrædende bør elskes og beundres. Der gøres alle forsøg på at styrke illusionen om gensidighed og et nært forhold for at opveje den iboende upersonlighed ved medierne selv. Show business jargonen vrimler med særlige betegnelser for de mystiske ingredienser i et sådant nært forhold: ideelt set bør en optrædende »have hjerte«, være »oprigtig«<sup>12</sup>; hans optræden bør være »ægte« og »varm«.<sup>13</sup> Reklamekampagnerne som bygges

op om succesfulde optrædende understreger bestandigt det sympatiske image, som man håber publikummet bemærker og udvikler.<sup>14</sup>

Publikum forventes til gengæld at bidrage til illusionen ved at tro på den, og ved at belønne personaens »oprigtighed« med »loyalitet«. Publikum bliver bedt om at påtage sig en følelse af personlig forpligtelse overfor personaen, at hjælpe ham i sin stræben efter »succes« hvis han »er på vej op«, eller at opretholde hans succes hvis han allerede har den. »Succes« i show business er i sig selv et tema som bliver udnyttet iøjnefaldende meget i denne form for propaganda. Temaet er grundstenen i mange film; det forekommer ofte i de førende komikeres sludren og i konferencierers formaninger; temaet dominerer de såkaldte amatør- og talentshows; og det er genstand for hyppige kommentarer i interviews med »show folk.«<sup>15</sup>

## Betingelser for publikums accept af den parasociale rolle

Publikums accept af den rolle programmet tilbyder involverer accept af de eksplicite og implicite vilkår som definerer situationen og handlingen i programmet. Medmindre tilskueren forstår disse vilkår, er deltagerens optræden meningsløs for ham; og medmindre han accepterer dem, kan han ikke selv »gå ind i« udsendelsen. Men udover dette må tilskueren være i stand til at spille den rolle som kræves af ham; og det rejser spørgsmålet om foreneligheden mellem hans normale selv – forstået som et system af rollemønstre og selvopfattelser med deres implicite normer og værdier – og den slags selv som postuleres af programplanen og personaens handlinger. Kort sagt må man formode at sandsynligheden for at den tilbudte rolle afvises vil være større, jo dårligere tilskueren »passer til« rolleforskriften.

At acceptere udsuppet uden at have de nødvendige kvalifikationer i sin personlighed, er at invitere stigende utilfredshed og fremmedgørelse – hvilket iagttageren af medierne kun kan overvinde ved en tilsluttet og opfindsom indsats for at tage den forudsatte rolle. Personaen selv tager sit forestillede publikums rolle i tolkningen af hans egne handlinger, ofte ved hjælp af tegn givet af studiepublikummet. Han bygger sin optræden op på en ophobet struktur af antagelser om deres respons, og sætter dermed – mere eller mindre be-

vidst – det kompleks af holdninger som hans egne handlinger er tilpasset, som betingelse. En tilskuer som ikke frembringer den forventede respons vil finde sig selv mere og mere fjernet fra den fælles forståelse.<sup>16</sup> Man må forvente at »vildfarelsen« op-hobes og fortsætter til tilskueren er tvunget til at trække sig tilbage i forvirring, afsky, vrede, eller kedsomhed. Hvis en væsentlig andel af publikummet fejler på denne måde, er det personaens »fejltagelser i sin påtagning af roller«<sup>17</sup> som skal rettes ved hjælp af publikumsundersøgelser, »programdoktorer«, og andre hjælpemidler. Men naturligvis bliver den tilsigtede justering til en typisk eller gennemsnits-tilskuer, og kan ikke tage for meget højde for afvigere.

Det enkleste eksempel på sådan et fejlslagent forsøg på at opfylde den tilsigtede rolle vil være en intellektuel diskussion hvor publikum formodes at have en vis grundlægende viden og evnen til at følge argumentationens udvikling. De, som ikke kan opfylde disse krav, vil finde diskussionen svær at forstå i stigende grad. En lignende, fremadskridende fremmedgørelse finder sikkert sted når børn forsøger at følge et program for voksne eller en film. Man ser dem være optaget af åbningsscenerne, men de mister gradvist interessen efterhånden som den fremadskridende handling hægter dem af. Endnu en lignende situation kan findes i den voksende forvirring og uro hos nogle som ser udenlandske film eller et intellektuelt drama. Sådan modstand opstår også når nogle i et publikum bliver bedt om at indtage det modsatte køns rolle – kvindens perspektiv afvises oftere af mænd end det omvendte er tilfældet – eller når et publikum eftertrykkeligt nægter at påtage sig udenforståendes eller minoriteters roller, som de anser for at være mindreværdige.<sup>18</sup> Det bør noteres at blot at se et program ikke nødvendigvis betyder at tilskueren har spillet den påbudte rolle. Selv om tilskueren har det nødvendige indledende engagement, kan han følge med med et lavt indlevelsensniveau og afvise programmet senere. Oplevelsen slutter ikke med selve programmet. Tværtimod kan det være at det først er efter afslutningen at programmet underkastes intellektuel analyse og bliver integreret i eller afvist af selvet; dette sker især i de diskussioner som seeren kan deltage i med andre, hvor der skabes positiv eller negativ konsensus. Det er vigtigt at sætte en begrænsning på dette tidspunkt. Ophævelsen af den umiddelbare bedømmelse er sikkert mere fuldstændig i seeringen af et dramatisk program, hvor en æstetisk illusion skal accepteres,

end i den mere selvbevidste sening af »personlighedsprogrammer.«

## Den parasociale rolles værdier for publikum

Hvilke parasociale roller der er acceptable for seeren og hvilke goder det har for ham at påtage sig dem, synes at være forbundet med de systemer af rollemønstre og sociale situationer som han er involveret i i sit hverdagsliv. Den parasociale rolles værdier kan for eksempel forbindes med de krav der stilles til seeren i forbindelse med hans præstationer indenfor visse statusområder. Sådanne krav kan manifestere sig ved andres krav, eller ens egne krav, med den ledsagende opståen af mere eller mindre tilfredsstillende selvopfattelser. Udspillet af en parasocial rolle kan derfor udgøre en undersøgelse og udvikling af nye rollemuligheder, som i de eksperimentelle faser i faktisk eller forestillet social bevægelighed.<sup>19</sup> Det kan være en lejlighed til gengivelse af roller man ikke længere indtager – roller, som måske ikke længere er mulige. Publikummet er forskellige med hensyn til livsstadium og andre sociale og kulturelle særpræg; så det der for ungdommen kan være en forhåndstilgængelse af roller som skal spilles i fremtiden, kan for ældre mennesker være en genoplevelse og revurdering af den faktiske eller forestillede fortid.

Den udspillede rolle kan være en idealiseret version af en hverdagsoptræden – en vellykket parasocial tilnærmelse til et ideelt mønster som ikke ofte og måske aldrig opnåes i det virkelige liv. Her kan personaens bidrag være at holde et tryllespejl op for sine tilhængere, idet han spiller sin gensidige rolle dygtigere og mere ideelt end partnerne i det virkelige liv gør. Således overgår Liberace for eksempel den almindelige ægtemand i blid forståelse, eller Nancy Berg overgår den almindelige hustru i amourøs imødekommenhed. Således kan seeren sættes i stand til at spille sin rolle så overbevisende og fuldt i fantasien, som han ikke kan i virkeligheden.

Når vi har understreget mulighederne som tilbydes for at spille en stedfortrædende eller virkelig rolle, er det fordi vi anser dette for at være den vigtigste funktion i seerens aktivitet, og den vigtigste kanal ad hvilken for programmets mening kan nå ham. Dette er ikke for at overse det faktum at enhver social rolle er gensidig med andres sociale roller, og at det er lige så vigtigt at lære at forstå, tyde,

og forudse andres opførsel som det er at beherske sin egen. Funktionen af massemedierne og de programmer vi har diskuteret er også eksemplificeringen af de opførselsmønstre man har behov for at kunne forstå og magte hos andre og hos sig selv. Således bliver seeren instrueret både i hvordan det modsatte køn opfører sig, samt i folk af højere og lavere status, og i folk i bestemte stillinger og positioner. På grund af den rene mængde af instruktion kan dette, kvantitativt set, være det vigtigste aspekt i den parasociale oplevelse, om ikke andet så fordi hver persons roller er relativt få, mens de andres i hans sociale verdener er meget talrige. I denne kultur er det indlysende at det at være forberedt på at møde alle fordringerne i en omskiftelig social situation, uanset hvor begrænset den end må være, kan – og vil ofte – kræve en stor strøm af stykker og historier, rådgivningsbrevkasser og vejledningsbøger. Hvad er, når alt kommer til alt, sæbeoperaer, udover en uendelig undersøgelse af de eventualiteter, man kan møde i »hjemmelivet«?<sup>20</sup>

Udover de muligheder vi allerede har nævnt, præsenterer medierne muligheder for at spille roller som seeren har – eller føler han har – et berettiget krav på, men som han ikke finder mulighed for at spille i sit sociale miljø. Dermed kan funktionen af det parasociale passende kaldes kompenserende, for så vidt som det giver de socialt og psykologisk isolerede chancen for at nyde selskabelighedens eliksir. Modsat dramaet er »personlighedsprogrammet« specielt designet til at give lejlighed til morskab og drillerier, ros og beundring, sladder og anekdoter, hvor værdien af venskab bliver understreget.

Det er typisk for »personlighedsprogrammer« at man viser almindelige mennesker, som behandles som noget særligt i det øjeblik. Når man interviewer ikke-professionelle konkurrencedeltagere, kan personen for eksempel roses for at have børn – om det er få eller mange betyder ikke noget; han kan smigres for sit ungdommelige udseende; og det er sandsynligt, at jo længere han har været »lykkeligt gift«, jo mere hædres han – med applaus fra studiepublikummet. Der klappes oven i købet, og stemningen stiger, når interviewpersonen nævner hvilken by han bor i. De værdier som tilhører en harmonisk, succesrig optræden i ens fastsatte plads i den sociale orden, er i alt dette som realiseres for hovedpersonen. Personen præsenteres som en der er sikker på andres hengivenhed og respekt, og han tager sikkert oplevelsen som en tilfredsstil-

lende forsikring om social solidaritet og selvsikkerhed. For både studie- og hjemmepublikummet er det en model på en passende rolle-optræden – som ægtemand, hustru, moder, som »tiltrækkende« midaldrende, »fantastisk ungdommelig« alderdom, og lignende. Det er ydermere en demonstration af den grundlæggende gavmildhed og gode vilje hos alle involverede, naturligvis inklusive den kommercielle sponsor.<sup>21</sup>

Men i modsætning til lignende eksemplificering af lykkelig selskabelighed i et stykke eller en roman, er radio- eller fjernsynsprogrammet ægte; det vil sige, at det er indhyllet i den fortløbende forsikring og tilfredsstillelse, som tilhører den objektive respons. For eksempel kan der være telefonopringninger til konkurrencedeltagere »udenfor«, modtagelse og anerkendelse af forespørgsler fra hjemmepublikummet, etc. Næsten hvert eneste medlem af hjemmepublikummet indgydes den fornemmelse at også han, dersom han ønskede det, kunne tage vellykket del i denne helende ceremoni.

## Ekstrem parasociabilitet

For størstedelen af publikummet supplerer det parasociale deres normale sociale liv. Det frembringer et socialt miljø hvor antagelser og forståelser fra interaktion i primærgrupper samt selskabelighed bliver demonstreret og bekræftet. »Personlighedsprogrammet« er imidlertid særligt velegnet til at skabe kompenserende tilknytninger for de socialt isolerede og kluntede, de gamle og invalide, de generte og udstødte. Personaen selv er et tilgængeligt objekt for kærlighed – især når det lykkes ham at frembringe den anbefalede kvalitet »at have hjerte«. Intet kunne være mere fornuftigt og naturligt, end at folk som er isolerede og ensomme skulle søge selskabelighed og kærlighed hvor de end kan finde det. Det er kun når det parasociale forhold bliver en erstatning for selvstændig social aktivitet, når det går for langt i sin trodsen af objektiv virkelighed, at det kan anses for at være sygeligt.<sup>22</sup>

Eksistensen af en marginaliseret befolkningsgruppe er blevet anerkendt af massemedierne, og af og til henvender specielt designede tilbud sig til denne minoritet.<sup>23</sup> I disse programmer forsøges det at skabe den maksimale illusion om et personligt, fortroligt forhold. Programmerne repræsenterer den ekstreme udvikling indenfor det parasociale, appellerer til de mest isolerede, og illustrerer



på en overdreven måde de principper vi synes gør sig gældende indenfor hele spekteret af »personlighedsprogrammer«. Programmerne som falder indenfor denne ekstreme kategori flygter ikke blot fra en utilfredsstillende og trist virkelighed, men forsøger at afstive deres publikums mangelfulde selvrespekt ved de mest højroastede forsikringer. Tydeligvis ud fra antagelsen om at den højeste ensomhed er manglen på en seksualpartner, har disse programmer en tendens til at være henvendt til enten det ene eller det andet køn, og til at udstyre personaen med en erotisk udstråling.<sup>24</sup>

Det synes at have været formålet og meningen med programmet *The Lonesome Gal*, et kort radioprogram som opnåede sådan en succes i 1951, at det blev udsendt i 90 forskellige byer. På relativt kort tid spredte programmet sig fra Hollywood, hvor det kom fra, udover hele landet til New York, hvor det kunne høres hver aften kl. 23.15.<sup>25</sup>

Programmets hovedtræk var ligefremheden selv. Efter en indledende fanfare og programmets titel blev programmets eneste figur ført ind til publikum. Hun var nøjagtigt som præsenteret, en ensom pige, men uden et navn eller en historie. Hele hendes optræden bestod af en ubrudt monolog som ikke var hæmmet af plot, klimaks eller pointe. I den parasociale interaktions sammenhængende hele, er dette det stik modsatte af et lukket drama; det er faktisk intet andet end den gensidige rolle til seerens egen parasociale rolle. Den Ensomme Pige talte simpelthen med en grødet og salvelsesfuld stemme, hvis antydende seksuelle appel modsagde hendes ords tilsyneladende ærbarhed.<sup>26</sup>

Fra starten valgte den Ensomme Pige en stærkt fortrolig stil, næsten som henvendte hun sig til en elsker i et hemmeligt mødesteds uforstyrrelighed:

Skat, du ser så træt ud, og som om du er lidt ked af noget i aften... Du er bekymret, jeg kan mærke det. Elskede, du har brug for hvile.... hvile og nogen som forstår dig. Kom, læg dig på sofaen, slap af, jeg vil stryge dig blidt over håret... Jeg er hos dig nu, altid hos dig. Du er aldrig alene, du må aldrig glemme at du betyder alt for mig, at jeg kun lever for dig, din Ensomme Pige.

På et eller andet tidspunkt i hvert program forsikrede den Ensomme Pige sine lyttere om, at disse kærlige ord ikke var henvendt til de sunde og flotte, de kloge og selvsikre, men til de generte, de tilbagetrukne – de ensomme mænd som altid inderst inde havde drømt om at finde en ensom pige til at trøste dem. Verden er bogstaveligt talt fuld af så-

danne ensomme piger, fremhævede hun; ligesom hende søgte de alle kærlighed og kammeratskab. Skæbnen var imidlertid uretfærdig, og de var skuffede og efterladte i ulykkelig ensomhed, uden nogen til at trøste dem. På radioen var stemmen enhvers Ensomme Piges:

Kan du ikke forstå, skat, at jeg kun er en af millioner af ensomme piger. Jeg tilhører ham, som bruger sine søndage på museer, som går gennem Central Park og ser trist på de elskende der. Men jeg er mere heldig end nogen af disse elskende, for jeg har dig. Ved du at jeg altid tænker på dig? ... Du har brug for nogen til at bekymre sig om dig, som vil passe på dit helbred, du har brug for mig. Jeg deler dine håb og dine skuffelser. Jeg, din Ensomme Pige, din pige, som du så ofte føler dig draget af i den store by, hvor så mange er ensomme...

Den Ensomme Pige blev oversvømmet af breve som fremførte ægteskabsønsker, og brevskriverne forsikrede hende respektfuldt om at hun netop var den pige som de havde ledt forgæves efter hele livet.

Som en figur i et radioprogram havde den Ensomme Pige visse fordele i dyrkelsen af parasociale forbindelser, sammenlignet med fjernsynsprogrammer med lignende indhold. Hun var bogstaveligt talt en uset tilstedeværelse, og hver af hendes lyttere kunne for sit indre øje se hende netop som hans fantasi dikterede. Fantasien gjorde at hun kunne være næsten en hvilken som helst alder eller størrelse, have en hvilken som helst baggrund.

Dette gælder ikke for frøken Nancy Berg, som begyndte at dukke op sidste år i en 5-minutters tv-spot, der hed *Count Sheep*.<sup>27</sup> Hun kan ses kl. 1 om natten på alle ugedage. Efter et advarselsskilt der fortæller seerne at hun snart er på, bliver der læst en reklame op, og scenen overlades til frøken Berg. Hun dukker op i et ødselt indrettet soveværelse klædt i negligé, tripper rundt i rummet, strækker sig, gaber, hopper i seng, og vrikker sig ud igen for en sidste legetur med sin franske puddel. Så kravler hun ned under dynen, gør sig det behageligt og gør klar til at sove. Kameraet panorerer ned til et enormt close-up, og mikrofonerne opfanger frøken Bergs søvnige og hviskende »Godnat«. Blød musik fader ind, og det sidste seerne ser er en tegnefilm med får der hopper over hendes hoved. Programmet er forbi.

Der er lidt mere i programmet end dette. Hver tidlige morgen gives frøken Berg en lille dialog eller opgave som, selv om det er kort, fryder hendes publikum påny:

Engang satte hun fingeren gennem en pizza, satte pizzaen på pladespilleren, og Dean Martin begyndte at synge *That's Amore*. Hun har med stor indlevelse læst op af *Romeo & Julie*, *Of Time and the River*, og af hendes fanbreve. Hun har spist druer af et legetøjs-pariserhjul og haft en imaginær telefonsamtale med nogen som, afslørede hun bagefter, havde fået forkert nummer.<sup>28</sup>

Somme tider trakterer hun publikum med en personlig detalje. For eksempel har hun forklaret at hunden i udsendelsen er hendes egen. Den hedder *Phaedeaux*, afslørede hun koket, udtalt »Fido«.

Udover frøken Berg selv skal der 20-26 mennesker til at producere programmet; og de synes alle at være temmeligt forvirrede over den succes hun nyder. Hendes manager, som betyder at være ret overrasket over det hele, forsøgte at finde nogle af grundene til denne succes i et nyligt interview, hvor han blev spurgt om udsendelsens formål:

Formål? Formålet var for det første at få en sponsor; for det andet at give folk mulighed for at se på en smuk pige kl. 1 om morgenen; for det tredje at lave noget utraditionelt. Jeg tror denne pige bliver en stor stjerne, og for hende var dette en måde at få opmærksomhed på. Det fik vi sandelig. Hun er et showmenneske, og lidt til den skøre side, men der er også en masse hjerne. Hun rører ikke bare ved ting – hun kærtegner dem. Nogle gange siger hun slet ikke noget, måske tænker hun på, hvad du tænker på.<sup>29</sup>

Det centrale faktum i denne forklaring synes at være det at frøken Berg har en evne til at antyde overfor sit publikum at hun er indviet i, og måske deler, deres inderste tanker. Dette er præcis det indtryk den Ensomme Pige forsøgte at give, mere direkte og mere konverserende, i sin monolog. Begge programmer var afpasset til at fremme og opretholde illusionen om fortrolighed, som vi har nævnt tidligere i vores diskussion. Vi mener, at de seksuelle overtoner i begge programmer må læses i dette lys. De er forførende i mere end almindelig forstand. Seksuelle opfordringer bruges måske fordi det er en af de mest direkte stikord til en antaget fortrolighed – en katalysator for omgående selskabelighed.

De roller som frøken Berg og den Ensomme Pige skildrer, kræver en streng overholdelse af en standardiseret udgave af deres »personligheder«. Deres faktiske personligheder, og detaljerne i deres baggrund, tillades ikke at blive særligt frem-

stående eller forskellige, for hver eneste udpenning af særlige detaljer kan fremmedgøre en del af publikum, eller kan forstyrre forholdet. På trods af den tilsyneladende intimitet i hendes udsendelse – publikum inviteres indenfor i hendes soveværelse – nægter frøken Berg således at afsløre sine »mål«, selv om disse oplysninger er frit tilgængelige om filmstjerner.

Den Ensomme Pige var endnu mere tilbageholdende med personlige oplysninger. Hun optrådte kun en gang offentligt, udover radioprogrammerne. Ved den lejlighed havde hun en sort maske for ansigtet, og blev præsenteret for sit levende publikum på de samme mystiske anonyme betingelser hun mødte sit radiopublikum på. Rygterne stod imidlertid ikke stille, og man kan roligt antage at de var i omløb for at udstyre hende med en diffus glamour af en slags som hendes publikum ville finde passende. Det hed sig, at hun boede i Hollywood, men oprindeligt kom fra Texas, en stat som i folketraditionen har et livligt ry for usømmeligheder og extravagance. Rygtet har også ladet vide, at fransk og indiansk blod ruller i hendes årer, en kombination som i højeste grad antyder vildskab og lidenskab for hendes stereotype lyttere. Derudover var intet kendt om hende, og yderligere detaljer blev åbenbart ikke tilladt afsløret.

### *Image*'et som kulturgenstand

Opmuntringen til, for ikke at sige kravet om, en fornemmelse af fortrolighed med personaen, og en forståelse af ham som en »ægte« person, er i uoverensstemmelse med det faktum at det image han præsenterer i en vis udstrækning er en konstruktion, en facade – som har ringe lighed med hans private person. Vor tids mediers puritanske konventioner kræver at denne facade bliver meget affekteret. De populære figurer indenfor radio og fjernsyn er, eller synes at være, med få undtagelser, de rene middelklasse-dydsmonstre med anstændigt beskeden intellektuel kapacitet. Siden nogle af dem faktisk er meget intelligente, og de alle, ligesom vi andre, er stærke og svage, gode og onde, opretholdes facaden kun ved at skjule uoverensstemmelserne mellem det offentlige image og privatlivet.

Standardteknikken består ikke i at gøre det private liv absolut hemmeligt – for publikums interesse kan ikke ignoreres – men at skabe en acceptabel facade indenfor privatlivet også, et mere eller mindre konstrueret privat image af livet bag det

konstruerede offentlige image. Dette er presseagentens arbejde, PR-mandens, og fanbladets. Hvor vellykket de har gjort deres arbejde kan måske læses ud af hvor populære de blade er, som beskæftiger med »snavset« bag facaden.<sup>30</sup>

Den offentlige interesse for stjernernes privatliv er ikke indlysende. Ren og skær værdsættelse af og forståelse for deres optræden som skuespillere, sangere eller entertainere er ikke afhængig af informationer om dem som personer. Og der er uden tvivl mange blandt publikum som også nyder dem uden at vide, eller ønske at vide, noget om deres hjem, børn, sportsbiler, yndlingsretter, og uden at holde sig orienteret om detaljerne i deres ægteskaber og skilsmisser. Det er ofte blevet sagt, at Hollywood stjernerne – og deres lidt mindre glamourøse kolleger i radio og fjernsyn – er moderne »helte«, som personificerer populære kulturelle værdier, og at interessen for dem er en slags heltedyrkelse og andenhåndsoplevelse gennem identifikation. Begge disse fortolkninger er måske rigtige; Vi vil imidlertid gerne understrege et tredje motiv – bekræftelsen og udbygningen af den parasociale relation til dem. Det kan netop være fordi det grundlæggende er en illusion, at sådan en indsats er nødvendig for at bekræfte den. Det virker sandsynligt, at det for de, som finder de parasociale relationer vigtige, er nødvendigt konstant at kæmpe for at overvinde disse relationers iboende begrænsninger, enten ved at udbygge billedet af den anden, eller ved at forsøge at overskride illusionen ved at skabe en form for reel kontakt med personen.

Når man tager den langvarige fortrolighed med personen i betragtning, kombineret med forsikringen om, at der er et rigtigt menneske bag illusionen, er det ikke overraskende at mange medlemmer af publikum bliver utilfredse og forsøger at etablere en virkelig kontakt med personen. Det vides ikke præcis under hvilke betingelser folk blive motiverede til at skrive til personen, eller gå længere og forsøge at opsøge ham – for at få en personlig respons fra ham. Fan-fænomenet er blevet studeret i nogen udstrækning,<sup>31</sup> men fanklubber og fanstævner er sandsynligvis et gruppefænomen, motiveret lige så meget ud fra de værdier der ligger i kollektiv deltagelse som ud fra hengivenhed til personen selv. Der er åbenlyse sociale belønninger at hente i trofæerne fra kontakten med de berømte eller berygtede – fra autografer til lommestørklæder dyppet i den døde bandits blod – som giver ejeren en skygge af den ærefrygt eller beundring, der oprindeligt var rettet mod kilden. Man må antage

at kontakt med og anerkendelse fra personen, overfører noget af hans prestige og indflydelse til den aktive fan. For det meste er disse forsøg på at nærme sig personen begrænset til breve og besøg. Men i det ekstreme tilfælde afløses de sociale belønninger, der ligger i at spise kirsbær med de store, af tilfredsstillelsen af et dybt privat formål. Tilhængerer er faktisk »forelsket« i personen, og kræver en ægte gensidighed, som den parasociale relation ikke kan give.

Avisernes rådgivningsbrevkasser giver os et illustrerende eksempel.<sup>32</sup> Brevskriveren, frøken A, er blevet »forelsket« i en fjernsynsstjerne, og er begyndt at omarrangere og omprioritere sit liv for at tilpasse det efter sin hengivenhed til denne mand, som hun aldrig har mødt. Det er i øvrigt vigtigt, at manden er en lokal optrædende – sandsynligheden for faktisk at møde ham må synes større end hvis han var en figur fra New York eller Hollywood. Grænsen mellem frøken A's fantasier og virkeligheden trænger sig i stigende grad ind på den vigtige følelsesmæssige investering hun har gjort i forholdet. Hendes brev taler for sig selv:

Det har taget mig to uger at samle mod til at skrive dette brev. Jeg er blevet håbløst forelsket i en lokal fjernsynsstjerne. Vi har aldrig mødt hinanden, og jeg har kun set ham på fjernsynet og i et teaterstykke. Dette er ikke en 16-års forgabelse, for jeg er 23, har college-eksamen, og ved hvad det handler om. I de sidste to måneder er jeg holdt op med at gå ud med andre, for alle andre mænd synes barnlige i sammenligning. Intet interesserer mig. Jeg kan ikke sove, og mit modeljob keder mig. Vær sød at give mig et råd.

Skriveren af dette brev synes ikke blot at høre til de ensomme, men er også et offer for det »magiske spejl«, hvor hun ser en mand som spiller hendes gensidige rolle så perfekt at alle de mænd hun faktisk kender »synes barnlige i sammenligning.« Men dette er ikke billedet af en opfundet helt; det er en »virkelig« mand. Det er interessant at brevskatteredaktøren i sit svar vælger at gå ind netop på det punkt – ikke at latterliggøre muligheden af at møde stjernen, men at benægte forestillingens virkelighed:

Jeg ved ikke hvad du har lært på college, men du dumper i faget almindelig sund fornuft. Du er faldet for et stykke celluloid, som er lige så uvirkeligt som et billede på væggen. Den personlighed som du er vild med på fjernsynsskærmen er en opdigtet

figur, og ethvert sammenfald mellem ham og den virkelige mand vil være mirakuløst.

Sagen er imidlertid afslørende, ikke blot fordi den bærer vidnesbyrd om den energi der kan bruges på en parasocial relation, men også fordi den viser hvor fin grænsen ofte er mellem de mere almindelige former for social interaktion og de som karakteriserer relationer til personaen. I et ekstremt tilfælde, som frøken Ås, har hendes tilknytning til personaen invaderet hendes hverdagsliv – i så høj en grad at det uden kontrol vil forkvakle eller ødelægge hendes forhold til det modsatte køn. Men det ekstreme i denne respons bør ikke tilsløre det faktum at parasociale relationer almindeligvis påvirker manges hverdagsliv. Manden, som fortæller sin ven om det kloge Godfrey sagde, og som planlægger omhyggeligt for ikke at gå glip af sin yndlingsudsendelse, giver en tilsvarende respons, omend i en anderledes og mildere grad. Som vi har sagt, er parasocial interaktion analog til og ligner på mange måder social interaktion i almindelige primærgrupper.

De nye massemedier er tydeligvis kendetegnet ved deres evne til at konfrontere et enkelt medlem af publikum med en åbenbart fortrolig og personlig forbindelse med en optrædende. Dette træk ved deres teknologiske ressourcer synes ikke at være mere overbevisende eller direkte vist end netop i »personlighedsprogrammet.« I disse programmer bruges en ny slags optrædende, personaen, hvis hovedegenskab synes at være hans evne til at dyrke og opretholde denne antydede fortrolighed. Som han fremtræder for sit publikum, i udsendelse efter udsendelse, opretholder han tilbagevendende sociale transaktioner med sine tilhængere; han opretholder det vi har kaldt parasocial interaktion. Disse tilhængere spiller, som medlemmer af hans publikum, en psykologisk aktiv rolle, som under visse omstændigheder, men slet ikke alle, går over i fan-opførsels mere formelle, åbenlyse og udtrykfulde aktiviteter.

Som en underforstået respons på personaens optræden, ledes og kontrolleres denne parasociale interaktion til en vis grad af ham. Det meste af basis for denne ledelse og kontrol ligger imidlertid i, at seeren tilskrives en slags rolle som supplerer personaens egen rolle. Denne tilskrevne komplementære rolle er af social karakter, og er en variant af den eller de roller, som normalt spilles i seerens primære sociale grupper. Rollen bliver defineret, demonstreret og indskærpet ved hjælp af utallige på-

fund i radio- og fjernsyns personlighedens optræden. Når den er blevet indlært, kan personaen være sikker på, at hele transaktionen mellem ham selv og publikummet – hvoraf hans optræden kun udgør en fase – bliver rigtigt fuldbragt af det usete publikum.

Set fra denne vinkel synes det at følge naturligt, at der ikke er nogen sammenhæng mellem den almindelige og den parasociale oplevelse; denne sammenhæng antages normalt af iagttagere af disse medier, idet de bruger analogien om fantasi eller drømme i fortolkningen af programmer som grundlæggende er dramatiske af natur. Vi foreslår, at relationen mellem entusiast og personligheden opleves på samme måde som, og er forbundet med, netværket af faktiske sociale relationer. Vi mener at dette er tilfældet i endnu højere grad når personligheden bliver et fælles objekt for medlemmerne af de primærgrupper, seeren færdes i i sit hverdagsliv. Faktisk synes det givtigt at overveje interaktionen med personligheden som en fase af de almindelige rollespil i seerens dagligdag.

Vores iagttagelser i denne artikel er imidlertid ikke ment som andet end foreslag til videre arbejde. Det synes for os at være en meget givtig tilgangsvinkel til sådanne fænomener, om man fra psykologiens studier af social interaktion kunne finde ud af i detaljer hvordan denne parasociale interaktion bliver integreret i den almindelige sociale aktivitets mønster.

I denne forbindelse er det relevant at gøre opmærksom på, at der er en tradition – efterhånden relativt langvarig – for at tilskuere til sportsbegivenheder eller fjernsynsprogrammer er relativt passive. Denne påstand er en anerkendt hypotese, men ikke desto mindre dog kun en hypotese. Hvis den godkendes bogstaveligt og ukritisk, kan den aflede den studerendes opmærksomhed fra, hvad der faktisk foregår hos publikummet. Vi tror at en form for metode som den vi foreslår her kan sætte iagttageren af massemedierne på sporet af antydninger indenfor selve programmet af, hvorledes publikummet bliver bedt om eller afkrævet bestemte former for respons. Fra en sådan fordelagtig analytisk vinkel bliver observationsfeltet så at sige bredere, og iagttageren kan se mere som er relevant for udvekslingen mellem den optrædende og publikum.

I det væsentlige vil vi derfor gerne udfolde og udnytte den selvfølgelighed at personligheden og »personlighedsprogrammet« er del af millioner af menneskers liv, ved at spørge hvordan begge bli-

ver optaget i samfundet, og ved at forsøge at finde ud af hvilke virkninger disse former for respons har på holdningerne og handlingerne hos det publikum, som er så hengivne overfor og optagede af denne side af amerikansk kultur.

## Noter

1. De kan flytte sig ud i lederskabspositioner i verden som sådan når de bliver berømte og indflydelsesrige. Frank Sinatra er for eksempel blevet kendt som en »ungdomsleder«. Omvendt kan figurer fra den politiske verden blive »mediepersonligheder«, når de optræder jævnligt. Fiorello LaGuardia, New York's afdøde borgmester, er et eksempel på dette.
2. Merton's diskussion af holdningen til Kate Smith og hendes tilhængere eksemplificerer, med mange omstændelige detaljer, hvad vi har sagt her. Se Robert K. Merton, Marjorie Fiske, og Alberta Curtis: *Mass Persuasion: The Social Psychology of a War Bond Drive*; New York, Harper, 1946; især kapitel 6.
3. Det artiklen kalder »personality« programs, dækker alle underholdningsprogrammer, hvor der er en studievært. O.A.
4. Godfrey er en populær komiker eller figur fra en komedieserie. O.A.
5. Der er en mulighed for at personaen i løbet af sit professionelle liv kan udvikle nye opfattelser af sig selv og sin rolle, som respons på indflydelse fra hans publikum.
6. Dave Garroay i samtale med Joe Alex Morris, »I Lead a Goofy Life«, *The Saturday Evening Post*, 11. februar, 1956, p. 62.
7. Garroay, *Saturday Evening Post*, p. 64.
8. Se for eksempel: George H. Mead, *Mind, Self and Society*; Chicago, Univ. of Chicago Press, 1934. Walter Coutu, *Emergent Human Nature*; New York, Knopf, 1949. Rosalind Dymond, *Personality and Empathy*, *J. Consulting Psychol.* (1950) 14: 343-350.
9. Burke bruger dette udtryk for at beskrive en holdning fremkaldt af formelle retoriske greb, men det synes lige så passende her. Se Kenneth Burke, *A Rhetoric of Motives*; New York, Prentice-Hall, 1950; p. 58.
10. Dette er i kontrast til dramaets lukkede system, hvor alle roller er forudbestemte i deres gensidige relationer.
11. Kenneth Burke, *Attitudes Toward History*, Vol. 1; New York, New Republic Publishing Co., 1937; se for eksempel p. 104.
12. Se Merton's skarpsindige analyse af publikummets krav om »oprigtighed« som en forsikring mod manipulation. *Mass Persuasion*, pp. 142-146.
13. Disse egenskaber er blevet bemærkelsesværdigt diskuteret af Mervyn LeRoy, en Hollywood instruktør, i en nylig bog. Selv om han specifikt refererer til filmstjerner, er lignende forestillinger almindelige i andre dele af showbusiness. »Hvad gør særlige mennesker tiltrækkende?« spørger han. »Jeg har før sagt at man ikke kan være en rigtig god skuespiller uden hjerte. Man skal også have evnen til at projicere det hjerte, den følelse, den bevægelse. Sympatien i dine øjne kan ses. Publikummet er nødt til at have ondt af personen på skærmen. Hvis der ikke er øjeblikke hvor han, rigtigt eller forkert, bevæger publikummet til at føle sympati, vil den skuespiller aldrig blive en stor stjerne.« Mervyn LeRoy og Alice Canfield, *It Takes More Than Talent*; New York, Knopf, 1953; p. 144.
14. Når det er lykkedes en skuespiller at få et godt forhold til sit publikum i en særlig slags dramatisk rolle, kan han blive sat i bås i den rolle. Stereotyper i filmindustrien kommer ofte af en tro på, at et vedvarende nært forhold til publikum kan opnås ved at gentage tidligere succeser. (Princippet kritiseres ofte for at være skadeligt for skuespillerens talent, men det er en ufravigelig nødvendighed for den persona, hvis professionelle succes afhænger af at skabe og opretholde en troværdig og stabil identitet.) Nogle gange vil Hollywoodstjernen endog tage sit navn fra en vellykket rolle; det er på dette grundlag at Warner Brothers studierne vælger navne til nogle af deres skuespillere. For eksempel blev Donna Lee Hickey omdøbt til Mac Wynn efter en rolle hun spillede med stor udmærkelse i *The Caine Mutiny*. Se *Names of Hollywood Actors*, *Names* (1955) 3:116.
15. Den »loyalitet« som kræves af publikummet er ikke nødvendigvis passiv eller kun begrænset til at støtte personaens optræden. Den aktive demonstration af loyaliteten bliver tilskyndet ved velgørenhedsappeller, »marathons« og »telethons«; og selvfølgelig forventes det at den frit overføres til produkter som optræderen reklamerer for. Loyalitetens mest aktive form ses i organiseringen af fankubber, med aktivitetsprogrammer og medlemsskabsbetingelser, som giver et vedvarende vidnesbyrd om loyalitet.
16. Komikere på radio og fjernsyn irttesætter ofte deres publikum hvis de ikke griner de rigtige steder, ellers hvis deres respons anses for at være utilstrækkelig. Komikeren fortæller publikum, at hvis de ikke vil svare prompte, vil han ikke vente, hvorpå publikummet som regel giver den ønskede latter. Til tider er irttesættelsen mere indirekte, som når komikeren afbryder sin optræden for at sige, at han vil fyre forfatteren af den dårlige vittighed. Igen bliver selve påmindelsen om at give den rette respons behandlet som en vittighed, og følges af latter.
17. Coutu, *Emergent Human Nature*, p. 294.
18. Se for eksempel W. Lloyd Warner og William E. Henry, *The Radio Daytime Serial: A Symbolic Analysis*, *Genetic Psychol. Monographs* (1948) 37: 3-71, artiklen om en radioføljeton i dagtimerne, hvor det vises at kvinder fra den højere middelklasse som regel afviser at identificere sig med kvinder fra den lavere middelklasse, som serien repræsenterer. Men nogle mennesker er villige til at indtage uvante roller. Dette synes især at gælde for de intellektuelle, hvis forskellighed fra øvrige ikke så meget består i at de

- har kosmopolitisk smag og viden, men snarere i at de har evne til at overskride deres egen kulturs grænser i deres identifikation. Man ved forbausende lidt om hvordan denne evne udvikles.
19. De fleste iagttagere af massemedierne har et relativt højere kulturelt niveau end de mest populære programmer og personligheder i de elektroniske medier, og ser nødvendigvis ned på dem. Men det må ikke glemmes at for mange millioner er hengivelsen til disse medier et spørgsmål om at se op. Er det ikke også muligt at nogle af disse medier for nogle mennesker tillader en velkommen tilbagevenden fra de højere kulturelle standarder der er i deres nuværende status? Det kan være en forklaring på den popularitet som detektivhistorier og science fiction nyder hos intellektuelle, og kan måske også forklare flugten nedad fra middelklasseværdier i triviallitteraturen generelt.
  20. Medierne beskyldes ofte for, at deres beskrivelse af denne side af livet er mangelfuld, overfladisk og ofte forkert. Det ville være nemmere og mere givtigt at evaluere denne kritik, hvis den var formuleret i rolleteoriens begreber. Fra enhver given rolles synspunkt ville det være interessant at vide hvor godt medierne repræsenterer de værdier og forventninger som virkelighedens rolleindehavere har. Hvilken bredde i tilladelige rolleudlægninger kan anerkendes? Hvor meget opmærksomhed gives der til de problemer som opstår i forbindelse med rolleskift, og hvor kreativt bliver disse problemer behandlet? Disse er kun få af de mange lignende spørgsmål, som straks falder en ind.
  21. Der er en tæt analogi til den type human-interest historie i aviserne som noterer ekstreme tilfælde af rolleudførelser og deres belønninger. Sådanne historier drejer sig om tilfælde, hvor noget har varet meget længe, for eksempel meget lange ægteskaber, mange børn; heroisk dåd – rolleudførelse under »umulige« forhold; ekstraordinært held, prisvindere, etc.
  22. Efter at have understreget at han har mange »ivrige« tilhængere, går Dave Garroway videre til at sige, at »nogle af dem... var lidt for ivrige.« Han fortæller historien om en kvinde »fra en stat ude vest på«, som »ankom til Chicago (hvor han sendte fra på det tidspunkt), indskrev sig på et stort hotel som Mrs. Dave Garroway, åbnede adskillige kundekonti i mit navn og åbnede en fælles bankkonto, som hun satte en stor sum penge ind på. Nogle måneder senere tog hun en taxa til mit hotel og informerede portieren om at nu flyttede hun ind. Han ringede til et detektivbureau som vi havde hyret til at holde øje med hende, og de overtalte hende til at vende hjem. Siden har der været andre, men ingen så udholdende.« *Saturday Evening Post*, p. 62.
  23. Denne gruppe inkluderer sandsynligvis de, for hvem Lonely Hearts og andre kontakt/pennevenneklubber bliver drevet.
  24. Selv om de eksempler som følger drejer sig om kvindelige personae som henvender sig til et mandligt publikum, bør man lægge mærke til, at der for en tid også var et fjernsynsprogram som omhandlede The Continental, en herre som spillede en høflig udlænding og hvis optræden bestod i at hviske ømme bemærkninger til et uset kvindeligt publikum. Han var klædt i kjole og hvidt og svarede helt overens med den amerikanske stereotype fordom om en elegant europæisk elsker.
  25. Dette program afstedkom åbenbart ikke nogen særlig mængde kommentarer eller kritik i den amerikanske presse, og vi står i gæld til en artikel i et tysk ugeblad for detaljer om udsendelsen, og for de ordrette citater af den Ensomme Piges monolog, som vi har genoversat til engelsk. Se *Ich bin bei dir, Liebling...*, *Weltbild* (München), 1. marts, 1952; p. 12.
  26. Dette står i pikant kontrast til de sangere, hvis beskedne stemmeføring og opførsel ofte modsiges af de sexede ord i de sange de synger.
  27. Detaljerne om denne udsendelse er baseret på Gilbert Millstein, »Tired of it All?« *The New York Times Magazine*, 18. september, 1955; p. 44. Se også »Beddy-Bye«, *Time*, 15. august, 1955; p. 45.
  28. *The New York Times Magazine*, p. 44.
  29. *The New York Times Magazine*, p. 44.
  30. Blade som *Uncensored* og *Confidential* (som bærer undertitlen, »Fortæller kendsgerningerne og sætter navne på«) har enorme oplagstal, og kan ses som det stik modsatte af et fanblad. De hævder at »afsløre« personen bag personaen.
  31. M. F. Thorp, *America at the Movies*; New Haven, Yale Univ. Press, 1939. S. Stansfeld Sargent, *Social Psychology*, New York, Ronald Press, 1950. K. P. Berliant, *The Nature and Emergence of Fan Behavior* (ikke offentliggjort kandidatspeciale, Univ. of Chicago).
  32. Ann Landers, *Your Problems*, *Chicago Sun-Times*, 25. oktober, 1955, p. 36.