

LITTERATUR

Boyd-Barret, Oliver: "Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems". In: James Curran, Michael Gurevitch, Janet Woollacott (Red.): Mass Communication and Society. Edward Arnold/Open University, 1977.

Dorfman, Ariel: The Empire's Old Clothes: What the Lone Ranger, Barbar and other Innocent Heroes do to our minds.... Pluto Press 1975.

Dorfman, Ariel og Armand Mattelart: How to Read Donal Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic. International General, New York, 1975.

Guback, Thomas: The International Film Industry. Indiana University Press, 1969.

Halleck, Dee Dee: "Nicaraguan Video: 'Live from the Revolution'". In: Making Waves: The Politics of Communication. Radical Science 16, 1985.

Many Voices. One World: Communication and Society Today and Tomorrow. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems (MacBride Commission), UNESCO 1980.

Mattelart, Armand: Multinational Corporations and the Control of Culture: The Ideological Apparatuses of Imperialism. Harvester, 1979.

Mattelart, Armand, Xavier Delcourt, Michelle Mattelart: International Image Markets. Comedia 1984.

Nordenstreng, Kaarle og Tapio Varis: Television Traffic: A One Way Street? A Survey and Analysis of the International Flow of Television Programme Material. Reports and Papers on Mass Communication no.70, UNESCO, Paris 1974

Schiller, Herb: Communication and Cultural Domination. Sharpe, New York, 1976.

Sivanandan, A.; "Imperialism and Disorganic Development in the Silicon Age". In: A Different Hunger: Writings on Black Resistance. Pluto Press, 1982.

Tracey, Michael: "The Poisoned Chalice? International Television and the Idea of Dominance". In: Daedalus, Summer 1985.

Williams, Keith: "Imperialism, Colonialism and the 'Culture' of Empire". Paper presented to the British Film Institute Summer School Echoes of Empire.

Se endvidere temanummeret af Media Development, vol.XXXII no. 1, 1985 med titlen 'The Video Revolution'.

Manuel Alvarado er research fellow ved Broadcasting Research Unit, en afdeling under British Film Institute i London.

Lille magt, men stort imperium

ET BIDRAG TIL DEBATTEN OM TV OG MEDIEIMPERIALISME

Af Niels-Aage Nielsen

Denne artikel tager fat i alt det svære - det begrebsmæssige - som vi enten springer over eller tager for givet i vores diskussioner af TV som magt- og påvirkningsfaktor. Derfor er den lang og til tider lidt omstændelig, idet den undgår at tage vores umiddelbare antagelser for pålydende. I stedet bliver de endevendt.

I de seneste 15 års medieforskning har magten været implicit til stede et eller andet sted i TV. Vi har skiftevis kritiseret mediet, frygtet det, taget afstand fra det og er nu senest med receptionsteoriernes blevet beroliget: Enhver TV-seer skaber ud fra sin egen sunde fornuft sin personlige opfattelse af "Dollars". Påvirkningen af hende er ikke længere producenterne eller medieforskerne eller Danmarks Radios ansvar, det er seerens eget. Medieimperialismen er dermed opløst, ihvertfald som undertrykkelsessystem.

Det første kritikpunkt i Niels-Aage Nielsens diskussion er medieimperialismeteorien. Den har ikke nogen teori om hvordan magten sætter sig igennem hævder han, idet den alene ved cirkler og pile focuserer på ensidigheden i "flow'et" fra USA med resten af verden som modtagere. Hvis det skal udtrykke en magtposition, må der være en relation mellem varestrømmene (basis) og den ideologiske overbygning. Vi er vant til at antage, at denne relation findes, men hvordan sætter den sig igennem? Diskussion heraf er - i bedste fald - gået i stå.

For at kunne gå videre her, tager Niels-Aage Nielsen et opgør med receptionsteoriens socialpsykologi og søger at afdekke hvilken del af betydningsdannelsen, og dermed påvirkningen, som netop unddrager sig en receptionsanalyse, der bygger på seerens egne udsagn og uden f.eks. en psykoanalytisk tilgang.

Betydningsproblemet skal endda diskuteres endnu mere principielt: Vi er i dag mindre enige end nogensinde om hvad der er TV's samfundsmæssige funktioner. Uklarheden hænger bl.a.

sammen med at ideologibegrebet gradvist forsvandt ud af medieforskningens hovedstrøm i løbet af 70'erne. Niels-Aage Nielsen mener imidlertid, at ideologibegrebet ikke lader sig rekonstruere i abstrakt form, men skal indkredses bl.a. via en analyse af fjernsynets "natur".

Desværre ender artiklen her i en ny usynlighed, men i diskussionen frem hertil opstilles brikker til en teori om TV-magtens mikrofysik. Niels-Aage Nielsen hævder, at magten netop skal diskuteres her og ikke på imperialismes-atlas'ets niveau. - TV har vævet sig så tæt ind i vores begrebsdannelse om samfund og omverden i videste forstand, at vi ikke kan rekonstruere et virkelighedsbillede uden TV som bevidsthedsstrukturerende faktor. TV har så at sige erobret vores verdensbillede indefra.

Det ser ud, som om der er sket en blokering i diskussionen, hvorvidt mediernes internationalisering indebærer medieimperialisme. Vanskeligheden ved at besvare spørgsmålet ligger ikke blot i manglen på empirisk viden, men skyldes lige så meget, at vi ikke kan begribe den totale virkning, som ligger forudsat i imperialismebegrebet.

Det er i høj grad begreberne om magt, der driller, og det er formentlig her, knuden skal løses op. Jeg vil i artiklen fastholde vores intuition om, at TV-mediet selvfølgelig har magt. Det véd dramatikeren, det véd journalisten, og det véd seeren, som får TV-flow'et inkorporeret i sin dagligdag. Man kan indvende, at magt i denne betydning ikke er interessant - det er jo den gode og anerkendte magt, medens debatten reelt drejer sig om den onde magt: de skadelige virkninger, de skjulte hensigter, den fremmede vilje.

Mon ikke vi skal starte hinsides godt og ondt, idet magten formentlig kom til verden før den velmenende moral. Eller i det mindste holde denne sidste hen så længe som muligt. Hvor vi i løbet af artiklen møder standpunkter, der nærmest erklærer magtens forsvinden ud af TV-fænomenet, vil jeg fastholde den elementære idé om magten som ren styrke. Og det er for at bevare muligheden til at opdage de steder, hvor noget alligevel udfolder sig som et slags imperium.

Med denne ledetråd vil artiklen bane sig vej til spørgsmålet om, hvad det er ved TV, der egentlig kæmpes om. Synspunktet er ikke, at TV skal bekæmpes som sådan, fordi det har en magt af en slags, men tværtimod: fordi det har magt, kan der kæmpes om det, - og dermed for det.

Medieimperialismen: et magtvacuum

En hel del indlæg i debatten om den internationale mediedistributions udvikling tager udgangspunkt i begrebet "medieimperialisme" og ender med at konkludere, at der egentlig ikke synes at være tale om en sådan. Det er næsten lige før, der har udviklet sig en doktrin om et "medieimperialistisk magtvacuum". Mest af alt er der nok tale om en undren over, at der ikke kan påpeges nogen mediemagt, hvor der "burde" være én.

Et nærliggende eksempel er Manuel Alvarados artikel her i Mediekultur¹⁾. For blot at holde sig til dispositionen i Alvarados artikel, så lægger han ud med en diskussion af, hvad medieimperialisme betyder, for så i midten af artiklen at henholde sig til nogle betragtninger, Michael Tracey har gjort²⁾. Disse betragtninger gør for Alvarado billedet af en medieimperialisme temmelig sløret, og som vi skal se om lidt, er det Tracey's opfattelse, at der slet ikke findes nogen medieimperialisme, tværtimod. Endelig slutter Alvarado med en henvisning til en medieimperialistisk teori på "klassisk leninistisk grundlag", som vi ikke skal glemme, siger han. Indtrykket af Alvarados' artikel er, at magten i disse sager er noget i retning af både alt eller intet, eller velvilligt formuleret: en undren over, hvor magten bliver af i denne fænomentalt ekspanderende medieinternationalisering. Michael Tracey, som Alvarado nævner i sin artikel, foretager en temmelig resolut likvidering af den gamle kulturimperialismeteorologi. Det er en helt forældet begrebsdannelse.

Ud over gentagne gange at konstatere, hvor lidt vi egentlig véd om international mediedominans, lader Tracey den gamle teoris magtbegreb smuldre fuldstændigt igennem sin artikel. Til sidst

er han i stand til at rejse en påstand om almenmenneskeligheden og service-karakteren ved den amerikanske medieeksport. Jeg vil på de følgende sider drøfte nogle pointer i Tracey's argumentation med det formål hverken at ende tilbage i den traditionelle teori om kulturimperialismen, eller i de konsekvenser, Tracey drager af sin kritik af den.

Væk med det gamle skoleatlas

Tracey lægger ud med at spørge, hvad vi egentlig ved om "overfladen" af den internationale distribution af TV-programmer. Han mener Tapio Varis' undersøgelse giver det bedste billede³⁾, og at der i hvert fald er tale om et ret kompliceret billede. Hans første kritikpunkt lyder således:

"Hvor kompliceret det end er, så ville det være latterligt at benægte, at der findes forvridninger i den globale kommunikations distributionsmønster. Det kan vi alle være enige om. Hvad der er mindre indlysende er, at disse mønstre nødvendigvis indebærer dominansstrukturer"⁴⁾.

Faktisk bliver det i løbet af hans artikel stadigt mindre indlysende, at der skulle være sådanne magtstrukturer i det internationale TV-flow. Jeg vil derfor omskrive Tracey's kritik således: diagrammet over de internationale handelsveje for TV, er ikke magtens diagram. Vi skal altså tænke i nogle andre baner end i stormagternes opdeling af vort gamle skoleatlas.

Det molekylære publikum

Hvordan begrunder Tracey nu sit synspunkt? Hvorfor er diagrammet over det internationale TV-flow ikke et magtens diagram? Ligesom Alvarado her i bladet så henter Tracey sin væsentligste argumentation fra receptionsteorien.

Min pointe er, at det ikke er muligt for TV, i betragtning af hvad vi véd om dets styrke i national sammenhæng, hvor det burde være særligt stærkt, på en eller anden måde at være magisk besat af en mægtig kraft på den internationale scene. Jeg tænker her specifikt på ideen om ideologisk og kulturel påvirkning af et fjernsynspublikum⁵⁾.

En ideologisk og kulturel magt over det nationale publikum må Tracey afvise. Han argumenterer, at man ikke længere kan operere

med et éndimensionalt publikumsbegreb. Programmer modtages i varierende sammenhænge og anvendes og "læses" forskelligt. Seerne tilskriver de samme programmer forskellige individuelle betydninger. Mange typer af smag gennemkrydser og karakteriserer et i virkeligheden heterogent publikum.

Publikumsmangfoldigheden eller TV-modtagelsens molekylære karakter får altså magten i den internationale programstrøm til at forsvinde op i den blå luft. Et sådant argument vil nok kunne få en veteran inden for kulturimperialismeteorien til at krumme tæer. Uden at være rettet imod Tracey's artikel udtrykker en af de kendte skikkelser, Armand Mattelart, en stærk nervøsitet for at denne drejning af magtproblematikken i molekylær retning faktisk vil udrydde den og gøre den nytteløs. I stedet for opfattelsen af magten som en manipulatorisk enhedskraft og det centralistiske modstandsbegreb er der trådt en analyse af magten som nøglepunkt for formidlinger og konflikter mellem forskellige projekter og sociale interesser, strategier og mod-strategier, taktikker og mod-taktikker, skriver Mattelart og tilføjer:

Man kan imidlertid undre sig, om ikke denne idé om modstand nu ikke er ved at blive opslugt af herskende institutioner, som søger efter ny legitimitet. Vi ser allerede, hvordan det blomstrer med nye myter om den sejrende "gør-det-selv" modstand....De praktiske konsekvenser af denne mytologi kan allerede mærkes: analyserne af magtstrategier og deres dialektiske relation til modstandsstrategier tenderer til at blive betragtet som nytteløse⁶⁾.

Sådan tænker den klassiske kulturimperialismeteoriker, men vi er sikkert mange, der ikke køber tankegangen i dag, hvis det mangfoldige publikum indgår i prisen. Men for at vende tilbage til Tracey så ender han i slutningen af sin artikel med at gå lige ind i den kæmpefælde, Mattelart skildrer. A propos en barndoms-erindring om en Chaplin-film spørger Tracey:

"Var dette tidlige vidnesbyrd om Hollywoods kulturelle påvirkninger, et første udtryk for én kulturs imperialisme, en andens underkastelse?"⁷⁾

Det ligger i spørgsmålet: nej, tværtimod ser Tracey i Chaplin-figuren

"amerikansk folkekulturs egentlige genialitet, bedre end noget andet at kunne sammenbinde den fælles menneskelighed".⁸⁾

Og hvorfor egentlig ikke tage skridtet helt:

"Jeg fristes mere og mere til at vende op og ned på kulturimperialismen, og til at foreslå en analyse af service i stedet for af udbytning - af tilbuddet af kulturbilleder som mere dybtliggende kulturlag tager til sig"⁹⁾

Dette analyseprojekt i sig selv må Tracey selv om. (Man kan dog anbefale, at han holder sig mere til Chaplin end til Mr. Carrington og JR.). Nej, det afgørende her er jo, at TV-receptionens mangfoldighed - i modsætning til ovenfor - nu glemmes til fordel for en arketypisk læsning hos publikum. Jeg håber her - trods summarisk citeren - at have illustreret, hvorledes Tracey på én gang ikke kan få øje på magten i den internationale programstrøm på grund af det mangfoldige publikum, men hvis det drejer sig om "service" kan han godt se homogene publikumsformationer.

Medieimperierne er som en flok jægere, der affyrer bøsserne op i en fuglesværm. Sværmen spredes og heldigvis blev ingen ramt, konstaterer medieforskeren i sin kikkert. Men hvor blev kuglerne af? Dernæst ser han, hvorledes sværmen fastholder sin formation og fortættes til en sky på himlen igen. Der er altså alligevel noget, der hænger sammen. I løbet af denne proces lykkes det Tracey at udskifte magtbegrebet med et servicebegreb.

Rindalismens internationalisering

I virkeligheden kan Tracey slet ikke få øje på nogen national kultur:

Set indenfor de britiske grænser her i 1985, ville jeg finde det vanskeligt at skitsere parametrene i min egen nationale kultur ... Hvis en kultur eksisterer i kraft af fælles symbolværdier, hvilke symboler har så stadig magt på disse øer, om de nogen sinde har haft det? Meget få, er jeg bange for, og for hver dag færre" ¹⁰⁾

Dette kunne vi have sagt straks, for så ville der jo ikke være så meget at skrive om. Hvis der næsten ikke er nogen national kultur, så kan der jo logisk nok heller ikke være ret megen imperialistisk aggression imod den. Men så er det man spørger efter formålet med en sådan kritik af den forældede teori om kulturimperialisme. Den britiske minister har i det følgende citat

lidt problemer med at formulere, hvorfor europæerne skal konkurrere med amerikanerne på TV-området, og kernen i hans begrundelse er helt parallel med Tracey's ovennævnte analyse:

"Der er selvfølgelig ingen som helst grund til at folk på denne side Atlanten ikke skulle opleve amerikansk dramatik og "soap-opera". Men jeg tror udfordringen er denne: vi må bestemme os - os alle sammen - til at gøre en meget større indsats for at producere programmer med lige så stor appel til Europas massepublikum, og måske endnu vigtigere med appel til de specialiserede europæiske markeder som uden tvivl findes. Dette er nødvendigt af mange grunde - ikke mindst vores individuelle kulturelle identiteter. Men det er også vigtigt at rette op på den transatlantiske u-balance - at proicere Europas kulturelle identitet i USA og måske samtidig skaffe vore programindustrier en pæn fortjeneste - hvorfor ikke?" 11)

Understregningen er ganske vist min egen, men alle ved, at et "også" tit angiver, hvad der er kernen i en sådan svada. Vi ser, at problemet med mediernes internationale magt er helt ligegyldigt. Det er ligemeget, om der er knyttet magt og dominans til de énveje, der måtte være i den internationale TV-distribution. Magtens forsvinden ud af problemstillingen som i Tracey's artikel betyder ikke det fjerdenste. Blot der mangler balance, er det incitament nok til at konkurrere. Og de internationale handelsveje er jo netop ikke i balance, omend det ikke nødvendigvis er magtens diagram. Manglende balance er nok til at udfordre vores retfærdighedssans. Så kan vi nemlig tage os sammen til selv at lave nogle "Dallas" og "Dollars", for det er jo ikke dem, der er problemet, for de bliver jo alligevel "læst" så forskelligt. Nej, det er blot et balanceproblem. Og man må længere ud i skoven med den om de "drug-addicted" Dallas-seere.

Andre vil her mene, at det ikke er Atlanten, der er problemet, men derimod "Chateauvallon", "Løse forbindelser", "Der Arzt von Schwarzwald", og hvad de ellers hedder, alle disse vidnesbyrd om "Dallas"/"Dollars" allestedsnærvær.

På den ene side har vi altså den gamle kulturimperialismeteori, som maner fanden på væggen, og som føler sig dybt bekræftet af "Dallas" opdukken på verdensmarkedet. På den anden side har vi en slags international rindalisme, der søger tæt forbindelse med folkelige krav om flere "soap-operas" af samme skuffe.

De supplerer hinanden ganske fint. Kulturimperialismeteorien intellektuelle ideologi forsøger at overbevise om, at massekultur er dårligt for os, men ender med at styrke modparten. Forfatteren til en bog om "Dallas", Ien Ang, har beskrevet denne sammenhæng skarpsindigt:

"Der findes således en kynisk dialektik mellem massekultur-ideologiens intellektuelle dominans og så den "spontane" praktiske tiltrækning i den populistiske ideologi. Jo mere strikt massekulturideologiens målestok bliver anvendt, jo mere føles den undertrykkende, og jo mere tiltrækkende bliver det populistiske standpunkt. Dette standpunkt muliggør at man - modsat massekultur-ideologiens moral - kan følge sine egne præferencer og nyde ens egen smag. Den kommercielle kulturindustri har godt forstået dette... den mest slående beskrivelse af den kommercielle anvendelse af det populistiske standpunkt blev for nylig givet af "Frankie goes to Hollywood": "Et af reklamebureauernes vigtigste jobs er ikke så meget at sælge varen som at give moralsk tilladelse til at more sig uden skyldfølelse" 12)

I hele denne problemstilling spiller receptionsteorien om det mangfoldige publikum en ikke uvæsentlig rolle, sådan som jeg har forsøgt at skildre. Der er faktisk tale om et vaskeægte "set-up" for denne type medieforskning.

Om receptionsteoriens TVetydighed

Den omdiskuterede og om sig gribende receptionsteori er faktisk ikke nogen rigtig teori. Ind i mellem virker det, som om den er noget, der kan bruges til hvad som helst. Det er måske ikke i sig selv så dårligt, men så skal man blot være noget mere på vagt over for, hvad den åbenbart kan bruges til.

Hvad er egentlig konsekvensen af disse receptionsundersøgelser for de ikke-indviede? Hvad tror den del af menneskeheden, der ikke laver receptionsundersøgelser med andre end sig selv, egentlig, at der menes med dem? Her er f.eks., hvad en amerikansk mediejournalist tror om "the new academic critics", der foretager disse ting:

"Men uanset hvilke læsninger TV måtte foretrække, så kan det ikke helt kontrollere, hvad seerne får ud af teksten. I denne henseende kan fjernsynets "natur" aldrig fastlægges. TV har ingen natur; det præsenterer blot tekster. Professorerne kan således lægge det endelige ansvar for TV's virkninger fra mediet over på seeren-som-læser og redde TV fra at blive...det autoritære redskab som dommedagskritikerne, siger det er" 13)

Jeg tror, det er et temmeligt centralt indtryk, denne mediejournalist har dannet sig. Hvis han har ret, må vi overveje, om disse receptionsundersøgelser bliver udført med en tilstrækkelig teoretisk selvbevidsthed. En sådan teoretisk selvbevidsthed opnår en ny forskningsansats nok kun i det omfang, hvor den bliver udfordret af mere generelle problemstillinger. Og denne diskussion af medieimperialismen er en sådan udfordring. Det viser sig nemlig, at et ikke særligt omfattende og underbygget receptionsmateriale forsøges anvendt som murbrækker over for en temmelig lang tradition af kulturimperialismeteorier - og en sådan konfrontation kan den ikke trække sig ud af med uskylden i behold. I mødet med de kulturimperialistiske teser vil receptionsundersøgelserne nok afsløre en række teoretiske mangler. Af disse er ideologiproblemet vigtigst. Når receptionsundersøgelser - som vi har set - kan anvendes til et sådant magtens forsvindingsnummer fra den nationale og internationale strøm af TV-programmer, så er det, fordi disse undersøgelser har medvirket til en erosion af det ideologibegreb, hvormed man tidligere søgte at begribe mediernes magt.

De gamle ideer om TV's ideologiske magt er erstattet af nye, ifølge hvilke mediets magt synes at forsvinde, fordi seermangfoldighedens receptioner simpelthen forekommer stærkere. Mens programmerne nærmest opfattes som ren oplevelsespotentialitet, bliver betydningerne egentlig først rigtig til, når seerne aktivt investerer deres egne livsverdenserfaringer. Kulturimperialismeteorierens tankegange synes afløst af en absolut fokusering på seernes suverænitet. Ikke blot er det en hel kovending; det værste er, at denne kovending synes at være sket uden en medtænkning af de problemer, som den gamle ideologiteori ville fastholde.

En vigtig grund til at ideologibegrebet er blevet eroderet i de forløbne år, er, at der ikke længere i samfundet eller forskernes egne positioner findes noget grundlag for at beskrive samfundsbevidstheden som dels koherent/logisk og dels også falsk. Nu kan man hverken finde ud af, hvordan samfundets bevidsthedsstrømme overhovedet hænger sammen, eller hvad der er sand/falsk.

I en sådan forvirret situation kunne man trods alt forestille sig, at ideologibegrebet havde overvintret med lav profil. F.eks. i form af en konstatering af, at vi alle sammen lever i uoverensstemmelse med sådan, som det (nok) virkelig er eller bør være. At vi lever med en skæv selvbevidsthed om vores virkelige verden - hvor denne blot anes som de utænkte tankers drift.

Hvis dette havde været tilfældet med ideologibegrebets erosion, ville man have bevaret sine mistanker til TV og TV's magt. Det væsentlige i ideologibegrebet er jo, at en dyb og overmenneskelig røst kalder de enkelte mennesker til orden ved at tale inden i dem, så de for det meste tror, det er deres egen fornuft, der hersker. Man kunne i det mindste have bevaret den mistanke, at TV er en kompliceret "stor tale" af lys og lyd, som "taler" i os - uden dog at vide, hvad den siger, eller hvor den vil hen. En sådan mistanke ville være nok til aldrig at stille sig tilfreds med TV's tale som den er, men konstant kræve at TV-æstetikken skal eskalere i håbet om at få sig selv eller den verden at se, som den "virkelig" er.

Men jeg fornemmer, at den såkaldte receptionsteori har ladet ideologibegrebet bag sig til fordel for dyrkelsen af en umiddelbar og gladere virkelighedskontakt. Alt for fokuseret på det boblende folkeliv bag seerne og beruset af hverdagens kultur er mediets magt forsvundet ud af problemstillingen. Ånden i mange receptionsundersøgelser er, at vi - seerne - sagtens kan forsvare os mod programmer som "Dallas". Man distancerer sig jo, og egentlig er man ikke specielt imponeret af det, man ser, men man ser det alligevel. Det er blot en leg, et spil. Det er en teknologisk sansepirringsaftale seerne har indgået med fjernsynet. En service pr. postordre, som langt de fleste værdsætter som det, det er, og administrerer fornuftigt.

I stedet for de kulturimperialistiske skræmmebilleder ser vi nu i stedet programstrømmen som slet og ret en tekstmaskine. Ligesom vores krop i sin tid fik en bil, så er vores sjæl nu også blevet motoriseret. Peter Kofoed & Tove Rasmussen har i deres analyse af "Dallas" en række udmærkede pointer om, hvordan det

er gået, siden medieforskerne i begyndelsen af 80'erne begyndte at knække nødden "Dallas". Først studsede man over denne series tilsyneladende indholdsløshed, siden blev det forsøgt at udlede dens ideologiske karakter af den formmæssige og tekniske dimension, og tilsidst begyndte man at spørge om, hvorfor overhovedet en publikumsappeal skal begrundes i ideologi og værdinormering. De skriver f.eks.:

"Det bliver næsten absurd at kritisere seriens indhold, når den selv direkte nedprioriterer den indholdsmæssige betydning til fordel for en dynamisk pirring på udtrykssiden og en fintfølede ironisk distance over for sig selv. Kritisabel er reelt kun den konstruktion, som så direkte udspringer af de produktionsinteresser bag serien, og dens konsekvenser for publikums oplevelsesmåde" 14)

Oplevelsesmåder er ved at blive det nye kodeord. Det drejer sig ikke længere så meget om, "hvad der går ind", som om måderne. Altså spillets utallige variationer og finter. Det er sjældent receptionsundersøgelserne ytrer bekymring for vores sjæl og bevidsthed. Vi er langt fra maskineangsten i Chaplin's "Moderne Tider". Nej, her i den moderne teori om oplevelsesteknologi er det subjektet, der er suverænt over for maskinen. De mangfoldige "læsninger" vidner om denne suverænitæt. Alle formodede effekter fra mediets side overlejres af den betydningskreativitet, som receptionsundersøgelsen påviser. Og hypotesen om skjulte langtidseffekter er en tankegang som også vanskeligt kan forenes med receptionsteorien. Det er tilsyneladende svært at forestille sig en akkumuleret virkning, som ikke kan påvises i sin første u-akkumulerede skikkelse - altså i receptionsmaterialet.

Den kritik, alt dette lægger op til, er, at receptionsundersøgelser næppe har en udsagnsværdi, som kan afkræfte tesen om medieimperialisme. Receptionsundersøgelser baseres for det meste på interviews, hvor seerne ud fra interviewerens autoritet involveres i et sprogspil, der går ud på at etablere en sund fornuft omkring forståelse og oplevelse af TV-programmer. Interviewsituationen anlægger på forhånd reglerne for en samtale, der normaliserer oplevelsessituationen. I den forstand opsøger interviewet på forhånd den sunde fornuft, som vores hverdagsprog rummer, og finder derfor også primært billedet af seeren

som suverænt subjekt. I bearbejdningen af interviewene forsøger man ganske vist at komme dybere i tingene, men den afgørende hurdle er jo, at det oprindeligt drejede sig om et helt andet sprog - en mere kompleks lys- og lyd tale.

For at forestille sig hvad der går tabt i dette forløb, kan man tænke på den forskel, der f.eks. er mellem at stå over for en person, som giver én en ordre, og så at genfortælle til en tredje person, hvad det var, der blev sagt i den situation. (Ordrens brod, som Elias Canetti taler om, er forsvundet¹⁵).

Som et produkt af receptionsteoriens egen metode er ideologibegrebet blevet afløst af ideen om seernes sproglig-kulturelle suverænitæt. TV's formodede virkning forsvinder i modtagerens sprogligt baserede refleksion. Den mulighed, at denne refleksion er en sekundær refleksion - nemlig idet TV-skærmens blik på seerne er den første - er ikke teoretisk indarbejdet i receptionsundersøgelserne. Alt i alt får man derfor det indtryk, at seernes hverdagskultur er stærkere end TV. Der findes en livsverden, som er verbalsprogligt tilgængelig, og ud fra hvilken, TV-seerne får styrken til at reducere TV's lys- og lyd tale til en ren og skær opfordring til dans.

Dette er vel også stort set, sådan Jürgen Habermas opfatter massemedierne i sin detaljerede samfundsteori. I princippet mener han, at massemedierne hører til den sproglige konsensusdannelse i livsverdenen, og at deres magtpotentiale er prekært og meget ambivalent. Dette begrundes han bl.a. i receptionsforskningen. F.eks. nævner han som belæg for denne tvetydighed:

- "- at udsendelserne langt fra kun - eller endog blot i overvejende grad - modsvarer massekulturens standarder, og selv i de tilfælde, hvor de antager de triviale former af populær underholdning, meget vel kan indeholde kritiske budskaber - "popular culture as popular revenge";
- at ideologiske budskaber forfejler deres adressater, fordi den intenderede betydning under en bestemt, subkulturel baggrunds receptionsbetingelser bliver fordrejet til sin modsætning;
- at egensindigheden i den kommunikative hverdagspraksis sætter sig til modværge imod et uformidlet, manipulativt indgreb fra massemedierne;..." 16)

Hermed har jeg villet skildre hvorledes det er gået til, at man nu med receptionsundersøgelser i hænde kan afskræfte, at den internationale og nationale programstrøm imperialiserer kulturen, og at man nu er inde på, at vi skal lave nogle "Dallas"-programmer selv. For det eneste, de gør, er jo at aktivere hverdagskulturen, som nok skal klare sig.

Umiddelbart er det nok ingen løsning i højere grad at inddrage den traditionelle indholds- og programanalyse for at få rettet op på denne tendens. Receptionsteoriens drejning mod publikums-mangfoldigheden er jo netop betinget af, at man ikke længere har ideologibegrebet til at hjælpe sig i undersøgelsen af, hvad det egentlig er for en imperialisme, man skal kigge efter. Under alle omstændigheder må mangfoldighed og magt forsøges sammentænkt endnu en gang. Blot det gamle ord: del og hersk, er begrundelse nok.

Seerrollens betingede frihed

Det blev ovenfor nævnt, at man kunne betragte konflikten mellem medieimperialismeteorien og dens ideologibegreb på den ene side og på den anden side en populistisk orienteret receptionsteori som et teoretisk "set-up", hvor udvejene synes få og små. Jeg har tillige antydnet, at hvis man vil undgå ensidigheden og komme videre til andet end blot en vaklen mellem disse to poler, må man forestille sig TV situationen som en dobbelt refleksion, hvor den aktive seer først sekundært kreerer programmets betydninger. Det første led er det, hvor seeren inddrages i skærmens blik. Hvor seeren reflekteres i den på skærmen indkommende synlighed fra verden. Det lyder som en konstrueret tese: på én gang enkel og uforståelig. Lad os sige det banalt i første omgang: den formodede aktive og kreative seer findes kun som sådan, fordi fjernsynet "stresser" denne rolle frem.

Jeg vil illustrere denne tankegang gennem en kortere diskussion af den aktuelle engelske receptionsforskning. Hvis jeg har ret i, at TV-situationen starter med, at seeren bliver reflekteret

af skærmens blik - eller synlighed - så betyder det, at seerens varierende læsninger er at betragte som mangfoldige audio-visuelle "udsagn", der i en vis forstand gennemkrydser og opretter og måske sammenholder et sådant seersubjekt.

David Morley diskuterer i sin seneste bog, om vi som subjekter blot er at betragte som sammensætninger af forskellige "positioner", der egentlig ikke er væsensbeslægtede dvs. jeg er som subjekt ikke egentlig nogen substans, der kun vælger sin sammensætning blandt "sympatiske" identitetspositioner. Jeg er samtidig arbejder, fagforeningsmedlem, socialist, mandschauvinist, kapitalejer osv. Altså en mand med mange egenskaber. Hvem kender min hemmelighed? Måske er jeg slet ikke mig, men jeg er = de andre.

Jeg synes denne problematik skinner igennem i dette citat fra Stuart Hall's indledning til Morley's bog:

"Vi er ikke seere med en enkelt identitet, et monolitisk præferencemønster og repetitive TV-vaner, alle udsat for en enkelt kanal og type af påvirkning, og derfor med en forudsigelig ensartet adfærdsmåde. Vi er alle, inden i vores hoveder, samtidigt forskellige publikum'ner, og vi kan konstitueres som sådan af forskellige programmer. Vi har kapacitet til at udfolde forskellige grader og måder af opmærksomhed, at mobilisere forskellige kompetencer i vores sening. Forskellige seningsmønstre har på forskellige tidspunkter af dagen, for forskellige familiemedlemmer, forskellige "karakterer" 17).

Ud over at citatet rummer en karakteristik af den seermangfoldighed vi har diskuteret ovenfor, så hæfter man sig dernæst ved en usikkerhed i beskrivelsen af vores suverænitet som seere over for programmerne. Bemærk således pendlingen mellem "vi" og så noget, der gør noget ved os: "vi er...", "vi kan konstitueres..", "Vi har....", "seningsmønstre har...".

Hvilken af de to poler er egentlig den suveræne? Morley giver et svar i sin bog, idet han tager stilling til den mulighed, at seeren blot er en instans, som gennemkrydses af TV's "tale". Om denne tænkte seertype, siger Morley:

"Han er ganske vist et subjekt gennemkrydset af et antal diskurser, men det er ham, denne særlige person (som repræsenterer en specifik kombination/krydsning af sådanne diskurser), som foretager læsningerne, ikke diskurserne som "taler" til ham i nogen enkel betydning. Snarere giver de ham det kulturelle ressourceudbud, som han arbejder med" 18).

Morley kritiserer kort diverse teorier om ideologi (det være sig af psykoanalytisk tilsnit eller andet) for at rumme "an equally passive notion of subjectivity". Det er altså aktiv sening og ikke passiv, der udgør hele forskellen for Morley.

Og Morley slutter denne paragraf:

"Jeg ønsker at formulere et standpunkt, hvorfra vi kan se personen aktivt producere betydningerne fra det begrænsede omfang af kulturelle ressourcer, som hans eller hendes strukturelle position har givet dem tilgang til" 19).

Morley vælger at se således på sagen:

"Jeg ville således ikke ønske at drukne i en opfattelse, ifølge hvilken folk sandsynligvis producerer helt usammenhængende "læsninger" eller afkodninger af kulturgenstande i forskellige kontekster, for så vidt det ville betyde, at grundlæggende strukturelle faktorer kunne tilsidesættes af kontekstuelle ændringer" 20).

Som det fremgår af citaterne fastholder Morley alternativet: enten gør TV dig til en ubestemmelig klat dejg, eller også bevarer man sin strukturelle position i arbejderklassen, eller hvor det ellers måtte være, men man forstår dog at forholde sig rimeligt kreativt til sit fjernsyn. Jeg synes, det er det sidste, han siger, og det er derfor egentlig ikke særlig meget, der er indeholdt i den såkaldte "aktive reception". I sidste instans er det hele blot krusninger på klassestrukturernes overflade. Receptionsteorien tjener altså egentlig til at rive menneskene ud af kløerne på det magt- og manipulationsantydende massepublikumsbegreb, men kun for at putte dem i en anden kasse. Publikum er aggregater af subjekter, der gør suverænt brug af TV, men i andre henseender er disse subjekter overhovedet ikke suveræne. Fjernsynets sociale funktion er bare lidt damp ud af kedlen. Jeg vil hen ad vejen søge at give et mere dramatisk billede af TV - på godt og ondt.

Davis Morley's standpunkt tjener derfor ikke til at rendyrke den ønskede model for en sammentænkning af receptions mangfoldighed og fjernsynets magt. Det viser sig, at TV-receptionen for ham faktisk også kun er en sekundær refleksion. Den første består i den rolle de sociale strukturer har tildelt personen. Lokalt er TV-receptionen fri: en paradoksal frikendelse af TV's magt. Der er iøvrigt generelt det mærkværdige ved magtteorier,

at de på deduktiv måde forlægger magten til stadig mere komplicerede niveauer, så at man tilsidst ikke kan tro, den stadig er der. Man har, som Foucault nævner det, endnu ikke kappet hovedet af monarken inden for magtteorien²¹⁾.

I den traditionelle medieimperialismeteori er det endnu grellere. Den skaber nogle afstande i problemfeltet, som det er umuligt at håndtere: først det internationale, så det nationale, så alle samfundsinstitutionerne og de sociale klasser og forskellige undergrupper, og tilsidst dig og mig. Man ser, hvordan magten er fordelt, inden analysen begynder. TV-programmer skal i denne traditionelle tænkning følges hele vejen ned til dig og mig igennem de storformer for magt, samfundsteorien siger, der findes på det internationale, det nationale, de socio-økonomiske planer. Ikke underligt, hvis der kun bliver et lille magt-pip tilovers fra mediet til dig og mig, når først de store er blevet tilgodeset i deduktionen. Egentlig var det ikke særlig megen magt over for den enkelte TV-seer, som receptionsteorien behøvede at slå en streg over for at kovende hele problematikken.

Samtidig ved vi godt, at det hele er bygget op den anden vej, og formodentlig står og falder det nedefra og op. Strukturer og storformer bør man kun tænke i, hvis man samtidig er i stand til at betragte samfundet som lige så åbent og i tilblivelse som det fremtræder for f.eks. et 12-årigt barn.

Mediemagt er tilsyneladende kun noget, man taler om, når det kan måles som en virkning på "samfundet". Man forestiller sig, at sociale og kulturelle institutioner skal smelte i det kolde blå skær fra fjernsynsskærmen, før vi kalder det magt. Og så bliver det let en unødvendig lang debat, for disse institutioner ændrer sig kun om natten. Den tanke, at medieforskning primært drejer sig om alt det, der ligger uden om mediet kan meget vel tænkes at være en ret ufrugtbar idé. Kort og godt tror jeg, at medieimperialismens magtdiagram - dens geografi - udfoldes eller produceres af mediet selv.

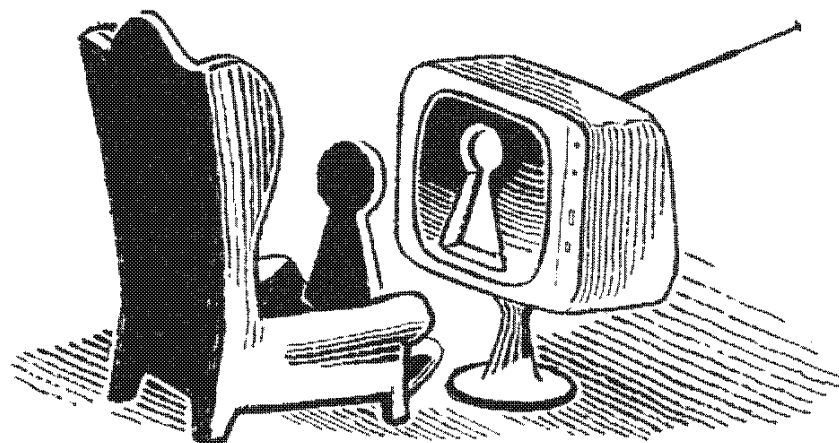
Hjemmet og familien

Lad os derfor ikke gå for langt bort fra dér, hvor det hele foregår. Et tvetydigt citat af Ole Thyssen illustrerer problemstillingen:

"Hjemmet er gennemtrængt af medier.....De nye elektroniske medier fylder ikke meget og kan nå ud i alle hjem. Derfor er hjemmet ikke længere et fredeligt sted. Det er en krigsskueplads. Alle samfundets kræfter støder sammen i hjemmet" 22)

Der tales i citatet om en kraft, som kan nå ud i alle hjem og afkroge med sin ufred. Men hvad er det, denne kraft gør ved familien? Citatet har gennem sin formulering en interessant evne til på samme tid at sætte familien i fokus og at usynliggøre den. Man læser citatet, ligesom man ser det berømte vasebillede i gestaltteorien.

Enten ser man familien i dette hjem. Den opfører sig som rotter i et bur, idet synliggørelsen af samfundskonflikterne via mediet får familiens medlemmer til at fare i totterne på hinanden og repetere alverdens ufred over for hinanden. Eller også er den omgivende verdens synlighed i hjemmet en total invasion. Hjemmet er nu en forlængelse af de udstrakte slagmarkeder udenfor ("tak fordi jeg måtte komme ind i Deres stue"). Den oprindelige familie, som beboede dette hjem, er blevet udvisket, overbelyst, identitets-lige gyldige.



Lad os opretholde en skelnen mellem disse to "læsemåder" lidt længere og supplere dem med receptionsdiskussionen. Vi kan inddrage den allerede nævnte D. Morley samt bla. også C. Brunsdon til uddybning af rottebursmodellen²³⁾. Disse forfattere lægger megen vægt på temaet familien og fjernsynet, fordi hjemmet i stadig højere grad bliver det foretrukne fritidsområde, idet - som flere af interviewpersonerne siger i Morley's rapport - det er billigere med en video end at gå i byen. Det centrale i diskussionen bliver nu, hvordan TV-seningen som dominerende fritidsaktivitet accentuerer kønskampen i hjemmet. Det er manden, der har magten over fjernsynet. "Daddy's thing" (fjernbetjeningen) bliver fritidens strategiske højdepunkt. Ældgammel patriarkalsk skik og nedarvet magt blomstrer op med hjemmets elektronisering.

C. Brunsdon har i MedieKultur nr. 4, diskuteret denne mandlige TV-senings imperialisering af det hjemlige fritidsareal. Hun mener ikke, at det som sådan er et mandligt blik, der dominerer, men derimod den magt, som manden i forvejen besidder i kraft af kønsrollestrukturen. Hvis man skal vælge mellem to forklaringer, hvoraf den ene forekommer "biologisk" (det mandlige blik) og den anden socio-strukturel (kønsrollemønstrets historiske indgroethed og vedblivende reproduktion gennem samfundsstrukturen), så må man fornuftigvis vælge Brunsdons forklaring. Men man bemærker samtidig den paradoksale frikendelse af mediets magt. Det gør selv ingen ting, men får blot en konflikt til at blusse op - også her - som er betydelig ældre end de elektroniske medier. Mediemagt begribes indirekte gennem denne analyse som et medieeksternt filter - daddy's thing - i kraft af hvilket det afgøres, hvilken slags fjernsyn, der skal ind i hjemmet. Og selvfølgelig må et bedre fjernsyn i høj grad afhænge af udfaldet af den medieeksterne sociale kamp. I og for sig er der noget utilfredsstillende ved medieforskning, der nærmest som en rygmarvsfleks er indstillet på, at mediets magt produceres alle andre steder end i det selv. Den alternative hypotese, hvor vi med vaseeksemplet in mente ikke primært ser den mørke familie på den hvide grund, men derimod familien som et "sort hul" i den klare belysning, ville indebære, at det "mandlige blik" var en grundka-

rakter ved den TV-formidlede verdenssynlighed, som ramte manden og konen i hjemmet. At mandens blik ikke var mandens eget blik. Dette ville tillige åbne for den væsentlige problemstilling, hvad disse mennesker tænker og gør med sig selv og hinanden, for så vidt blikket ofte hviler på dem. Der findes således også receptionsundersøgelser, som direkte fokuserer på mænds og kvinders æstetisk/moralske identitetssøgning igennem TV-seningen, men for det meste ud fra den model, at de som mere eller mindre samfunds- og hverdagsbeskadede subjekter søger at opbygge et eller andet i sig selv med den magt-tomme og blot potentielt betydningsgivende fjernsynsskærm som anledning. Inden vi i problemstillingen når det seende selv, er det min pointe, at vi skal opholde os en hel del ved skærmens primære blik. For der kan meget vel være omstændigheder ved denne skærms udtryk, som kan udviske gamle subjekter og gøre nye, og måske lave mænd om til kvinder.

For sådan ser det godt nok ikke ud det meste af tiden. Det er temmelig vanskeligt hen over kaffebordet at overbevise sig om, at TV er en kraft, der udfolder sig over for os. Det er en forlængning ind i vores stue, men det er os selv, vi ser i forlængningen: vores egne forventninger og fordomme, vores eget billede og overhud, gennemsnitligheden i hverdagens fortrædeligheder o.s.v. Rige røvhuller og fattigrøve er alle skabt i vores eget billede. Og måske fedter skærmens synlighed primært for mandens blik, som enhver fornuftig opportunist til enhver tid fedter for den eksisterende magthaver. Faktisk er de bedste programmer lavet, så seerne selv skal gøre billedet færdigt på en måde, der af hver enkelt vil opleves som unik selvbekræftelse. Altså et gedigent charmespejl. Man må overveje, om dette overhovedet kan kaldes kommunikation:

"Det kan være den blotte gentagelse af et slags ekko fra et målpublikum til producenterne, som - igen - sender ekko'et tilbage til publikum" 24)

Man bemærker, hvorledes min tanke om den dobbelte refleksion nu næsten vendes om: det kunne se ud, som om seermangfoldighedens fællesnævner er den første, og afsenderinstansen den anden. Skærmens blik, der er blevet fremhævet flere gange i artiklen, er altså blot et relæ, en repetitør.

For at komme videre med hypotesen om skærmens blik som den primære refleksion må vi gå langt uden om postulater om TV som den store manipulator og fremmedhedsagent. For at beskrive den audiovisuelle fællesnævner som magtfuld over for det decentrerede subjekt skal vi snarere bevæge os tæt på et tautologisk nulpunkt. Her kunne det tilføjes, at hensigten i denne argumentation langt fra er noget med at TV er overflødigt eller skal afskaffes. Tværtimod drejer det sig om at opdage magtens steder i mediet selv, ikke for at kunne tale for en mere kraftløs audiovisuelitet, men omvendt for at kunne tale om endnu mere magtfulde billeder. At tale om magtesløse billeder ville f.eks. være, når man i stereotypiseringsdiskussionen slutter, at afspejling af de virkelige forhold bør afløse de kliché-agtige kvindebilleder og familieportrætter ²⁵⁾. Intet er et større standardiseret magtindgreb over for livet end korrekte afspejlinger. Derimod kan det autentiske ikke gentages. Det findes kun én gang ad gangen. Det er permanent "produktion". Magtfulde billeder er dem, der altid er urolige og overgår sig selv for at komme i nærheden af det autentiske.

Argumentet har i store træk indtil nu været, at receptions"teorien" er gledet ind på den plads, ideologibegrebet tidligere havde. Herefter har der udviklet sig en opfattelse af seerne som suveræne over for fjernsynet, fordi man i receptionsundersøgelserne har "opdaget" en sproglig-kulturel livsverden à la den, Habermas har sat på begreb ²⁶⁾. Nu synes det ikke at være fjernsynets sprog, som taler i seerne, men derimod synes det at være seernes forskellige socio-kulturelle "dialekter", som taler i det oplevelsesmateriale, der bliver stillet til rådighed af fjernsynskanalen. Dermed kan man ikke opretholde en af ideologibegrebets hovedpåstande, nemlig den, at sproget taler i os. Denne kortslutning beror på, at man vælger at opfatte TV's sprog som en tale, vi kan reducere til de betydninger, vi som almindelige seere eller receptionsforskere kan formulere om det. Vi erstatte altså TV's tale med vores kommentar til det. Men audiovisueliteten er langt mere end det. Det er en kompleks lys- og lyd-tale, som vi med lige så lidt ret kan indskrænke til sproglig-kulturelle betydninger, som vi kunne opfatte den som en psyko-

mekanik, f.eks. - at receptionsideologien har bidt sig sådan fast, og synes at få indflydelse ud over, hvad den i grunden kan bære, skyldes bl.a., at TV i sin institutionelle konsolideringsperiode har bestræbt sig på at snakke den sunde fornuft efter munden. TV har skabt sig billedet af seeren som en moderat emotionel og snusfornuftig instrumentalist, hvis krav og behov ikke rummer nogen fare. Hvad er så mere rigtigt nu end at lade receptionsteorien fortælle TV, hvordan det hele skal fortsætte. Men for det første har mediet dog nok alligevel tiltaget sig et magtsprog af en eller anden art, som det gælder om at opdage. For det andet vil fremtidens skærpede TV-konkurrence formodentlig gå på de små, men vigtige marginaler- og følgelig bør medieforskere også gå på jagt efter magtens potentiale i mediets "natur". Medieimperialisme kan meget vel være et spørgsmål om de "små marginaler".

Imod en epistemologi for fjernsyn

Der ligger som nævnt den tanke i Ole Thyssens citat ovenfor, at hjemmet er blevet en "krigsskueplads" gennem synlighedens invasion af det. Det spørgsmål rejser sig, hvordan hjemmets beboere aktivt indfolder den synlighed i sig selv, som skærmen udfolder over for dem og "overbelyser" eller imperialiserer dem med. Hvordan tager de det til sig, som de ser på skærmen; vel at mærke fordi den først "ser" på dem. Vi ved ikke ret meget om dette store blik. Hvordan kan vi tale om synligheden og dens magt, og hvad gør vi ved os selv i dette lys? I forhold til ideologibegrebet er der noget omvendt ved denne nye problemstilling. Hvor ideologi på en måde er den usynlige magt, som organiserer den synlige verden (bag om vores rygge), så ligger der i den nye indfaldsvinkel tanken om den frie usynlighed som opslugt af belysning og gennemskuelighed. Jeg vil ende denne artikel med at konstatere at usynligheden er "selvets" forbundsfælle.

I det følgende bevæger vi os et godt stykke borte fra ideen om at TV's billeder er "virkeligheden som set gennem et menneske" 27). Eller man må forestille sig dette menneske som et over-men-

neske. Problemstillingen er snarere, hvordan virkeligheden præsenterer sig, og hvilket menneske man kan blive på dén præmis. Men hvordan kan man tale om synligheden og om dens magt, hvis vi ikke forudsætter et "selv", der centrerer den som "betydning for et menneske?"

Vores skepsis over for et sådant projekt bestyrkes yderligere af, at mange typer TV-programmer forekommer så glatte og blanke i deres betydningsindhold, at de kun kan være noget, fordi de bliver set af nogen. Med "Dallas" som stikprøve fornemmer vi en tendens i den internationale programstrøm imod den rene indholdstomme sansepirringsteknologi, som vi (måske) omgås med samme suverænitæt som bilen og vaskemaskinen. De programmer, man kunne mistænke for medieimperialisme, synes at cirkulere som den rene meningsløshed, idet de knap nok synes at have kraft til at udhule eksisterende betydningers betydning. Som Michel Serres kan sige det:

"Man læser undertiden ret tomme tekster, så lette af udtyndet mening, at de uden vanskelighed cirkulerer. Man har set og ser endelig visse grænsetilfælde, tekster med en absolut nulgrad af mening, tekster af blankt metal, skinnende som penge. Hvide blanke sider, helt uden mening, ubestemte, den rene kapacitet. Dette blanke metal er det almene ækvivalent, det antager alle værdier, og det måler sin egen værdi, det er jokeren, der antager alle betydninger uden selv at have nogen, glat som et subjekt, hvid som en luder, en abstraktion, en politiker.

Den tekst, der mest nærmer sig penge, er den der er blankest..... Information som kategori, som blank betydning, er i færd med at tage pengenes plads, som almen ækvivalent". 28)

Man kan opfatte "Dallas" som sådan en tekst, idet den endog formår at måle sin egen værdi igennem en langtidspromovering, der stille og roligt vokser frem af dens eget indre.

En sådan tekstmaskine kan udløse en forhastet afverfning af hele debatten om medieimperialisme. Det er jo i virkeligheden et fænomen, der går restløst op i penge som enhver anden handelsvare. For, at der er penge og profit i netop denne branche, gør det ikke til nogen medieimperialisme. Imperialisme er ikke blot et spørgsmål om hvad kapitalen driver frem; det er snarere et spørgsmål om virkningen. Den af kapital fremdrevne programeksport kunne jo meget vel tænkes at have en civiliserende virk-

ning. Men denne rene tekstmaskine synes at bringe os helt ud over sådanne tanker.

Docu-dramaet er en maskine af samme art. Her kan man vælge sig den virkelighed eller den historiske fortid, man ønsker. Sandhed og kildemateriale er ikke det store problem i mange docu-dramaer. Som i citatet fra "A Clockwork Orange": "It's funny how the colors of the real world only seems really real, when you viddie them on a screen"²⁹⁾. I en grundig udredning af docu-dramaets historie kommer Kåre Schmidt også ind på dette spørgsmål om den rigtige virkelighed. Denne "anden" virkelighed eksisterer faktisk ikke som noget rent objektivt, skriver Kåre Schmidt.

Medierne danner ikke kun et billede af en ellers uberørt virkelighed, derimod er de en aktiv del af virkeligheden, de er simpelt hen så uløseligt forbundet med den, at man kun som tankeeksperiment kan forestille sig vores verden rensat for mediernes formidling af den.....

Som et gammelt kinesisk ordsprog siger: "Hvis én mand er på galt spor, opdager alle det. Hvis alle er på galt spor, er der ingen, der opdager det". Der er ingen objektiv virkelighed til at fortælle det, kun vores egen vurdering af, hvad der er det rigtige eller det forkerte spor" 30).

Sandheden er altså noget, der afhænger af publikums dømmekraft helt og holdent, men samtidig komplicerer Kåre Schmidt problemet ved også at påpege, at vores erfaringsverden er "uforurennet" af medierne. Man må derfor væbne sig med kinesisk visdom, hvis de store spørgsmål skal på dagsordenen. Sandheden er ren "gambling". Er det ikke muligt at finde et holdepunkt over for disse betydningernes "slot machines?"

Det eneste, der foreløbig kan forekomme imperialistisk i denne sag er mediernes egen (imperialiserende) iscenesættelse af virkeligheden. To amerikanske medieforskere siger det således:

"Vi tror at vore dages samfund udtrykker en medie-bevidsthed. Alle der berøres af medie-logik bliver et andet subjekt, og social virkelighed "produceres" gennem en større institutionel omstilling. Som vi først nu begynder at forstå" 31)

Også Neil Postman siger noget lignende:

"Fjernsynet er vor kulturs vigtigste form for viden om sig selv. Derfor - og dette er det afgørende punkt - sådan som fjernsynet iscenesætter verden, bliver modellen for, hvordan verden egentlig skal opføres".³²⁾

I et kapitel af sin bog ("Media as epistemology") siger han, at TV har ændret vores måde at omgås med sandheden. Et nye medium vil ændre det hidtidige grundlag for vores videns status og rolle. Der findes i hans bog et morsomt eksempel på medierne set i et sådant epistemologisk perspektiv. Citatet er også nyttigt i min argumentation, idet det klart illustrerer, hvordan man som gennem en kopernikansk vending drejres i en ny position og stresses til at skabe sig betydninger, der før, eller hvis det ikke var for mediet, ikke ville have nogen eksistensberettigelse.

"...krydsordsopgaven blev en populær adspredelsesform i Amerika, netop da telegrafien og fotografiet havde ændret nyheder fra at være funktionel information til at være u-kontekstuel kendsgerning.

Dette samfund peger på, at de nye teknologier havde vendt det ældgamle informationsproblem på hovedet: hvor folk før søgte information for at klare den virkelige livssammenhæng, skulle de nu finde på kontekster, hvori ellers ubrugelig information kunne gøres til en slags nytte: krydsordet er en sådan pseudo-kontekst; cocktail party'et en anden; radio quiz ... og de moderne fjernsynsquiz-shows ligeledes..."³³⁾

Hvem kender ikke disse TV-anmeldelser, hvor anmelderen indledningsvis beklager sig over at måtte sidde ved skærmen en hel aften, hvor han ellers kunne have foretaget sig så meget andet. Herefter viser det sig, at en sådan TV-aftens brogede kaleidoskop alligevel kan væves sammen til et tema, der har opbyggelig værdi for anmelder og læsere. Kaleidoskopet reduceres til en kommentar, hvis værdi er at den finder hjem til det gammelkendte og fortrolige hverdagsprog. Anmelderen fandt sammenhængen. Noget lignende gør sig gældende i de kvalitative forskningsinterviews med seere.

Men vi har glemt den oprindelige position i forhold til fjernsynets "tale", som Postman nævner ovenfor. Hvis vi forsøgte at indtage denne position, ville vi undre os over, hvilken sandhedsvilje, der måtte være i den permanente strøm af synlighed. Hvis vi gemte de lette udtryk som "kedelig", "ligegyldig" osv. bort, ville vi måske se et temmelig vildt og forskelligt betydningslandskab, der ikke ville gøre sig som avisanmeldelse. Den indre

sandhedsvilje i TV-avisens indslag: fugleperspektivet på den vestjyske fiskerby, nærbilledet af libanesiserens benstump, den sultnes blik ind i skærmen osv. Kunne man placere sig midt i dette kaleidoskop og undre sig ligesom Michel Foucault startede med at undre sig over en vis kinesisk encyklopædi, som opererer med følgende klassifikation inden for dyreriget:

"De forskellige dyr lader sig inddele i: a) dem der tilhører kejseren b) dem der dufter godt c) dem der er tamme d) pattegrise e) sirener f) fabeldyr g) vilde hunde h) dem der er inkluderet i nærværende klassifikation i) dem der opfører sig som gale k) dem der er tegnet med en meget fin kamelhårspensel l) osv. m) dem der lige har slået krukken i stykker n) dem der på lang afstand ligner fluer" 34).

Det interessante ved denne encyklopædi er for Foucault ikke blot at den illustrerer vor egen tankegangs grænse, men selve den nøg-
ne umulighed i at tænke dette. Og han spørger: hvad er det egentlig umuligt for os at tænke? Det er ikke så meget begrænsningerne som flugtlinjerne i det eksisterende, der er epistemologisk interessant. Det drejer sig ikke blot om at kende TV-fortællingernes figurer, den stramme og økonomiske fortælleteknik, dramaturgiens kneb osv., men snarere det åbne rum, hvor disse ting fortæber sig og bliver magtesløse, og hvorfra det nye skal hentes. En epistemologi for fjernsyn kan udvikles som redskab i en slags audiovisuel vidensforvaltning - men forvaltning begrebet som det at være et par skridt foran sig selv.

Man kan således tænke sig en position, hvor det er muligt epistemologisk at skildre "diskursernes" komplekse landskab, men i praksis er det nærmest en umulighed. Foucault vidner selv om dette: "han vil end ikke selv være subjekt for sine beskrivelser"³⁵⁾ Foucault har snoet sig som en ål for selv at undgå at være det princip, ud fra hvilket hans diskursanalyser centreres. Han ville jo netop vise, at diskurserne centrerer sig selv. At talen i et givet samfund på et givet tidspunkt antager en regelmæssighed som regulerer sig selv, hvor paradoksalt den end lyder.

Men selv om det forekommer vanskeligt at tackle problemstillingen i praksis, kan den meget vel i princippet være rigtig.

Ekskurs

Foucault har tidligere i artiklen været i baghovedet flere steder. Når han ikke er inddraget mere eksplicit, skyldes det, at der er noget unikt ved hans værk, som ikke lader sig systematisere til nogen doktrin. Derfor har jeg heller ikke brugt ham til at autorisere diverse synspunkter rundt om. "Hans analytik er først og fremmest en praksis som maner til eftertanke og efterfølgelse uden at muliggøre repetition"³⁶). Problemet om (audiovisuel) viden, magt og "selvet", som jeg har været inde på, er således alle udviklede af Foucault.

Når der i indledningen blev talt om magt hinsides godt og ondt, skal det med Foucault forstås i en anden retning end som vold og ødelæggelse af kroppe og sjæle. Snarere er magten ren styrke, som retter sig imod andre styrker. Simpelthen aktion og reaktion. Ingen besidder magten eller udøver den, men den udøver sig. Magten producerer. Man kan også sige det således:

"Foucaults magtopfattelse er alt andet end snæver. Den er snarere svimlende, altomfattende, fordi den baserer sig på den rene styrke; fordi den åbner sig mod et uendeligt rum af turbulens" ³⁷⁾

Når der videre i artiklen blev sat et spørgsmålstegn ved, at man absolut altid skal forklare mediernes magt med anden institutio-
nel magt, eller blot med "det uden for medierne", så er det hans molekylære magtbegreb, der er i tankerne. Foucaults begreb om samfundsmagt er helt og holdent mikro-sociologisk. Alle de små magtdispositioners snirkler og snørkler er grundlaget for de "store magter". Hvor politiske magtforhold, strukturelle klasseforhold, politisk suverænitæt osv. er gængse begreber i samfundsanalysen, betragtes de af Foucault som deduktioner, der ligesom Münchhausen hænger i eget hår. Den "store" magt findes ganske vist som komplekst diagram i myldret af bevægelige og næsten flygtige mikromagter, men dette diagram (eller disse diagrammer) kan ikke reduceres til vores viden om det. Den store magt er det navn, vi giver en kompleks strategisk situation i et givet samfund. På makroniveau er Foucaults magtbegreb altså nominalistisk, og derfor "opfordrer" han os bl.a. til ikke at glemme udgangspunktet i den lokale taktiske situation.

Et banalt eksempel på hvad Foucault mener med samfundsmagten som det navn, vi giver en kompleks strategisk situation kunne være: "Schlüterregeringen". Den er ikke selv magten, ej heller har vi forklaret noget som helst, hvis vi siger, den er krystalliseringen af sociale strukturer. Derimod er den diagrammet for en uendelig række af mikro-magtforhold, som på en måde multiplicerer sig selv i en vis retning. Den er egentlig diagrammet for disse mikro-magtforholds statistiske sandsynlighed. "Når Gud regner, bliver verden til", skriver Leibniz. Det er ikke helt forkert, for de store magter bliver til, når det molekylære samfund har været en tur igennem EDB-maskinens faktor-analyse. "Det er nogle små Machiavelli'er i år", sagde manden, "de vokser kun lokalt".

Under alle omstændigheder: denne molekylære hypotese er væsentlig, hvis man skal forklare, hvorfor mediemagt synes at være noget, der smuldrer mellem fingrene, når man vil tage fat i den. Derfor har jeg sat fokus på skærmen og "dens blik", og villet se TV-billeder (sekvenser) og i det hele taget audiovisualiteten som et område af magtens mikrofysik.

Med mikro skal ikke blot forstås "i miniature". Snarere ligger der det i udtrykket, at mikro-magten ganske vist er en dimension ved vores viden, men den kan ikke reduceres til denne viden. Den er intern, men alligevel forskellig. Man ser, at Foucault på denne måde bringer magt ind i kernen af viden og kommunikation. Altså omvendt Jürgen Habermas som leder efter en kommunikation uden magt. Magt betragtes altså ikke af Foucault som en ydre begrænsning i forhold til viden, men som en kraft, der udfolder sig indefra. En indre begrundelsesinstans. Han retter derfor sin opmærksomhed imod det udsagte og dets strukturer, og ikke imod udsigeren. Hvad er dette udsagtes indre begrundelsesinstans? Hvad er denne diskurs' ubevidste tale?

Heraf forstår man, hvordan han f.eks. kan skrive en "seksualitetens historie", hvor det påvises, at problemet ikke er forbudene, censuren, hænderne over dynen osv., men derimod sprogets og lysets underligt overdrevne oplysning - eller snarere gennemlys-

ning - af dette livsvigtige fænomen. På en måde skildrer han her et eksempel på synligheden som epistemologisk problem³⁸⁾.

Alle disse måske underforståede ting må nødvendigvis holdes i summarisk form af pladsmæssige grunde og for ikke at komme for langt væk fra hovedtanken i artiklen.

Kulturens usynlighed

Nogen epistemologisk teori for medierne findes ikke rigtig, men derfor kan man jo godt tale om nødvendigheden af en sådan, jvf. de umiddelbart foregående afsnit samt bemærkningerne om, at "receptions"teorien" har glemt en vigtig forudsætning: skærmens blik på publikumsmangfoldigheden. Med disse ting in mente er det muligt at skitsere et medieimperialistisk problem.

Ligesom den "rigtige" imperialisme retter sin grådige opmærksomhed imod undergrundsforekomsterne således også medieimperialismen. Men hvor den første interesserer sig for rummet og stoffet, retter den anden sig snarere imod tiden og usynligheden. Tanken er simpelthen den, at synligheden tenderer til at ødelægge "selvets" - det decentrerede subjekts - sidste tilholdssteder. Lad os antage, at USA er hovedproblemet i denne debat om medieimperialisme. Også når det gælder europæernes efterligninger af de amerikanske stilarter. Jean Baudrillard har skrevet en interessant bog om dette "Amerika", som jeg vil tage udgangspunkt i³⁹⁾. Generelt mener Baudrillard, at samfundet i dag ikke har anden myte og moral end sig selv, og det er forbrugerismen. Vi befinder os i gøglebilledernes æra, hvor det smukke og det grimme, venstre og højre, sand og falsk, nyttigt og unyttigt skifter plads vilkårligt i en atmosfære af neutralisering og lige-gyl-dighed. Man kan forestille sig, hvor han vil hen med en bog om Amerika.

Han mener, at USA har skaffet sig et fiktions-herredømme i verden - ikke på grund af den anden dollar(s) og sit traditionelle økonomisk-militære herredømme eller i kraft af en manipulerende reklamekampagne - men fordi landets sjæl er dybt fiktiv selv.

Landet er jo selv en film, siger han. At komme ud af en amerikansk biograf og genkende byen giver samme fornemmelse som at komme ud af et nederlandsk kunstmuseum og opleve bybilledet, som opfundet af Vermeer. Dette land går restløst op i billedet af sig selv. Ligesom der kun er én Gud, er der også kun en virkelighed og hvorfor ikke billedernes? Baudrillard skriver f.eks.:

"Amerikanerne tror på kendsgerningen, men ikke på (kends-) gerningen. De véd ikke, at kends-gerningen er gjort, som ordet siger. Det er i denne tro på kendsgerningen, i denne totale tiltro til det, som sker og ses, på trods af det, man kan kalde skinnet, eller skinspillet, det er i denne tingenes pragmatisk evidens: et ansigt bedrager ikke, intet bedrager, intet er tvetydigt (og det er i grunden sandt: intet bedrager, der findes ikke løgn, der er kun det forstilte, som netop er kendsgerningens gerning), det er i denne henseende, at amerikanerne er et virkelig utopisk samfund, i deres religion om den fulbyrdede kendsgerning, i deres slutningers naivitet, i deres tilsidesættelse af tingenes "malin génie". 40)

Dette land er for Baudrillard som fremtidens primitive samfund. Det er den færdige historieløse verden - den absolutte modernitet, i hvis navn den europæiske fornuftstanke har pisket sine samfund. Men en kløft skiller os fra denne modernitet. Vi står som med proppen i munden over for denne selvforglemmende barnlige modernitet. Hvad er der at tænke om og efter dette? Bestjålet af en mærkelig kraft går det over vores forstand, som man siger. Det kan meget vel være noget i denne retning, der imperialiserer os. Jeg hæfter mig ved den manglende hukommelse i denne amerikanske kultur, som Baudrillard søger at skildre. "Historisk hukommelse" er ikke det rigtige udtryk, snarere skal man kalde det en "glemt glemsel". En kultur er måske væsentlig en glemsel, for så vidt den ikke er sig selv præsent. Michel Serres skriver ganske enkelt:

"Svømning forudsætter, at man glemmer, man kan svømme, og på samme måde at gå, at løbe, at springe, at elske, at tænke. Kulturen indskrænker sig til denne glemsel..." 41)

I et mere videnskabeligt sprog kan denne glemsel udtrykkes således:

"Lotman's gamle idé, at en kultur kun kan eksistere gennem ikke helt at kunne forstås lige så godt af andre kulturer som af sig selv, kan i sin inter-kulturelle og indre kulturelle kommunikation forstås således: det er det symbolskabende apparat som, idet det forbliver u-forstået af dem selv - ligger i hjertet af enhver kulturel enhed og garanterer dens virkelighed og fortbeståen" 42).

Denne dybe hukommelse, som vi har - i glemslens form -, tjener bl.a. til, at vi kan undre os og sanse, hvad der findes rundt om vores prekære eksistens. Som jeg forstår Baudrillard, siger han, at amerikanerne har glemt denne glemsel. Ergo husker de alt. Den nye verden er = sin aktuelle synlighed til enhver tid. Alt det "andet" - den nærværende glemsel - er forsvundet i suveræn nutid. Når jeg her taler om glemsel, og ikke det ubevidste, så er det, fordi der er en forskel. Den glemsel, der her tales om, er værdifuld som sådan. Pointen er, at et væsentligt aspekt af kulturproblemet består i, at bevare muligheden for at kunne (gen)finde sig selv i tiden. Hvad angår TV og billeder kunne man sætte det på spidsen og sige at billeder, hvori der ikke findes glemslens drift, ikke taler til subjekter. (Subjekt = som bærer på noget).

På denne måde kunne man argumentere sig frem til en kvalitetsdebat om fjernsynet, når det bla. betragtes i denne kulturimperialisme-vinkel. Det sidste, man skulle gøre i sådan en debat, ville være at nævne konkrete programmer. Jeg har dog i et tidligere nr. af "MedieKultur" omtalt, hvorledes en TV-serie som "Heimat" "arbejder" med den tidslige dybde i billederne. Denne serie præsterer ikke blot at skildre den tyske fortid i billeder, som synes fortalt i "datid", men vigtigere: den formår at sprænge en nutidsorienteret og selvretfærdig nazi-debat for i stedet at lade debatten foregå i den fortid, som den selv handler om. Dette kunne ses som et eksempel på kulturen i glemslens form. Det svarer til at tage et svømmetag eller et skridt for at vide, om man kan svømme og gå.

I første omgang skal man i en sådan diskussion nok søge at fastholde de generelle pointer, og ikke søge at foreskrive, hvordan noget skal være. Foucault-ekskursen omtalte, og opstillede det 'krav', at synligheden på skærmen (billederne og teksten) reflekterer sig selv, så at magten som den indre begrundelsesinstans bliver synlig selv. Noget sådan er på færde i "Heimats" tidsbilleder. Der er i hvertfald et strategisk punkt i audiovisueliteten som sådan, hvor det udsættes indre begrundelsesinstanser reflekterer sig selv som magt, og det er i "mellem-

met" mellem de to fundamentale registre: sproget og synligheden. Man taler om at teksten forankrer billedernes information, jeg tror, man snarere skal opfatte det som en kamp. Usynlighedens mellemrum består netop i, at det sagte ikke er dækkende for det sete og omvendt.

Det, man kan se, er ikke et seende subjekts handlinger, men en bestemt organisation af lyset; det, der siges, siges ikke først af subjektet, men eksisterer allerede som et anonymt sprog, i hvilket subjektet som en slags variabel kan indtage en plads. I begge tilfælde er Lys og Sprog først, subjektet sekundært.

Mellem disse to former er der imidlertid en afgrund, en fundamental brist. Thi "at se" er ikke det samme som at "tale". Det, man ser, er ikke indeholdt for det, man siger, og omvendt det, man siger, er ikke identisk udtryk for det, man ser" 44)

Med disse korte bemærkninger og dette citat har jeg blot villet skitsere, hvorledes usynligheden har sine tilholdssteder i TV's store "tale". Den medieimperialistiske kamp kan meget vel tænkes at handle om disse steder. Som i alle imperier, hvor solen altid skinner, søger undersåtterne skygge det nærmeste sted.

NOTER

1. Alvarado, Manuel: Medieteknologi og kulturel dominans, MedieKultur 5, 1987.
2. Tracey, Michael: "The Poisoned Chalice? International Television and the Idea of Dominance" in "Daedalus" Fall 1985, s. 28.
3. Varis, Tapio: "Flow of Television Programmes in Western Europe", University of Tampere, 1984.
4. Tracey, M.: op.cit. s. 28
5. Tracey, M.: op.cit. s. 44
6. Mattelart, A.
7. Tracey, M.: op.cit. s. 40
8. Tracey, M.: op.cit. s. 40
9. Tracey, M.: op.cit. s. 40
10. Tracey, M.: op.cit. s. 28
11. Minister's speech ved British Film Museum Symposium 1.10.86.
12. Ang, Ien: "Watching Dallas" N.Y. 1985, s. 115

13. "Channels", Oct. 1986, s. 69.
14. Kofoed, P. & T. Rasmussen: "Dallas - den usandsynliggjorte virkelighed"
AUC 1984, s. 223.
15. Canetti, E.: "Masse und Macht", Frankfurt/M 1980, s. 335 ff.
16. Habermas, J.: "Theorie des kommunikativen Handelns", Frankfurt/M. Citatet
er oversat hentet hos T. Nørager, "System og livsverden", Århus 1984,
s. 246.
17. Hall, Stuart: Introduction i D. Morley: "Family Television. Cultural Power
and domestic Leisure", London 1986.
18. Morley, D.: op.cit. s. 43
19. Morley, D.: op.cit. s. 43
20. Morley, D.: op.cit. s. 42
21. Foucault, M.: "La Volonté de savoir", Paris 1976, s. 124.
22. Thyssen, Ole: "Om storbyen, Det kunstige paradis", København 1986, s. 29.
23. Brunsdon, C.: "Women watching Television", MedieKultur 4, 1986, s. 106.
24. Altheide, D.L.: "Media Power", Sage Publ. 1985, s. 45.
25. F.eks. Abrahamson, U.: TV-världen och verkligheten, Sveriges Radio, PUB
1983.
26. Habermas, J.: op.cit.
27. Gabold, I.: "TV-mediet mellem fiktion og fakta", MedieKultur 3, 1986, s. 6.
28. Serres, M.: "Genese", (overs. P.Å. Brandt) Sjakalen 1983.
29. Citeret fra Gabold, I. op.cit.
30. Schmidt, K.: "Det er virkelig sket - men er det også sandt?", Kosmorama,
nr. 176, 1986, s. 43.
31. Altheide & Snow: "Media Logic", Sage 1979, s. 247.
32. Postman, N.: "Amusing ourselves to death", London 1986, s. 92.
33. Postman, N.: op.cit. s. 76
34. Foucault, M.: "Les mots et les choses", Paris 1966, s. 7. I. E. Krause-
Jensens overs. "Viden og Magt", København 1978.
35. Schmidt, L.H. i "Foucaults blik", Århus 1985, s. 14.
36. Foucaults Blik, op.cit.
37. Sejten, A. E.: "Efterårets vigtigste bog", Essay Information, 10.11.86.

38. Foucault, M.: "L'histoire de la sexualité" 1-3, 1976-84.
39. Baudrillard, J.: "Amérique", Paris 1986.
40. Baudrillard, J.: op.cit. s. 168.
41. Serres, M.: "Les cinq sens", Paris 1985.
42. Piatagorsky, A.: "The Symbolic Situation in a Semiotico-Philosophical Approach", Publikationssted ubekendt, 1985.
43. I MedieKultur 3, 1986.
44. Sejten, A. E.: op.cit.

Niels-Aage Nielsen er konsulent i Danmarks Radios medieforskningsafdeling.