

# Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning

Af Ib Bondebjerg

*Det er receptionsforskningens uomtvistelige fortjeneste, at den har sat focus på modtagernes oplevelser og vurderinger. Brugernes tages tilsyneladende alvorligt, i modsætning til den kritiske teori (Frankfurterskolen m.v.), der i debatten om receptionsforskningen er blevet beskyldt for at være formynderisk: Den tager stilling til æstetisk og indholdsmæssig kvalitet på brugernes vegne.*

*I denne artikel forsøger Ib Bondebjerg at fastholde en del næsten glemte, men fundamentale nuancer (ikke mindst mht. teksts status i forhold til oplevelsen) i både den kritiske teori, semiotikken og dele af receptionsforskningen. Hermed bidrages til den diskussion om hvem der skal fastlægge den kulturelle og æstetiske værdi i et medieprodukt som tages op af både Jensen, Schrøder og Skovmand i dette nummer. Indirekte viser Bondebjerg, at der sker en afpolitisering af medierne, hvis de alene eksisterer i en uproblematiseret relation mellem afsender og modtager. Populært TV konstrueres jo netop så det fremtræder lyst- og spændingsfyldt og kommer herved til at virke som et passivt spejl for modtagerne. Hvis kunsten forråder det smertefulde og tabuiserede, bliver den ufarlig. Mediernes eneste formål bliver da at igangsætte et på forhånd kalkuleret ping-pong-spil mellem den enkeltes erfaringer, oplevelser og fantasier.*

*Heroverfor stiller Bondebjerg den demokratiske radikalisme hvor æstetikken udgør et kampområde. Kunsten er med andre ord en politisk agent, hvor både afsenderen, modtageren og samfundet selv aktivt er med i forandringsprocessen. - "Perspektivet er at gøre modtagerne til kvalificerede producenter i videste forstand".*

Når man ser tilbage over 70'ernes danske medieforskning, så er der ikke meget tvivl om, at det fælles overbegreb for de forskellige nuancer og tendenser er kritisk teori. Sammenlagt betegner 70'ernes kritiske medieteorier et grundlæggende opgør med den empiriske medie-

forsknings paradigme, et opgør der har sin parallell i litteraturvidenskabelige opgør, ikke bare med de herskende, litteraturvidenskabelige metoder, men også med det traditionelle og finkulturelle genstandsområde, der var humanioras æstetiske centrum. En meget stor del af den kritiske teoris medieforskere har trådt deres børne- og ungdomssko i litteraturvidenskaben og har foretaget bevægelsen fra den ideologiske kritik af den kanoniserede litteratur, gennem den socialhistoriske oparbejdelse af et langt bredere genstandsfelt og frem til en mere entydig, samlet beskæftigelse med medier, massekultur og populærfiktion.

### 1. Modebølger og holisme

I tilbageblikkets forkromede forenkling og blandt fortalerne for 80'ernes nye tendenser, hvor bl.a. receptionsforskningen, den post-moderne filosofi og æstetik og post-strukturalisme og dekonstruktions-tænkning har gjort sig gældende, har det oftest været de mest forenklede dele af 70'ernes kritiske teori, den korttidsblomstrende ideologikritik, der har måttet holde for. Det var den, der fængede som en modebølge i 70'ernes begyndelse, blev et slags varemærke, og som følgelig også som den mest ekstreme del af en større sammenhæng var udsat for de mest hadske modangreb. I det skelet af ideologikritikken, som efterhånden står tilbage, efter at "piranafiskene" nu har været igang i mere end et årti, er det naturligvis svært at se andet end en karikatur, tømt for kød og mening. Det tager sig ud som en række intellektuelle dødbidere, der tog Marx' udsagn om "at de herskende tanker er de herskendes" alt for direkte for pålydende. En gruppe maniske intellektuelle, der fandt borgerlig ideologi i litteraturens klassikere, hos modernismens kulturradikale forfattere, i TV-avisen, i TV-serier som "McCloud", i ugebladene osv., og som tillod sig at drage vidtgående og hårrejsende konklusioner af f.eks. agentiv-strygninger i 22-Radioavisen.

Men trods karikaturen, så var det jo egentlig blot fundamentale karakteristika ved al kommunikation, ideologikritikken slog fast med måske lidt vel store syvtommersøm: nemlig at afsenderinstitutioner og tekster i vid forstand er styret af koder, der skaber

ideologisk og kulturelt bestemte udtryks- og indholdsstørrelser. Det er uden tvivl rigtigt, at særlig ideologikritikken var tilbøjelig til at se enhed og homogenitet, mere end mangfoldighed og heterogenitet, det er givetvis også rigtigt, at forestillingerne om den ideologiske gennemslagskraft og kontrol var overdrevne, og det er ganske sikkert også rigtigt, at ideologikritikken - for nu igen at bruge Marx - var mere forhuppet på at vise, at ideologien fungerede som "religion og opium", end som "den betrængte skabnings suk". Det var oplysning, kritik og alternativer, der lå ideologikritikken på sinde, snarere end fascination og brugsværdi i modtagernes omgang med den forhåndenværende massekultur.

Men hvis 70'ernes kritiske teori skal ydes retfærdighed, og dens kritik- og oplysningsperspektiv trækkes med ind i fremtidens medieforskning, så må man kigge bredere end til den modebølge, som specielle former af ideologikritikken var - og især siden er blevet gjort til. Den kritiske teori rummer et langt videre perspektiv af holistisk karakter for medieforskningen, herunder også receptions-siden, end det, der tit kommer frem i polemiske konfrontationer. Den kritiske teori er holistisk i den forstand, at den fastholder, at en række forskellige tilgange er nødvendige for at forstå medierne, medieprodukterne og deres brugere. Man kunne hævde, at en kritisk teori må omfatte dels et kultursociologisk perspektiv, der har at gøre med kultursociologiske strukturer og mønstre, der påvirker afsender- og modtagersiden, et semiologisk perspektiv, der har at gøre med teksten som betydningsdannelse i et univers af koder, ideologier, myter og æstetiske og retoriske greb, og endelig et psykoanalytisk/socialpsykologisk perspektiv, der har at gøre med de ofte komplicerede og delvis ubevidste processer, der knytter sig både til "tekstens" lag og til receptionen.

Det er en vigtig pointe i den kritiske medieteoris relatering til receptionsforskningen, at den ikke ensidigt lægger vægten på modtageren, endsiige på den empiriske eller faktiske modtager. I den germanske receptionsæstetik, der er en af inspirationskilderne til 80'ernes receptionsforskning, er fænomenologiens genkomst et markant træk. Subjektiviteten og det partikulære sættes i princip i centrum, med Robert C. Allens ord:

"Virkeligheden har med andre ord ingen mening for os, undtagen som et individuelt oplevet fænomen (...) og den verden, der konstrueres som følge af læsehandlingen, eksisterer kun i læserens bevidsthed" 1)

For receptionsæstetikken er teksten som afsendt og fysisk foreliggende struktur således tendentielt på vej til at forsvinde. Men hos Iser og Ingarden er konsekvensen dog stadig den, at man retter opmærksomheden mod teksten som en struktur, der i sig rummer træk, åbninger, huller eller styringsmekanismer, der så skal realiseres af læseren.

I den amerikanske udvikling af receptionsforskningen på medieområdet, der er den anden store inspiration for 80'ernes danske receptionsforskning, nemlig de kvalitative empiriske studier, der har deres rødder i uses-and-gratification-teorien, er tekstens død og ideologiens bortvejring endnu mere radikal. Det gælder f.eks. for Katz' og Liebes' store "Dallas-projekt", hvor æstetiske, indholdsmæssige og institutionelle medieanalyser helt er forsvundet til fordel for en ganske vist sofistikeret og langt henad vejen fintmærkende, kvalitativ, empirisk interview-analyse. Den afsendte tekst er intet, andet end som matrice for fri fantasi- og realitetsleg, og den forsker- og læser-konstruerede modtager-tekst er alt.

Den modtagerorienterede receptionsæstetik og den kvalitative, empiriske modtagerforskning udgør et vigtigt og spændende led i 80'ernes medieforskning, men som ensidig modebølge har den både samme berettigelse og samme begrænsninger som ideologikritikken. Som modebevægelse rummer receptionsforskningen en ukritisk fascination af empiriens og interviewets magi og en truende indsnævring af det holistiske perspektiv, der lå i 70'ernes kritiske teori. Så bastant som receptionsforskningen af og til lanceres som et nyt paradigme, er man også tit tilbøjelig til at overse, at receptionsaspektet er gammelt som medieforskningen selv. Den empirisk-kvalitative receptionsforskning, der måske tydeligst fremstår som 80'ernes udfordring til det kritiske paradigme, og som på mange måder er et humanistisk knæfald for positivismen, er kun ét aspekt blandt mange og kan ikke erstatte de receptions-aspekter, som knytter sig til både det kultursociologiske perspektiv, det semiologiske perspektiv og det psykoanalytisk/socialpsykologiske perspektiv.

Der knytter sig naturligvis også kulturpolitiske, mediepolitiske og æstetiske problemstillinger til forholdet mellem 70'ernes kritiske teori og 80'ernes receptionsforskning. Hvis vi nu med tilladelse til grov forenkling peger på ideologikritikken som 70'ernes, og den empirisk-kvalitative modtagerforskning som 80'ernes modebølge, så kunne man sige, at de har et interessant, strategisk fællespunkt: de hævder begge at arbejde ud fra en solidaritet med modtagerne. For ideologikritikken var modtagerne ideologiens og den kulturindustrielle junk-foods ofre. Både i analysen af finkulturens produkter, i analysen af public-service institutionernes såkaldte alsidige oplysning, information og underholdning, og i analysen af kulturindustriens og den kommercielle kulturs produkter var sigtet at afdække manipulationen med ofrene, at søge at ændre teksterne kvalitativt og at udpege steder, hvor udgrænsede erfaringer kunne finde deres plads og form. Som Nicolas Garnham har gjort opmærksom på, så ligger der en fare for elitært formynderi i denne holdning. Arbejderklassen og de marginale grupper, siger han, er måske faktisk blevet betjent bedre af det marked, som de venstreintellektuelle kritiserede på disse gruppers vegne, mens den kulturelle indgriben og kritik er blevet oplevet som "påtvungelse af en elitekultur".<sup>2)</sup>

Den kulturelle ny-liberalisme har i forlængelse af dette foreløbig vundet kampen, også over det danske medie-område. Det kan virke som en konsekvens af dette, og som et populistisk knæfald for ny-liberalismen, når den empirisk-kvalitative modtagerforskning bl.a. rummer tendenser til, at solidariteten med modtageren også bliver et forsvar - eller i hvert fald en stiltiende accept af - de tekster, som rummer den laveste fællesnævner. Ved at stille skarpt på den enkelte modtagers egen tekst, på den subjektive indholdsudfyldning og fascination, sløres naturligvis baggrunden og rammen, og teksten og dens ideologiske og æstetiske kvaliteter bliver usynlige. Man risikerer med andre ord i solidaritetens navn at legitimere den elendighed, som er "den betrængte skabnings suk", i stedet for at kritisere elendigheden og pege på en anden æstetik med større "sug", mere indhold og samme eller højere brugsværdi.

For ca. 10 år siden, i 1978, var de kritiske medieforskere samlet til seminar i Odense for at gøre status. I sin artikel "Kritisk medieforskning -historie og perspektiver" peger Peter Larsen relativt profetisk på nødvendigheden af at sammenkoble den kritiske indholdsanalyse og det receptionsmæssige. Han peger også på de utilstrækkelige, hidtidige forsøg på at sammenkoble "æstetiske kvaliteter" og "publikums socialpsykologiske profil", som han mener dels har været for abstrakt og dels for præget af en forestilling om modtagerens afmagt.<sup>3)</sup> Denne udstrakte hånd fra den kritiske teori til receptionsforskningen er taget eksplicit op i bogen Det ukendte publikum, hvor Kim Schrøder taler om at udvikle "en syntese af kvalitative og kvantitative tilgange" og om at lade det dominerende og det oppositionelle paradigme mødes. En anden af 80'ernes receptionsforskere, Klaus Bruhn Jensen, kobler sammesteds eksplicit politiske og pædagogiske perspektiver til den kvalitative, empiriske modtagerforskning, og lægger op til en forlovelse med den kritiske medieforskning, i og med at han via sin analyse af modtagerne vil fremme en anden kommunikationspraksis, et andet produkt, der lærer af modtagerne:

"Den kritiske synsvinkel baseres ofte på en række generelle forestillinger om modtagerens rettigheder, som modtagerne selv kan være med til at konkretisere. Hvis medieforskningens centrum ligger uden for medierne selv, ligger det bl.a. hos modtagerne".<sup>4)</sup>

Det følgende er ikke noget frieri, og der skal ikke udformes nogen ægteskabskontrakt. Men bag polemikken ligger en klar anerkendelse af receptionsproblematikkens vigtighed, nødvendigheden af en alliance og et samarbejde, en anerkendelse af receptionsforskningens resultater, men også ønsket om en større grad af holisme, et helhedsperspektiv, der udgår fra den faste overbevisning at modtageren ikke er mere hellig end afsenderen og teksten, og at receptionen har mange lag, som en empirisk analyse altid kun vil kunne fange en brøkdel af.

## 2. Kultur, ideologi og reception

"Under alt dette kan vi, tror jeg, se en mundtlig populær-kultur, der tilpasser sin tidligere rolle til massesamfundet. På trods af Frankfurterskolens udtalte pessimisme, på trods af ideologiens magt til at reproducere sig selv i subjekterne, trods de dominerende klassers hegemoniske kraft,

så formår folk stadig at skabe deres egne meninger og opbygge deres egen kultur indeni, og ofte imod, det som industrien forsyner dem med. Kulturelle studier sigter mod at forstå og styrke dette kulturelle demokrati i praksis" 5)

Således præsenterer John Fiske i en artikel fra 1987 den kritiske teoris moderniserede selvforståelse, således som den tager sig ud set indefra Birminghamskolens kulturelle studier. Birminghamskolen er på en gang et krystalliseringspunkt for alle de centrale tendenser i den kritiske teoris medieforskning, og samtidig det sted, hvor et kvalificeret kultursociologisk perspektiv er blevet udviklet længst i retning af en alliance mellem den kritiske teori og receptionsforskningen.

I sin præsentation af Birminghamskolen og dens kultursociologiske perspektiv kan man sige at John Fiske fremlægger 5 grundlæggende "dogmer", som samtidig udgør basale antagelser i hele den kritiske medieteori:

- for det første dogmet om det brede kulturbegreb, der ser kultur som en hel livsmåde og dermed i princippet bryder med normative og/eller elitære æstetik- og kulturbegreber.
- for det andet dogmet om betydning som en proces, der opstår og cirkulerer i en bred social og kulturel sammenhæng. Man kan således kun forstå betydning som noget, der er knyttet til og bestemt af sociale og kulturelle strukturer og deres historiske forandring, men samtidig indgår betydning også som en selvstændig kraft i formningen og forankringen af de sociale og kulturelle strukturer, subjektivt og intersubjektivt.
- for det tredje dogmet om at det sociale og kulturelle rum altid er gennemsyret af modsætninger og kampe, både i mere konkret forstand og i symbolsk forstand. Der foregår en kamp om den sociale magt, om det kulturelle herredømme, om meningen med og fortolkningen af vores liv og dagligdag, og denne kamp foregår i et spil mellem dominerende kulturer, delkulturer, subkulturer, modkulturer osv.
- for det fjerde dogmet om at kultur er ideologisk, idet dette dog ikke skal forstås i den dogmatiske, marxistiske eller tidligt ideologikritiske forstand som falsk bevidsthed, der så kan måles mod en sandhed og en objektiv bevidsthed, der står uden for sam-

fundet og historien. Ideologien er en dynamisk proces indskrevet i kulturen, samfundet og historien, som taler gennem alle subjekter. Ideologien er således, siger Fiske, under indflydelse af både Althusser og Gramsci en dynamisk proces, der foregår i alle dagliglivets praksisformer: fra de institutionelle niveauer, med deres mere organiserede, ideologiske kulturformer, via dagliglivets erfaringsformer og rituelle gøremål og ned til det individuelle mikro-niveau.

- for det femte dogmet om at mediernes symbolske strukturer og sprogformer i videste forstand spiller en central rolle i den konstante gendannelse af ideologiske former. Det sker via en hegemonisk proces, hvor medierne forsøger at konstruere den sociale og kulturelle position, som afsender, tekst og modtager skal befinde sig indenfor. Fiske gør her den vigtige tilføjelse, at konstruktionen af denne position ingenlunde er nogen garanti for at den faktisk indtages i receptionen. Den hegemoniserende position er underlagt en konstant kamp eller forhandling, der ikke bare sker på afsendersiden og i forhold til dens institutionelle rammer, men også i tekstens narrative, tematiske og æstetiske apparat og på modtagersiden.

Som det indledende citat af John Fiske viser, så rummer hans artikel, der er rettet mod fjernsyns-studier, en sammenfatning af den kritiske medieteoris kultursociologiske dimensioner, der samtidig betegner en bevægelse væk fra dels Frankfurterskolens tendentielt elitære kulturpessimisme og fra den tidlige, dogmatiske ideologikritik. Han karakteriserer selv den sidste ved at den "var tilbøjelig til at vise, hvordan den dominerende ideologi reproducerede sig selv usynligt og uundgåeligt i alle former for populært fjernsyn" <sup>6)</sup> I den engelske sammenhæng argumenterer Fiske for, at bruddet med denne tendens allerede fandt sted i 1973 med Stuart Halls artikel "Decoding and Encoding".<sup>7)</sup> Halls artikel placerer receptionsproblematikken centralt i den kritiske teori og peger på spændingen mellem medietekstens struktur og betydninger og modtageres afkodning, der tager form af en aktiv proces mellem tekstens potentialer og modtageres sociale, kulturelle og psykologiske potentialer.

I modsætning til tendenser indenfor visse dele af den nyeste receptionsforskning på medieområdet, hvor teksten totalt forsvinder bag de individuelt eller gruppespecifikt karakteristiske aflæsninger, og hvor indholdsanalysen ligefrem mistænkeliggøres som den intellektuelles kulturelt-æstetiske selvlegitimering, så fastholder Hall forestillingen om tekstens betydning. For Hall er begrebet dominerende eller foretrukken betydning et vigtigt element i afdækningen af hvordan institutioners hegemoniske aftryk, de dominerende ideologier osv. slår igennem i teksten og dermed spiller en rolle i aflæsningen. Fiske problematiserer ganske vist delvis denne position, bla. ved at pege på at David Morleys store empiriske modtagerundersøgelse The "Nationwide" Audience, som søger at efterprøve teorien bag Stuart Halls Encoding-decoding model, iflg. Morleys egen selvkritik var for simpel<sup>8)</sup>.

Morleys undersøgelse, der dels består af en institutions- og indholdsanalyse og en modtageranalyse, var baseret på en opfattelse af, at man kan bestemme en såkaldt foretrukken betydning i teksten og at modtager-afkodningen i forhold hertil kunne beskrives som faldende i tre hovedgrupper, der dog så igen har hver deres undergrupper: den dominerende position, der accepterer tekstens dominerende kode, kompromis-positionen, der ganske vist globalt set accepter og aflæser betydningen indenfor den dominerende kode, men som dog på visse partikulære områder udviser afvigende kodninger eller tillemplinger, den oppositionelle position, der stort set forkaster den dominerende kode og dermed laver en global modlæsning af teksten eller afviser dens betydning.

Morley lægger i sit kritiske efterskrift til sin analyse selv op til at udvikle en mere fleksibel og åben teori om teksten som et system af flere diskurser og betydninger, og ligeledes til at opfatte læserafkodningen som et mere åbent problem, afhængig af både de diskurser, der er tilstede i modtagerens bevidsthed og de kulturelle kompetencer han/hun kan aktivere. Tekstens primære og determinerende betydning er hermed reduceret eller ændret afgørende i forhold til den kultursociologiske traditions og ideologikritikkens tidlige opfattelse. Men at tekstens betydning for afkodningen gøres mindre éntydig og direkte betyder hverken, at teksten

forsvinder, eller at den ideologiske dimension bliver uden betydning. I Fiskes konkluderende sammenfatning hedder det:

"Fjernsynsteksten er et sæt af potentielle meninger. Disse meninger aktiveres af forskellige læsere i forskellige sociale situationer. Men da fjernsynsteksten er produceret i en kapitalistisk institution bærer den også nødvendigvis på denne ideologi. Alle subkulturelle og oppositionelle meninger, der produceres udfra den er ikke uafhængige, men laves i relation til den dominerende ideologi".9)

Teksten bestemmer således ikke entydigt den mening der afkodes, den er mere åben end som så, men den indrammer dog det felt, hvor betydningskampen foregår, og en teksts potentielle afkodninger er ikke ubegrænsede eller arbitrære.

Samtidig med at Fiske på denne måde i moderat form følger bevægelsen fra tekst til modtager og uden at forlade den kritiske teoretiske opfattelse af medieteksten dog åbner den, så forøger han også antallet af de "tekster" man bør være opmærksom på som virksomme i kampen om receptionen:

- massekulturens primære tekster er dem som befinder sig på skærmen, lærredet eller tryksiden. De kan beskrives som strukturer i semiotisk forstand, men netop for massekulturens primære tekster gælder det i høj grad, at de ikke er enkeltstående. De indgår i et institutionelt bestemt genre- og formatsystem og de placeres i en programflade og er i visse tilfælde uadskillelige dele af et flow - det intertekstuelle spil er betydningsfuldt ikke bare for teksternes æstetik og fremtræden, men dermed også for afkodningssituationen.
- massekulturens sekundære tekster er alle de afledte tekster, der indrammer, forudgriber, efterbehandler og videreforarbejder de enkelte medietekster. Det inter- eller tværmediale flow er i massekulturen af stigende betydning, mindre i form af de traditionelle kulturinstitutioners kritiske offentlighed og anmelderi, der jo retter sig mod singulære, højt vurderede enkelttekster, men til gengæld mere i form af foramtaler, efterbehandlinger og "gossip", der medvirker til at forlænge medieverdenen ind i læserens dagligdag og i en vis forstand gør "fiktionen" og mediernes stjerner til stof i uge- og dagspressen, som var det begivenheder i det virkelige liv. Det intermediale flow er et stort og

uudforsket område, der formodentlig er med til at styre receptionen ved at sætte ramme om de kulturelle forventninger og normer hos forskellige modtagergrupper, og dermed til at fortolke teksten i en bredere kulturel sammenhæng endnu før den er aflæst eller selvstændigt færdigforarbejdet.

- massekulturens tertiære tekster er dem modtagerne selv producerer i receptionssituationen, dels på baggrund af de to første niveauer af tekster, dels på baggrund af deres egen erfaring, praksis og kulturelt bestemte kompetencer og forventningshorisont. Teksterne opstår dels i den enkeltes bevidsthed som en indre dynamisk proces, dels i den sociale og sproglige interaktion under receptionen, dels senere når tekster og oplevelsesfragmenter indgår som materiale, som skrot i dagligdagen, i genoplevelser og erindringer, ja måske ikke mindst i det uhyre drømmearsenal, som udgøres af det ubevidstes scenarier og energier.

I en række analyser af visuelle tekster, især den amerikanske crime-action "Magnum P.I." og et par "Madonna-videoer", forsøger Fiske nu at illustrere hovedpointen i sin receptions-mæssige revidering af Birminghamskolens kritiske medieteori. Teksterne lader sig uden besvær beskrive ud fra en række dominerende og foretrukne betydninger, der både rummer en ideologisk og en kønsmæssig hegemoni. De konstruerer en henholdsvis maskulin og feminin seerposition, der på et plan harmonerer med og lader seeren generobre en slags ren maskulin/feminin imagination og identifikation. Men samtidig med at der bygges op til denne kønsmæssige imagination og konstrueres en ideologisk legitimering via forløb og tema, så er der også indbygget ambivalenser og mulige oplevelses- og aflæsningspositioner, der marginaliserer de mere konforme, autoritære ideologiske træk og dominerende kønsrollemønstre. Den macho-agtige fysiske og individuelle selvudfoldelse i "Magnum P.I." f.eks. bringer jo ikke bare lov og orden på banen, men spiller også på de samme fantasier, man må forestille sig har ligget i folkeeventyrenes fantasifulde skildringer af, hvordan den underlegne har klaret overmagten og overvundet verdens ondskab ved en blanding af styrke, snuhed og klogskab. Og i "Madonna-videoerne", der især appellerer til et kvindeligt teenage-publikum, finder man ved siden af den åbenlyse reproduktion af traditionelle feminitetspositioner også en provokerende

udstilling af tabuiseret kvindelig seksualitet som magt og en lige-  
så tydelig og ofte avanceret parodiering af den konventionelle  
kvindelighed og de mekanismer, der holder dem på plads. De kan så-  
ledes læses som massekulturelle produkter, der gør brug af de sam-  
me mekanismer, som man finder i storbyens subkulturer.

Tegnene og koderne vristes ud af deres oprindelige kapitalistiske  
og konventionelle sammenhæng, de skaber deres egen betydning, etab-  
lerer en ny sammenhæng og spiller dermed op til en åben, ambivalent  
og måske også kritisk reception. I Fiskes aflæsninger af kommerci-  
elt producerede fjernsynstekster sker der altså pludselig det, at  
varerne hopper ud af deres ideologiske hylster og skind og åbner  
for nye dimensioner, som både er i teksterne og ligger som mulige  
og konstaterbare læsninger. Den ideologiske og kulturelle hegemoni  
består, men den transporteres ikke uden videre over i hovedet på  
modtageren, og alt i alt, fortæller dette, at den kritiske medie-  
analyse bør skærpe sin fornemmelse for skjulte og åbenlyse modsæt-  
ninger i tekster og de mange åbenbare og skjulte muligheder det  
giver for afkodnings-mangfoldighed.

### 3. Semiotik og reception - den indskrevne læser

At ville knytte semiotik og reception sammen, indenfor en kritisk  
teoris rammer, forekommer måske paradoksalt, hvis man betragter  
semiotikken i forhold til dens ophav, den strukturelle lingvistik  
og dens formalistiske optagethed af strukturen og systemet. Men i  
semiotikken ligger jo indbygget en omfattende kommunikationsmodel,  
og specielt Umberto Eco har allerede i 70'erne arbejdet relativt  
indgående med receptionsproblematikken. Centralt står her forestil-  
lingen om den indskrevne læser, eller model-læseren, der vel flot  
sagt er en slags semiotisk, tekstorienteret udgave af Birmingham-  
skolens forestilling om hegemoni, dominans-kode og foretrukken be-  
tydning. Som Robert C. Allen peger på i sin introduktion til den  
modtager-orienterede kritik, så beror forestillingen eller begre-  
bet på antagelsen af, at

"enhver historie konstrueres på basis af en række antagelser, som fortæl-  
leren forudsætter om sit publikum ... den indskrevne læser er en slags pro-  
jektion ind i teksten af de forudsætninger og kvaliteter, som den modtager  
har, som afsenderen forestillede sig". 10)

For Umberto Eco er en tekst i princippet blot "en overflade ... der skal aktualiseres af modtageren", en ukomplet og kompleks størrelse, gennemvævet af tomme pladser, der skal udfyldes, og kulturelle diskursive, genremæssige sproglige osv. kompetencer, der må forudsættes. Jo mere vi bevæger os mod tekster med æstetiske funktioner og fiktiv status, jo mere aktivt tolkningsinitiativ er i realiteten overladt til modtageren<sup>11)</sup>. Men pointen er altså, at teksten forsøger at forudse sin læser, at kontrollere betingelserne for afkodningen. Føres denne tanke ad absurdum, så kunne man sige, at den ideale modtager i realiteten kun kan være den samme som afsenderen. Men i den empiriske virkelighed er det klart, at den reale modtager og den ideale aldrig er den samme, her gælder der mange pragmatiske restriktioner for kommunikation, og det er temmelig indlysende at "afsenderens kompetence ikke nødvendigvis er den samme som modtagerens". Forholdet mellem afsenderen/forfatteren og modtageren/model-læseren er således hos Eco beskrevet som et møde mellem to tekst-strategier, som en form for tekst-samarbejde, der "virkeliggøres imellem to diskursive strategier, ikke mellem to individuelle subjekter".<sup>12)</sup> Hos Eco har vi således i betydelig grad fjernet os fra reception som et empirisk fænomen og i stedet nærmet os en analyse af de faktorer i tekstsamarbejdet, som på den ene side handler om, hvad teksten forudsætter for receptions-kompetencer, og på den anden side, hvad det er i teksten, der arbejder på at opbygge og aktivisere disse kompetencer.

Det er ikke tanken her at gå detaljeret ind på Ecos meget omfattende og ambitiøse forsøg på at beskrive dette tekstsamarbejde. Han fremsætter det mest sammenhængende i indledningen til The Role of the Reader, fra 1979, hvor han beskriver hvordan modtageren på basis af tekstens udtryk må foretage i hvert fald to fundamentale former for aflæsninger for at nå frem til et realiseret indhold. For det første en indholdslogisk aflæsning, hvor man må identificere tekstens koder og underkoder på basis af sine egne koder og herigennem putte indhold på tekstens diskursive strukturer, dens narrative strukturer, dens aktantstrukturer og dens ideologiske strukturer. For det andet en omfangslogisk aflæsning der fundamentalt set har at gøre med udsigelsesomstændighederne ved teksten, men dermed også med de overvejelser som modtageren må gøre sig om hvad

det er teksten vil, hvad den taler om og hvordan den verden teksten beskriver forholder sig til vores dagligdagsverden eller i det mindste til en verden vi kender og kan forstå den i forhold til.<sup>13)</sup> Man kunne altså, uden at bruge Eco's begrebslige sprog, tale om at hans semiotiske receptionsmodel forudsætter en omfattende afkodningsaktivitet, der dels består i en æstetisk indfangning i teksten, en leven sig ind i dens strukturer, en slags identifikation, som er forudsætningen for at den kan få mening og indhold som tekst, dels består i en række bevægelser frem og tilbage mellem teksten, der forudsætter større distance, men som sætter æstetikken og tekstens indhold i forhold til vores egen verden og erfaring.

Eco's tekst-semiotiske receptions-modeller giver et relativt præcist indblik i de mange selektions- og forudsætningskræfter, der er tilstede i en ind- og afkodnings-situation. Styrken i Eco's teori i forhold til den kultursociologiske tradition (som han ganske vist har influeret betydeligt) er, at han i så høj grad forsøger at fokusere på, hvordan disse mekanismer forbinder sig med tekstlige strukturer og æstetik. Netop kombinationen af de forudsætningskræfter, der fra afsenderen indbygges i teksten, og de kompetencer, der trækkes på hos modtageren, når teksten skal blive til modtaget indhold, og det tekstlige perspektiv lukker op for en udvidet forståelse for de mange muligheder for "afvigende" kodninger, som enhver receptionsanalyse let indfanger. Når Eco taler om afvigende kodninger, er det naturligvis et udtryk for, at teksten hos ham spiller en central rolle, og at hans forestilling om modellæseren, eller den ideale læser, hviler på den forudsætning, at man har "pligt til at genfinde afsenderens kode med den størst mulige tilnærmelse".<sup>14)</sup>

Eco beskriver i sine semiotiske receptionsovervejelser i høj grad fiktive tekster, og selvom han her som intellektuel fortolker indfører pligten, så er han mindst lige så opmærksom på den æstetiske nydelse og på lysten. Han sondrer mellem det han kalder den mere "frie brug af en tekst, der tages som stimulus for fantasien", eller med Roland Barthes ord "nydelses-teksten"<sup>15)</sup> og så tolkningen. Han peger med andre ord på, at vi i megen af den brug vi gør af

fiktioner slet ikke opfører os som de forudsete modeller, men opbygger vores egen lille nydelsestekst og receptionssammenhæng. Men netop denne modsætning mellem fri brug og tolkning handler også i høj grad om arten af den bevidsthed med hvilken vi forholder os til tekster. Ved den frie og umiddelbare brug, som er den den empiriske forsker spørger til, når han arbejder med folks oplevelse og umiddelbare aflæsning, forbliver en lang række faktorer ubevidste - faktorer som oftest først en mere omfattende tolkning af teksten viser. Hvad tolkningen viser er imidlertid ikke bare noget om teksten, men også noget om de lag i receptionen, som tit forbliver usynlige for det umiddelbart oplevende subjekt selv. Man kan altså sige at Eco sætter fingeren på det ømme punkt i den empiriske receptionsforskning: det manglende forhold mellem tolkning og receptionsanalyse, det manglende begreb om de ubevidste og æstetiske sider af den brugsoplevelse, man så overfladisk spørger til. Det er ikke alt, man kan spørge om og få svar på i empirien - selv med nok så kvalitative metoder.

Ecos receptions-semiologi rummer i forlængelse af disse overvejelser over brugs- og tolkningsformer også æstetiske overvejelser over to hovedtyper af tekster. Han taler dels om åbne tekster, som både i deres udgangspunkt og i de eksempler Eco giver i høj grad er udformet ud fra kvalitets-litteraturen og den eksperimenterende, avantgardistiske æstetik, men som ikke udelukker det massekulturelle kredsløbs tekster, og dels taler han om lukkede tekster, som både i udgangspunkt og eksempler er formet ud fra populær-æstetikken, men som igen ikke nødvendigvis er isoleret til massekulturen. Selvom de to typer altså er typiske for henholdsvis elite- og massekulturen, så er grænserne mellem disse to kredsløb netop i dag, bl.a. i kraft af TV og de visuelle medier, i høj grad under nedbrydning, blandingen af kommerzialisme og avantgardistisk æstetik er f.eks. et centralt fænomen i musikvideoerne.

Om de åbne teksters æstetik siger Eco, at de indbygger en dialektik mellem styring og frihed i deres form, at de lægger op til en bevidst åbenhed overfor flere mulige tolkninger, men at den stimulering af fantasien og den åbne fortolkningsproces, de bygger op til, kun kan foregå gennem en udstrakt grad af fordybende, fortolk-

ende tekstsamarbejde. De komplekse strukturer der indlægges, de sproglige finesser, intertekstuelle og kulturelle referencer, og de mange nøgler og symboler gør i værste fald teksten ulæselig for den ikke forudsatte læser: tekstens æstetik selekterer altså receptions måden og læsertypen - den er krævende og enten meget givende eller meget ekskluderende.

Om den lukkede tekst siger Eco, at den ofte er lavet med sociologisk snilde og brillians, og at den med ofte stor præcision og målrettethed forholder sig til en modellæser, der i højere grad er en bred, statistisk middelværdi. Man kan sige, at Eco her taler om populærfiktionens gennemsnitsprodukter, om en æstetik der vægter den enkle og gennemskuelige vej til betydningen, og som bygger på fastlagte skemaer, som den forudsete brede fællesnævner må formodes at kunne forstå umiddelbart. Man kunne naturligvis hævde om disse lukkede tekster, at deres æstetik dermed på forhånd udpeger en bestemt reception af banaliseret, stereotyp karakter. Men Eco indfører et receptionsetestetisk paradoks ved at pege på, at den lukkede æstetik i receptionsmæssig forstand er utrolig åben. Idet de lukkede tekster i betydningsmæssig forstand er så gennemsigtige, at de ikke forudsætter noget større tolkningsmæssigt arbejde, så er de netop åbne for at man bryder ud af det tekstsamarbejde som den åbne tekst forudsætter. Man kan sige, at tekstsamarbejdet forløber så ubevidst og glat, at man ikke behøver at blive brugt af teksten, men i stedet kan bruge den, mere frit og nydende - og altså forudsætningsløst.

Eco formulerer dette metaforisk ved at kalde de "lukkede tekster mere slidstærke end åbne":

"Da de er tænkt for en meget bestemt modellæser i den hensigt regressivt at styre hans medvirken, lader de et ret elastisk spillerum stå åben" 16)

Populærteksten, den lukkede tekst, lægger da op til en, med Pierre Bourdieus udtryk <sup>17)</sup>, nydende, barbarisk smag, hvor man bruger teksten på sin egen måde, lægger vægt på den umiddelbare brugsværdi, på det umiddelbare fantasi- og realitetsspil, mens den åbne tekst i højere grad lægger op til fortolkning og fordybelse, og dermed taler til andre nydelsesformer og afkodningskompetencer, der forudsætter større distance.

#### 4. Den bevidste og den ubevidste reception

Allerede i Frankfurterskolens tidligste arbejder om massekulturen spiller psykoanalysen og forholdet mellem den bevidste, dvs. den ideologiske og realitetsorienterede reception, og den ubevidste reception, dvs. den drifts- og lystorienterede, en central rolle. Adorno og Frankfurterskolen er ikke bare, som det ofte hævdes, ensidigt negative i deres holdning til massekulturen og ser ikke bare på forholdet mellem massekulturen og dens publikum som et magt-offer forhold. Især i 1960'ernes artikler kommer der nye erkendelser omkring den aktive fantasi og produktbearbejdelse hos publikum med. Ganske vist viser brugen af begrebet "kulturindustri", at Frankfurterne opfatter den kommercielle massekulturs produkter som en art samlebandsarbejde, der samtidig er en styring eller en "bevidst integration fra oven af aftagerne"<sup>18)</sup>. De peger altså på, at en stærk kommerciel, industriel skabelsesproces betyder en underminering af den autonomi, som dog i et vist omfang gælder for anden kunst og kultur, fordi profitmotivet, salgbarheden bliver en styrende faktor for producent-bevidstheden.

Men trods dette kritiske og principielle angreb på den kommercielle og reklamestyrede massekultur, så er Adorno tidligt bevidst om at kulturindustriens såkaldte "anti-oplysningseffekt" ikke uden videre omsættes til en konform modtagerbevidsthed. I en artikel fra 1963 peger han på, at man endnu ikke "ved eksakt forskning uigen- driveligt (har) bevist de enkelte kulturindustrielle produkters regressiv virkninger"<sup>19)</sup> Den bevidste overtagelse af eksplicite- ret ideologi fra kulturindustriens produkter er altså næppe direkte konstaterbar. Men det modbeviser ikke det man kunne kalde den langvarige dråbe-effekt, som netop tildels foregår på et ubevidst plan. Man kan ganske vist hos modtagerne - hvad også den nyere receptionsforskning påviser - konstatere at de er i stand til i vidt omfang at sætte skel mellem kunst og empirisk virkelighed. Men skal man søge en dybereliggende sandhed om forholdet mellem kulturindustriens ideologiske og imaginære univers og modtagernes virkelighed og brug af fiktionen, så må man ikke mindst gå til det ubevidste, således som det er en langvarig tradition indenfor den kritiske teori. Der hvor modtagerens skepsis og bevidste væg-

ring imod mediernes ideologi og virkelighedsbillede slutter, der begynder måske i selv samme bevægelse fascinationen af den fiktion, som mediernes produkter også altid er, og dermed en binding til de skemaer, mønstre og æstetiske konstruktionsformer, som i reglen er meget lidt bevidste.

Adorno slår da også fast i sin fjernsynsanalyse, at den kommercielle, visuelle stil må formodes at have den største ubevidste effekt jo mere den seerposition, der lægges op til, dels er gennemsigtig, dels skematiseret, og dels skåret til efter strukturer der bygger på ganske gennemsnitlige følelses-registre. Seerbevidstheden har i reglen relativt nemt ved at gardere sig mod direkte at overføre ideologier og forestillinger fra fiktionen til sin egen dagligdag. Men gennem skemaerne, klicheerne og de stereotype mønstre etableres der alligevel bestemte ubevidste receptions-strukturer. Det er næsten som med reklamen: vi ved godt hvad det er de er ude på at gøre ved os, og vi forholder os da også med en vis skepsis og ironisk distance til dem, men netop det formår de ofte at udnytte, og bag spillet virker de ved at danne billeder og ubevidste skemaer i vores underbevidsthed - scenarier der indgår i vores kulturelle arkiv, vores drømmemateriale, og vores afkodnings-register.

Set fra den bevidste receptions side kan Adorno altså tale om anti-oplysning, i den forstand at selvom der nok ikke direkte og naivt overføres ideologier og moraler, så medvirker den kommercielle kulturindustri i hvert fald heller ikke direkte og bevidst til oplysningens og demokratiseringens fremme. Den baner blot vejen og forlænger kun de tendenser og kulturelle skift, som institueres af de hegemoniserende kræfter. Set fra den ubevidste receptions side kunne man tilsvarende formulere begrebet anti-terapi, eller som Adorno selv kalder det: "omvendt psykoanalyse"<sup>20)</sup>. Massekulturen frisætter til en vis grænse de lystimpulser og fantasier, som hæmmes eller fortrænges i dagligdagen. Men til den dynamik som frisættes på overfladen, og som ganske vist også rammer ned i seerens dybere lag, svarer et lige så statisk, skjult budskab: det ligger i den måde tingene æstetisk organiseres på, i den

form der skaber fryden ved det nye og foranderlige, som dog altid ender med at være det samme.

Adorno og Frankfurterne begyndte måske som kulturelle pessimister, men i så fald endte de i en kritisk og realistisk position, der vidste besked med den receptions-mæssige dobbelthed, som 80'ernes empiriske receptions-forskning nu er ved at genopdage på interview-bevidsthedens relativt overfladiske niveau. I 1969 kunne Adorno i hvert fald pege på, at den ideologikritiske beskæftigelse med kulturindustrien, der måske troede at den "virkelig og absolut kontrollerer bevidstheden og ubevidstheden", snarere må drejes til en klar konstatering af at ligningen kulturindustri = konsument-bevidsthed ikke uden videre går op. Seeren bevarer en myndighed og integritet der allerede i 1969, hvor man var begyndt at tale om mediernes omklamring af fritiden, forbavsede Adorno, og som måske vil være endnu mere forbavsende i dag, hvor den globale billedindfletning er vidt fremskreden<sup>21)</sup>.

Flugten fra virkeligheden ind i fantasien betrages ofte som noget negativt, men i sin receptionsanalyse af Dallas peger Ien Ang med stor ret på, at selv "Dallas-slaverne" er klar over forskellen mellem fiktion og virkelighed, og at det netop er denne fundamentale distance-bevidsthed, som skaber grobunden for en mere frigjort og legende involvering i fiktionen:

"Flugten" ind i en fiktiv fantasi-verden er ikke så meget en fornægtelse af virkeligheden som en leg med den. Et spil der sætter en i stand til at sætte grænserne for det fiktive og det virkelige til diskussion, at gøre dem flydende. Og i det spil opleves en imaginær deltagelse i en fiktiv verden som lystbetonet" 22)

Ien Angs påpegning af en brugsværdi også ved de kommercielle lavstatus produkter er af betydning og rummer en korrektion af en alt for normativ avantgarde- eller realisme-æstetik, som den der lå bag megen ideologikritik. Men samtidig ender en sådan receptionsæstetik meget nemt i en indholds- og retningsløs kvalitetsvurdering, der ikke er til at skelne fra det kommercielle succes- og gennemslags-begreb og fra markedslovens æstetik.

Det psykoanalytiske perspektiv, der ligger indbygget i Frankfurterskolens kritiske teori, og som siden er videreført bl.a. af

Dieter Prokop og Günther Salje og i den Lacan-Freud-inspirerede film og TV-forskning hos f.eks. Christian Metz, John Ellis og Ann Kaplann<sup>23)</sup>, fastholder en bred sammenhæng mellem teksternes institutionelle baggrund, deres æstetiske formning og kvaliteten, arten og dybden i receptionen, en reception som både omfatter de bevidste og ubevidste mekanismer. Både hos Salje og Prokop søges der således frem mod en kombineret socialisations- og receptions-teori, især knyttet til de visuelle medier. Inspireret af Adornos tese om den omvendte psykoanalyse har Salje karakteriseret forholdet mellem de visuelle medier og modtagerne som en "pseudodialog", der har den psykoanalytiske terapi-situation som spejlbillede. De visuelle produkters æstetik åbner for en aktualisering af det ubevidste og fortrængte, fordi det visuelle sprog har mindelser om primærprocessens og drømmens billedsprog. Der kommer altså en dialog igang mellem de ydre og de indre billeder, og ligesom i terapi-situationen muliggøres en overførsel fra modtageren, en blanding af identifikation og projektion.

Tilsvarende har både Metz, Ellis og Kaplan arbejdet indgående med Freuds opfattelse af synsdriften som en erotisk partialdrift, som bestemmer netop den utrolige fascination der knytter sig til den visuelle massekultur. De fundamentale voyeristiske effekter, der ligger i den visuelle massekultur, knyttes så igen til aktualiseringen af ubevidste scener og stadier, og det fører hos Metz og Kaplan til en tese om at de visuelle medier tillader en generobring af det imaginære, sprogløse univers, som knytter sig til individet før det via sproget træder ind i den symbolske orden. Hos Lacan kaldes denne fase for spejl-stadiet, og i film og TV-skærmen genopdager subjektet den fase i udviklingen, hvor det spejlede sig i de andre, i Den Anden - TV-skærmen og filmræddet bliver et andet spejl, der aktualiserer det ubevidste og førsproglige.

Men den æstetiske udformning af "spejl-billederne", igennem hvilke subjektet træder i dialog med det ubevidste og igen dermed søger at forbinde sin livshistorie og sin nutidige erfaringsverden, er samtidig af stor betydning for, hvor bevidst og dybtgående denne proces kan forløbe. Dette aspekt er især analyseret igennem hos Dieter Prokop, som dels ved teori og analyse af konkrete pro-

dukter, men også ved en større kvalitativ, empirisk interview-analyse<sup>24)</sup> har forsøgt at opbygge en psykoanalytisk receptionsmodel. I sin receptions-æstetik sonderer Prokop mellem kliche-dannelsen, som han ser som karakteristisk for de ældre lag i massekulturen, og symboldannelsen, som han mener er karakteristisk for de åbne teksters æstetik i Ecos forstand, og så signal-dannelsen, som han mener er den karakteristiske æstetik for de nyere massekulturelle gennemsnitsprodukter, for de kommercielle, lukkede tekster.

De nyere medieprodukter produceres med stigende dygtighed over modale fantasiværdier, der ganske præcist spejler og taler til reelle, gennemsnitlige stemninger, holdninger, problemer osv., men samtidig struktureres disse gennem en skematisk signal-æstetik, der taler både til de bevidste og ubevidste lag, og som sætter ambivalente følelser igang. Der sker dog kun en berøring og overfladebearbejdning: den omfattende følelses- og erkendelsesmæssige bearbejdelse hæmmes, så det smertefulde og det tabuiserede ikke kommer til at overskygge det lyst- og spændingsfyldte.

##### 5. Æstetik, reception og empiri

At kulturindustriens kommercielle gennemsnitsprodukter har en stor kvantitativ gennemslagskraft beviser ikke nødvendigvis noget om deres kvalitative gennemslagskraft. At der foregår en vis kvalitativ dialog mellem disse produkter og modtagerne, som i et eller andet omfang både berører det psykologiske og det sociale, det har man længe vidst, og det har den nyeste receptionsforskning gjort til en kendsgerning hævet over al tvivl. Men allerede i 1963 advarede Adorno sin tids empiriske medieforskere mod at glemme den kritiske dialog om æstetisk kvalitet, sandhedsværdi og brugsværdi i dybere betydning og mod at gøre empirien til sandheds- og kvalitets-vidne. Han advarede mod en tendens til at "ubekvemme spørgsmål om kvalitet, om sandhed og usandhed, om det videregivnes æstetiske rang"<sup>25)</sup> blev undertrykt bl.a. p.g.a. kulturindustriens sociale rolle.

I dag har Adornos advarsel fået fornyet aktualitet, fordi den kritiske indholdsanalyse, den kvalitative undersøgelse af æstetik og tematik, bliver anfægtet især i den amerikansk inspirerede, empiriske receptionsforskning<sup>26)</sup>. Samtidig manifesterer en postmodernistisk medieforskning sig, en strømning, der i høj grad opererer med betydnings- og reference-sammenhængens sammenbrud, og i konsekvens heraf fremhæver en æstetik, der fremtræder som en indholds- og retningsløs leg med former, udtryk og overflader. 80'ernes receptionsforskning er ikke nødvendigvis post-moderne, men det er et påfaldende sammentræf at Kim Schrøder i sit "Dollars-projekt" forkynder, at "forskellen mellem forkerte og korrekte læsninger er ret meningsløse", at "kun faktiske læsninger tæller", og at "ingen forfatter eller tekst kan kontrollere sin modtager, eftersom der vil være ligeså mange signifiéer og diskursive systemer, som der er modtagere"<sup>27)</sup> - samtidig med at postmodernismen formulerer tæsen om det uendelige tegn- og formspil og den imaginære leg med de indholds- og reference-løse tegn.

I den ideologiske sammenfatning i den ideologikritiske klassiker Søndags BT. Rapport om en succes. (1971), konkluderer forfatterne om SBT's univers, at det nok er loyalt mod folks problemer, dvs. er bevidst om og respekterer dem, men at de samtidig forskydes og druknes i skildringen af en klichéfylt og halvmøndæn overklasseverden. Ideologikritikken benægtede ikke, at massekulturen taler til behov og problemer, at den har en fascinations- og brugsværdi, men den fastholdt samtidig, at der foregår en forskydning og fortrængning. Ganske vist bruger modtagerne teksterne på deres delvis egen måde, men enhver positiv forarbejdning af massekulturens mainstream-produkter foregår så at sige imod tekstens indbyggede regressive perspektiv, dens forvanskning og kliche-forarbejdning.

Funderer man ikke sin receptionsanalyse i en bredere, kritisk teori og i forhold til en kritisk indholdsanalyse, ja så er det naturligvis ikke muligt at stille den slags æstetiske og ideologiske kvalitets- og relevansspørgsmål. Som man råber i skoven får man svar, og f.eks. i Tamar Liebes og Elihu Katz' empiriske analyse af holdninger til teksten og måder at tale om den på, registreres det som et sort hul, at modtagerne snakker meget lidt om den måde

serien er lavet på. Liebes og Katz røber selv indirekte at tekstens usynlighed i empirien kunne skyldes dens særlige æstetik, dens bedrageriske gennemsigtighed. Indirekte røber de dermed også den empiriske receptionsanalyses akilles-hæl omkring det æstetiske og ubevidste: empirien taler ikke højt om forholdet mellem teksters kvalitet og karakter og dermed heller ikke om forholdet mellem receptionens kvalitet for den enkelte sammenholdt med tekstens indholdsmæssige og æstetiske kvalitet.<sup>28)</sup> Den empiriske analyse ender nemt i total værdirelativisme, i en anti-intellektuel fangethed i empirien: værdi-relativisme er det modsatte af kritisk konstatering af kultursociologiske forskellige i normer og smag.

Ligeså problematisk som det æstetiskes bortfald i den kvalitative empiri er, ligeså problematisk er den postmoderne medieanalyses ophøjelse af det æstetiske spil til det altafgørende. I Karen Klitgaard Povlsens bog, Blikfang. Om kvindeæstetik og dameblade (1987) kan man iagttage, hvordan pointerne fra den 16 år tidligere analyse af Søndags BT næsten er vendt til det diametralt modsatte. De alternative dameblade kritiseres for deres "realistiske æstetik", som søger frem mod sandheden og i stedet roses de aktuelle dameblade, f.eks. Femina og Alt for damerne for at være på højde med de avantgardistiske æstetik-former og på højde med den moderne kvindeproblematik:

"Her findes ingen sandhed, men kun dobbeltheder .... Tvetydigheden afsluttes aldrig, den fordobler sig... det er ikke den moderne kvindeligheds dobbelte position mellem det offentlige og det private, som står på dagsordenen som indholdsproblem, men derimod dobbeltheden som formproblem ... det er en lystfyldt forskydning af problemet fra indhold til form ... massekulturen har forkastet den realistiske fortælleform..(og).. iscenesætter sig selv en hyperrealitet, et simulacrum, en fiktion" 29)

Den nyere danske medieforskning synes via bl.a. receptionsforskningen, at være på vej væk fra visse tendenser til aristokratisk radikalisme overfor massekulturen, som herskede i dele af den tidlige kritiske teori, men til gengæld lurer faren for en populistisk radikalisme som en ren reproduktion af markedsmekanismens æstetik og meget specielle form for kulturel demokratisering<sup>30)</sup>. Kombineret med de nyeste tendenser til postmoderne medieteori, så kan det bl.a. føre til at man forveksler god gammeldags vare-æste-

tik og kommerciel livstils-flow med avantgardisme og æstetisk kvalitet.

Stillet overfor disse mange ekstremer står den kritiske teori holisme og den demokratiske radikalisme. Æstetikens, kulturens og ideologiens område er fundamentalt set et kampområde, et spørgsmål om at gribe ind i oplysningsprocesser, og uddannelsesprocesser omkring kritisk medieforståelse om at udvikle begreber og argumenter for kvalifikation, der kan påvirke både afsender og modtager-siden, og dermed fremkalde alternativer og valg. I sidste instans er perspektivet stadig, som Brecht og Benjamin formulerede det i 30'erne<sup>31)</sup>, at gøre modtagerne til kvalificerede producenter i videste forstand. Det kan godt være man fødes ind i en kultur og smag, men man kan ændre sig og vokse, hvis den demokratiske mekanisme giver reelle alternativer. Det er ikke censur eller formynderi, der skal sikre dette, men kritik, oplysning, dialog og stædige forsøg på at fastholde kvalitative alternativer til den kommercielle mainstream.

#### NOTER

1. Robert C. Allen: "Reader-Oriented Criticism and Television". (I Robert C. Allen (ed): Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism. (Methuen, 1987, s. 76-77, egen oversættelse).
2. Nicholas Garnham: "Kulturnationalisme og internationalisme" (i Mediekultur, nr. 5, marts 1987, s. 36)
3. Peter Larsens artikel står i Bidrag, nr. 9/10, 1979, og det citerede står s. 58-59.
4. Kim Schrøders artikel hedder "De hellige køers krise", og Klaus Bruhn Jensens "Receptionsanalyse og sprogvidenskab". Der citeres fra Else Fabricius Jensen & Ralf Pittelkow: Det ukendte publikum, C. A. Reitzel, 1986, s. 58.
5. John Fiske: "British Cultural Studies and Television" (i den i note 1 nævnte bog, s. 286, egen oversættelse) (Min understregning)
6. samme artikel, s. 260, egen oversættelse.
7. Stuart Hall: "Encoding/decoding" (i Stuart Hall, m.fl. (ed): Culture, Media, Language, Working, Papers in Cultural Studie, 1972-79. (Hutchinson, 1980),
8. Selvkritikken er fremført i David Morleys artikel: "The Nationwide Audience - A Critical Postscript" (i Screen Education, nr. 39, 1981).
9. fra den i note 5 nævnte artikel af John Fiske, s. 284, egen oversættelse.
10. fra den i note 1 nævnte artikel af Robert C. Allen, s. 88, egen oversættelse.

11. Umberto Eco: "læserens rolle" (i Michel Olsen (red): Værk og læser., Borgen, 1979, s. 178ff.
12. samme artikel, s. 194.
13. I bogen The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of texts., trykt første gang i amerikansk udg. i 1979, men her refereret efter den engelske udg. (Hutchinson, London, 1981), har Eco samlet en række essays fra 1959-1971. Det indledende afsnit, s. 3-43, "The Role of the Reader" er dog skrevet i 1979 og den model, der refereres til, findes s. 4. Modellen er dog også refereret i Michel Olsens forord til den i note 11 nævnte antologi. Den heri optrykte artikel af Eco er ikke identisk m. introduktionskapitlet til den engelske bog af Eco, men stammer fra den italienske bog Lector in Fabula, fra 1979. De to artikler har dog mange sammenfaldende synspunkter.
14. fra den i note 11 nævnte artikel af Eco, s. 195.
15. samme, s. 189.
16. samme, s. 190.
17. Bourdieus begreber "pure taste" og "barbaric taste" diskuteres og præsenteres af Michael Skovmand i artiklen "Pure Taste and Barbaric Taste. Bourdieu and the Politics of Reading". (i Bruhn Jensen & Schrøder (ed): Reading Mass Media, The Dolphin, nr. 12, 1985). Der er desuden for nyligt kommet et svensk udvalg af Bourdieus tekster under titlen Kultursociologiske tekster, (Salamander, Stockh. 1986).
18. Th. W. Adorno: "Om kulturindustrien" (i Adorno: Kritiske modeller, Rhodos, 1972, s. 30).
19. samme, s. 38.
20. Adorno: "Fjernsyn som ideologi", (i den i note 18 nævnte bog, s. 50).
21. Jvf. Adorno: "Fritid", (i den i note 18 nævnte bog, s. 88).
22. Ien Ang: Watching Dallas. (Methuen, 1985, s. 49, egen oversættelse)
23. Her refereres først og fremmest til følgende værker: Günther Salje: Film, Fernsehen, Psychoanalyse. (Campus, 1980), Dieter Prokop: Faszination und Langeweile. (dtv, 1979), Christian Metz: Psychoanalysis and Cinema. (Macmillan, 1982), John Ellis: Visible Fictions. (RKP, 1982) og Ann Kaplan: Rocking Around the Clock. MTV, Postmodernism & Consumer Culture. (Methuen, 87)
24. Dieter Prokop: Medien-Wirkungen. (Suhrkamp, 1981).
25. jvf. den i note 18 nævnte artikel, s. 34.
26. Det er værd at notere sig, at påvirkningen fra den amerikanske "uses and gratification" tradition ikke er identisk med den kvalitativt-empiriske receptionsforskning i Danmark. Kombinationen af kvalitativ receptionsanalyse med kvalitativ tekstanalyse er f.eks. fremtrædt hos Anne Hjort og Ralf Pittelkow, jvf. artiklerne i Pittelkow (red): Analyser af TV. (Medusa, 1985), ligesom også Klaus Bruhn Jensen arbejder i denne retning, jvf. Making Sense of the News., (Århus, 1986). Polemikken gælder således kun en tendens, ikke hele feltet.
27. Der citeres i oversættelse fra en endnu upubliceret engelsk artikel af Kim Schrøder: "The Pleasure of "Dynasty"".
28. Elihu Katz & Tamar Liebes: "Patterns of Involvement in Television Fiction". (I European Journal of Communication, nr. 2, 1986). I en artikel, der publiceres i et kommende nummer af Kultur & Klasse, med titlen "Den elektroni-

ske fiktion. Æstetik, fascination og ideologi i TV-serierne "Dallas" og "Heimat", har jeg polemiseret mod denne retning inden for receptionsforskningen, som også delvis dækker den i note 27 nævnte artikel af Kim Schrøder. Artiklen søger at opstille en anden og mere kritisk receptionsæstetik.

29. Karen Klitgaard Povlsen: Blikfang, (AUC's forlag, 1987, s. 387-88).
30. De to begreber er uddybet i mit kronik Aristokratisk radikalisme - populistisk radikalisme. Dansk medieforskning i vadestedet. (Information, 22-1, 1987)
31. Se f.eks. Benjamin: Kulturindustri. Udvalgte skrifter. (Rhodos, 1973) og Brechts radio-teori i Gesammelte Werke 18. (Suhrkamp, 1967). Linjen er ført videre af H. M. Enzensberger i f.eks. Einzelheiten I. Bewusstseins-Industrie. (Suhrkamp, 1962), eller i artiklen "Byggesæt til en medieteor", fra Vindrosen, nr. 3, 1971. Man kan se denne linje som et kritisk modspil til de mere elitære tendenser i dele af den kritiske teori.

Ib Bondebjerg er lektor ved Center for massekommunikation, Københavns Universitet.