

# RETORIKK OG RESEPSJON

## ET MEDIEVITENSKAPELIG PERSPEKTIV

Massekommunikasjon er et opplagt felt for retorisk forskning. Men denne forskningen er bare såvidt begynt. Særlig underbelyst er auditor-instansen og resepsjonsprosessen i et retorisk perspektiv. Den foreliggende artikkel gjennomgår tradisjonelle kommunikasjonsmodeller innenfor medievitenskapen i forhold til det retoriske kommunikasjonsbegrepets både målrettede og dialogiske karakter. Artikkelen plederer for en retorisk vending av resepsjonsforskningen innenfor medievitenskapen og prøver å bidra til at retorisk forskning også på andre felter utvikler større interesse for auditor og resepsjonsprosessen.

Av Barbara Gentikow

“Retorikken er en empirisk og normativ videnskap om produktion og reception af ytringer, betragtet i deres helhed... At den både ser på produktion og reception, indebærer at den må se på hvordan ytringer fungerer.”<sup>1</sup> Den tradisjonelle retoriske forskningens fokus ligger på produksjonen: den talende og hans/hennes handling (teksten) står i sentrum. Det er på tide å rette interessen også mot *auditor* og resepsjonsprosessen.

Enhver tekst i en kommunikasjonssituasjon forutsetter og er rettet mot en leser og mot å bli lest. I Ongs vendinger: “To speak, you have to address another or others. People in their right minds do not stray through the woods just talking at random to nobody... In speaking as in writing, some recipient must be present, or there can be no text produced.”<sup>2</sup>

Retorikken er en tekstteori og -praksis som eksplisitt regner med en slik *auditor* (mottaker, leser, lytter, seer) og en leseprosess. Det er en tekstteori som meget bevisst og konsekvent impliserer leseren som en instans i teksten. Den reflekterer ikke bare emnet, men i høy grad også talerens, lytterens og situasjonens rolle, formidlingsprosessen og måten å behandle mottakeren på. Den retoriske talehandlingen bygger på viten om mottakerens meninger og mulige reaksjoner, den er i høy grad (selv)refleksiv, den tar høyde for kommunikasjonsprosessens dynamikk. Å tale (i et retorisk perspektiv) består i å gjøre mottakeren mottakelig gjennom alle trinn av talehandlingen, og selv å være mottakelig for lytterens (mulige) reaksjoner.

Mottakeren og leseprosessen er altså en integrert del av den klassiske retoriske modellen. Meget lenge før oppdagelsen av den “implisitte leser” (Iser, Jauss, Eco) har retorikken operert med leseren som en instans i teksten, og meget lenge før survey-under-

☛ Barbara Gentikow (født 1944) er førsteamanuensis ved Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen. Forskning med tyngdepunkt i medieresepsjon, både teoretisk og empirisk. Forfatter av blant annet *En skitten strøm* (1974) (om resepsjon av ‘umoralisk’ litteratur i Norge) og *Aneignungen. Ausländische Fernsehen und nationale Kultur* (1993). Arbeider for tiden med et prosjekt om naturprogrammer på fjernsyn i et retorisk perspek-

1 Kock (1997), side 14.

2 Ong (1982/1991), side 176f.

søkelser og leser-sosiologier har retorikere som Aristoteles reflektert over ulike empiriske mottakeres ulike disposisjoner i resepsjonsprosessen.

Den retoriske talehandlingens implisitte *auditor* oppfyller to grunnleggende betingelser: den er en fri mann eller kvinne og den er forskjellig (både fra taleren og fra andre auditorer). "No need to persuade if the object of persuasion is a slave or a prisoner; in this case the person in question could be moved quicker and more efficiently from one place to another by direct physical action (a push, for example). And if people really are identical, sharing the same values and opinions and belonging to the same gender, race and social class, there would obviously be no room or need for persuasion at all"<sup>3</sup>.

At tale er, retorisk sett, først og fremst å argumentere for en sak. Argumentasjon er blitt betegnet som den retoriske læres viktigste element. Den er i høy grad rettet mot en mottaker, ja, er egentlig definert av å ha en mottaker idet argumentasjoner er komplekse språkhandlinger som skal hjelpe til å overbevise en annen person. Den typiske argumentasjonsformen er ikke logiske bevis, men sannsynliggjøringer. Det kreves særlige evner og metoder for å oppnå dette målet, og det er her den retoriske kommunikasjonsmodellens grunnleggende dialogiske karakter viser seg mest tydelig.

Da både den implisitte og empiriske *auditor* er forskjellig (fra taleren) innebærer "den typiske formidlingssituationen ... ofte en grad af modstand hos modtager som må overvindes"<sup>4</sup>. Retorikken har med dette en agonistisk karakter, "the orator speaks in the face of at least implied adversaries"<sup>5</sup>, det vil si denne talehandlingen er en kamp hvor den med de beste, det vil si de mest slående argumenter (bemerkt metaforikken) vinner.

Samtidig med at den retoriske talehandlingen er dialogisk er den også målrettet. Dette er både en motsetning og to sider av samme sak; jeg kaller det her for det retoriske kommunikasjonsbegreps to ansikter. Den

retoriske talehandlingen har et mål, et prosjekt: den vil sannsynliggjøre en påstand, den vil oppnå forståelse, den vil overbevise, den vil vinne tilhøreren for talerens posisjon. Med dette er retorikken også en lære om effektiv kommunikasjon. Det er dette aspektet som ble det mest (mis)brukte innenfor i hvert fall en del av kommunikasjons-teorien innenfor medievitenskapen. Men å redusere retorikken til effektiv kommunikasjon betyr å overse språkhandlingens samtidige dialogiske karakter.

Den retoriske teksten har en grunnleggende dialogisk karakter, selv om den også kan ta form av monologer (typisk for massekommunikasjonen): den handler om å forholde seg til minst to forskjellige posisjoner eller meninger i forhold til en sak. Taleren prøver å vinne tilhøreren for sin egen posisjon ved å avkrefte den andres (mulige) innvendinger og ved å finne de beste argumenter for sin egen oppfattelse.

Retorikken handler i sin helhet om relasjonen mellom taler, tekst og tilhører. Men der er noen "steder" i de klassiske tekstene som legger særlig vekt på *auditor*-instansen.

Aristoteles fastslår tre typer argumentasjon: *logos*-bevis (som hører til saken), *ethos*-bevis (som har med talerens troverdighet å gjøre), og *pathos*-bevis. Dette siste refererer til tilhøreren: det handler om den følelsesmessige tilstand taleren kan hensette tilhøreren i. I Ciceros versjon formuleres dette som *docere, delectare, movere* (belære, glede, røre), altså alt sammen som ulike tekstfunksjoner i forhold til eller som effekter på mottakeren. I de fleste nyere fremstillinger reduseres disse argumentasjonsformer til to: den logisk-rasjonelle argumentasjonen som sikter mot å overbevise auditor, og argumentative strategier som appellerer til tilhørernes emosjoner. Den etiske dimensjonen fremkaller i denne modellen en svakere bevegelse hos mottakeren, den virker behagelig. Den pathetiske derimot fremkaller sterke følelser; den opprører, medriver, får mottakeren til å gråte eller til å tro noe hun/han ville avvise i upåvirket tilstand.

*Pathos*-affekten fortolkes ofte som manipulasjon, forføring etc. og har vært med på å sette retorikken i miskreditt. Den brukes vitterlig også til å manipulere: enhver melodramatisk

3 Kittang (1996), side 125.

4 Foght Mikkelsen (1997), side 74.

5 Ong (1982/1991), side 111.

film, mange politiske taler og visse former for reklame viser dette i praksis. Men den affektive argumentasjonen er like så berettiget som *logos*-appellen, når saken og situasjonen krever det. Normalt brukes begge argumentasjonsformer i en og samme tale, om enn saken kan kreve at der legges mer vekt på den ene enn den andre. Retorikken tegner med dette et bilde av *auditor* som et helt menneske, som rasjonelt og emosjonelt vesen, og overskrider med dette også den rent rasjonelle talen og tenkningens begrensninger.<sup>6</sup> For Aristoteles var *logos*-argumentet tydelig det viktigste, mens en teoretiker og praktisk taler som Cicero ikke betraktet de affektive argumentasjonsformer som mindreverdig.

Særlig bok II i Aristoteles *Retorikk* inneholder en rekke ytterst relevante, men hittil lite brukte informasjoner for vår tids mediereseptionsforskning. Det er for det første hans lære om affektens rolle i kommunikasjonsprosessen (kap. 2-11), og for det andre det man kunne betegne som en disposisjonslære og et forsøk på å tegne profilen av ulike mottakersegmenter (kap. 12-17).

## Affektlæren

Kap. 2-11 i *Retorikkens* annen bok gjennomgår en rekke affekter og beskriver tilsvarende emosjonelle retoriske operasjoner. Det handler bl. a. om å fremkalle vrede eller frykt, om å berolige, om å vekke medlidenhet. Kapitlene inneholder ganske presise oppskrifter, for eksempel ved å fremheve at frykt og medlidenhet oppstår overfor nære ting og at det derfor er nyttig at taleren bringer oss tingene nær, med stemmen og mimikken, at han "visualiserer" det onde.<sup>7</sup> Overført til moderne medier bruker film og fjernsyn slike retoriske grep meget tydelig, for eksempel i form av nærbilder.

Men læren er langt mer enn oppskrifter; den inneholder både bredere og dypere perspektiver, med refleksjoner av psykologisk, filosofisk, politisk og moralsk art, byggende på innsikt i både menneskelige reaksjonsmønstre og samfunnets strukturer. Den kan også

leses som uttrykk for en ikke-streng atskillelse over det emosjonelle og det rasjonelle, i tråd med antikkens oppfattelse av erkjennelsens både kognitive og emotive dimensjoner. Den retoriske bruken av affekter kan på denne måten betraktes som et middel til å styrke den rasjonelle argumentasjonen. Slik fortolker i hvert fall jeg denne affektlæren, som er påfallende omfattende til å være skrevet av en mann som definerte *logos*-argumentasjonen som det viktigste.

## Disposisjonslære og læren om publikums karakter

Aristoteles går ut fra at den forfatning taleren og tilhøreren befinner seg i, påvirker det som skjer i kommunikasjonsprosessen. *Persuasio* består ikke bare i å finne slående argumenter, men også i at taleren og mottakeren settes i en slik forfatning at teksten virker etter hensikten.

Ulike emosjonelle disposisjoner på mottakerens side fører til ulike måter å oppleve og forstå talen på: den samme sak oppfattes ikke på samme måte av den som elsker og den som hater. Med denne erkjennelsen foregriper retorikken en oppfattelse av mottakeren og av resepsjonsprosessen som først har blitt allment anerkjent de siste ca. 20 år. Det er særlig Bourdieu som har satt (et sosialvitenskapelig) perspektiv på disposisjonens betydning for kulturkonsum og resepsjonsprosessen, i form av en teori om relasjonene mellom disposisjon, 'position-taking', posisjon og habitus.<sup>8</sup>

Talerens troverdighet styrkes når hans forfatning understreker det han sier, og teksten virker best når mottakeren er disponert for å motta den. En god taler er i stand til å styre mottakernes stemninger i de retninger som er mest velegnete for å gjøre henne eller ham mottakelig for argumentasjonen. Dette skjer ved å fremkalle bestemte emosjoner og skape bestemte rasjonelle innstillinger, på grunnlag av kunnskap om allmenmenneskelig adferd som om spesifikke grupperes adferd.

Talerens oppgave i Aristoteles' *Retorikk* er,

6 Ottmers (1996), side 11.

7 Aristoteles (1995), side 112.

8 Se blant annet Bourdieu (1983/1993). Det gjenstår å utføre mer presise analyser av forholdet mellom Aristoteles' og Bourdieus disposisjonsbegrep.

ifølge Gadamer, "die Rede, die effektiv voll Einleuchtendes vorzubringen hat, so zu beherrschen, dass die jeweils angemessenen Argumente an diejenigen herangebracht werden, deren Seele dafür spezifisch empfänglich ist"<sup>9</sup>. Taleren må, med andre ord, vite om og være fortrolig med mottakerens psyke. Hvis man vil, kan man lese kapitlene 12-17 i denne delen av *Retorikken* som et første utkast til en publikumssosiologi og resepsjonspsykologi.

Kapitlene handler om en drøfting av "wie beschaffen die Menschen in bezug auf ihren Charakter gemäss ihrer Leidenschaften, ihrer Lebensweisen (Verhalten), ihres Alters und der Glücksumstände sind"<sup>10</sup>. Anvendt på *auditor* og oversatt til moderne sosial- og kulturforskning kunne man si at denne delen av den antikke retorikken handler om mottakerens ulike forutsetninger med hensyn til karakter, temperament, livsstil, alder, sosial situasjon og "kulturell kapital". Mer konkret differensierer Aristoteles mellom tre alderstrinn: ungdommen (og typisk ungdommelige interesser og reaksjonsmønstre), eldre og gamle (med deres respektive karakter, vunnet av lang livserfaring), og menn i midten og på toppen av livet (kap. 12-14). Etter dette følger en slags sosial distinksjon, etter kategorier som medfødt adel, rikdom og makt; folk utvikler en annen karakter og reagerer forskjellig alt etter om de er i besittelse av slike (sosiale) egenskaper eller ei. Også mennesker velsignet med lykke oppfører seg annerledes enn ulykkelige personer. Alt i alt: mottakerens alder, sosiale situasjon, psykiske tilstand og karaktertrekk er vesentlige faktorer som enhver taler må ta hensyn til når han vil ha gjennomslag for sine argumenter.

Quintilian refererer positivt til Aristoteles' affektlære og psykososiale differensiering av publikum når han skriver: "Deshalb hat Aristoteles im zweiten Buch seiner 'Rhetorik' aufs genaueste ausgeführt, was zu jedem Ding und zu jedem Menschen gewöhnlich gehört sowie welchen Dingen und welchen Menschen die Natur selbst zueinander Zu- oder Abneigung verliehen hat, z. B. welche Folgen der Reichtum hat, der Ehrgeiz oder Aberglau-

be, was anständige Menschen loben, was schlechte Menschen suchen, was Soldaten, was Bauern gerne wollen..."<sup>11</sup>. Også Cicero tilslutter seg Aristoteles i dette henseende: "Wer wüsste denn nicht, dass die Wirkung des Redners sich vor allem darin zeigt, dass er das Herz der Menschen sowohl zum Zorn, Hass oder Schmerz antreiben wie auch von diesen Regungen in eine Stimmung der Milde und des Mitleids zurückversetzen kann? Diese erwünschte Wirkung kann in seiner Rede nur der erreichen, der die natürliche Veranlagung der Menschen und das gesamte Wesen der menschlichen Natur sowie die Gründe, die Stimmungen erzeugen und in eine andere Richtung lenken, gründlich kennt"<sup>12</sup>. Cicero legger - både i teorien og ikke minst i egen talepraksis - særlig vekt på affektive argumentasjonsmidler og nødvendigheten av å disponere talen i forhold til publikums egenskaper.

Sammenfattende kan man si at retorikken ser mottakeren som en integrert instans i kommunikasjonsprosessen og betrakter kommunikasjonen som en dynamisk, interaktiv prosess. Taleren regner hele tiden med mottakeren, antesiperer mulige reaksjoner, strukturerer og utformer talen i forhold til situasjonen, enten den er konkret (som i den direkte kommunikasjonen) eller hypotetisk (typisk i den medieformidlede massekommunikasjonen). Mottakeren er alltid tilstede, enten fysisk virkelig eller som en fiksjon for taleren.

Mottakeren er både mottakelig for logiske argumentasjoner og mer emosjonelle persuasive strategier, men blir med dette ikke nødvendigvis til et passivt offer for manipulasjon. Den klassiske retorikkens kommunikasjonsbegrep er både dialogisk og målrettet. *Auditor* er både et mål og en jevnbyrdig motstander.

## Retorikkens status innenfor medievitenskapen

Det ofte siterte "store brudd" i retorikktradisjonen i midten av det 18. århundre, med re-

<sup>11</sup> Quintilian, *Institutio Oratoriae* V10.17, sitert etter Franz G. Sievekes (tyske) oversettelse av og kommentarer til Aristoteles *Retorikk*, side 242, fotnote 47.

<sup>12</sup> Cicero: *De oratore*, I, 12.53. Sitert etter Sievekes utgave av Aristoteles' *Retorikk*, samme sted.

<sup>9</sup> Gadamer (1967), side 115.

<sup>10</sup> Aristoteles, side 120.

torikkens forvisning fra vitenskapen i ca. 250 år som følge, har også påvirket medievitenskapen. Retorikk ble også her enten ignorert eller redusert til stillære. Og den ble her i særlig høy grad til "et bytte for populærvitenskapelige rådgivere... hvor retorikken nesten alltid er skrumpet inn til en høyst tvilsom trivialviten"<sup>13</sup>. Lærebøker i form av oppskrifter for effektiv kommunikasjon med referanser til retorikk er legio, ikke bare i kurser for reklamebransjen og for selgere, men også i journalistutdannelsen og innenfor medieinstitusjoner. En slik bruk av retorikken kan beklages, men den viser samtidig retorikkens vitalitet: det store brudd i retorikkhistorien har åpenbart først og fremst rammet teoridannelsen. Den praktiske retorikken er neppe blitt svekket.<sup>14</sup>

I de siste ca. 20 år kan der imidlertid konstateres en økende interesse også for seriøs retorisk forskning innenfor medievitenskapen, det vil si for "maksimumsretorikken", ikke den retorikken som er redusert til en lære om *elocutio*<sup>15</sup>. I Skandinavia har spesielt svenske forskere bidratt til denne renessansen, som Bengt Nerman, Britt Hultén og Kurt Johannesson. Nerman innførte begrepet 'massmedieretorikk', i betydningen av "en helhetssyn av på ena sidan skrivandet som en skapande handling och på den andra textens funktion för läsaren"<sup>16</sup>, altså i et perspektiv som oppfatter tekster som handlinger i en sosial kontekst. Ikke desto mindre har denne forskningen åpenbart problemer med å bli anerkjent som vitenskap.<sup>17</sup> I Norge representerer de få verker om retorikk innenfor medievitenskap ganske tydelig "minimumsretorikken", som bøkene til Heradstveit & Bjørge og Roksvold. Men et prosjekt som *Retorikk, kunnskap, formidling*<sup>18</sup> opererer med den

omfattende forståelsen av retorikken og kan på denne måten bidra med nye impulser til en teoretisk fundert massemedieretorikk.<sup>19</sup> Dansk retorisk forskning har spilt en viktig rolle for den skandinaviske medievitenskapens aktuelle interesse for retorikk, og har i de siste år også selv, fra mer generelle arbeider<sup>20</sup> begynt å undersøke massemediale tekster i et retorisk perspektiv<sup>21</sup>. Medievitenskapen selv i Danmark ser derimot for tiden ut til å flørte med markedsorientert minimumsretorikk, dokumentert for eksempel i et temanummer av tidsskriftet *MedieKultur* med tittelen *Målrettet kommunikasjon*<sup>22</sup>.

Mens moderne medietekster selv er i ferd med å bli gjenstand for retorisk forskning (om enn langt fra i tilstrekkelig grad ennå<sup>23</sup>), har ikke leseren og leseprosessen fått tilsvarende oppmerksomhet i et retorisk perspektiv. Den følgende (kritiske) gjennomgang av noen tradisjonelle medievitenskapelige kommunikasjonsmodeller skal levere noen byggestener til et slikt forskningsområde.

## Mottakerforskning og resepsjonsteori

"De emner retorikken som vitenskap vil bearbejde, skal være empirisk eksisterende - og de skal studeres empirisk."<sup>24</sup> Empirisk resepsjonsforskning undersøker mottakelsen av konkrete tekster gjennom konkrete lesere ved hjelp av spørreskjemaer og intervjuer. Mottakerforskning er altså, som retorikken selv, både praksis og teori. Den empiriske mottakerforskning har også retoriske elementer på den måten at den bruker intervjuet som data-innsamlingsmetode, det vil si en muntlig

13 Ottmers (1996), side 43.

14 Ottmers (1996), side 44.

15 Jf. Johannesen (1987): "Minimumsretorikk = stillæren eller den letteste oversikt over et moteemne, slik at man kan virke som om man veit hva man snakker om. Minimumsretorikk er en falsk retorikk: hykling av sakkunnskap" (s. 7). "Maksimumsretorikk = Topologisk tenkemåte, praksis-filosofi, 'pragmatikk', 'sofistikk', 'moralfilosofi', marxisme', 'strukturalisme', 'humanvitenskap'" (s. 8).

16 Nerman (1973) side 6.

17 Se Lundgren (1997).

18 Iverksatt ved Universitetet i Bergen i 1995, under ledelse av Jostein Gripsrud fra Institutt for Medievitenskap. Undertegnede deltar i dette prosjektet med en retorisk tekstanalyse og en em-

19 Dette skriver jeg forhåpningsfull selv om den første publikasjon innenfor prosjektet, en samling av foredrag under overskriften *The current status of the rhetorical tradition* (Gripsrud 1996) lover mere enn den kan holde. Den innfrir i hvert fall ikke forventninger om (ansatser til) en systematisk aktualisering av den retoriske tradisjonen i forhold til for eksempel moderne medietekster.

20 Som Fafner (1977), Fafner (1982) og Lindhardt (1975).

21 Som Jørgensen, Kock, Rørbech (1994), Kock (1995), Fafner (1995).

22 Nr. 24/1996.

23 Et av de store uløste problemer er retoriske analyser av og teorier om audiovisuelle tekster - retorikk gjelder strengt tatt bare talte tekster og kan ikke umiddelbart overføres til for eksempel bilder eller musikk.

24 Kock (1997), side 14.

og dialogisk talehandling.

Resepsjonsundersøkelser utforsker dels hvordan bestemte retoriske tekststrategier virker i forhold til *auditor* i resepsjonsprosessen, som en interaksjon mellom tekst og leser, dels om en bestemt retorisk talehandling i betydningen effektiv kommunikasjon faktisk/empirisk har den intenderte effekten. Disse to tilnæringer står for to grunnleggende forskjellige paradigmer innenfor medievitenskapelig resepsjonsforskning.

## Transfer-modellen og effektforskningen

Det er, noe forenklet sagt, effektforskningen som opererer med transfer-modellen som teoretisk konsept av kommunikasjonsprosessen.

“Kjernen i kommunikasjonen er at det blir overført budskap fra sendar til mottakar. Ein grunnleggjande modell for kommunikasjon ser slik ut:”<sup>25</sup>



Denne modellen er blitt nyansert i mange varianter; i den mest kjente, Lasswell-formelen, har den fått form av en rekke spørsmål: “Kven / seier kva / via kva for eit medium / til kven / med kva verknad?”<sup>26</sup>

I enda andre modeller er kommunikasjonsprosessen satt inn i en sosiokulturell kontekst, eller/og sett som en koding og dekodning av budskapet. Dette er klare forbedringer, men uansett hvor mye denne transfer-modellen forfines, blant annet ved å tilskrive også mottakeren aktivitet (som dekode), gjenstår den tendensielt som uttrykk for en mekanistisk og deterministisk oppfattelse av talehandlingen og en oppfattelse av kommunikasjonen som en enveis-prosess eller en til syvende og sist monologisk handling. Det mest ekstreme uttrykk finner denne oppfattelsen i stimulus-respons-modellen, også kalt ‘the hypodermic needle’ eller injeksjonsmo-

dellen. Denne forestilling hadde stor betydning i 1930 og 1940-årene og er i dag stort sett revidert, men den lever videre i form av litt andre bilder, for eksempel i nyere markedsorienterte modeller som gjør mottakeren “til en måltavle der skal rammes”<sup>27</sup>.

Lasswell-formelen peker på en av de viktigste områder modellen ble anvendt på: effektforskningen. De første empiriske mottakerundersøkelser begynte i USA, omkring 1930, i forhold til to interessefelter: virkningen av politisk propaganda og reklame. Effektforskningen introduserte kvantitative empiriske mottakerundersøkelser i stor stil. Metoden er stadig den mest brukte når det gjelder å undersøke virkningen av bestemte tekster på mottakerne, både i vitenskapelig (sosiologisk) forskning og i kommersielle markedsundersøkelser. Transfer-modellen som denne metodens grunnleggende teori har i høy grad også overlevd i den pågående debatten om medier og vold som stort sett dreier seg om effekter: ja eller nei, og hvis ja: hvilke.

Forestillingen om kommunikasjon som transfer av budskap eller data har opplevd en renessanse i de siste årtier, ikke minst i USA.<sup>28</sup>

For det meste er disse verker uten direkte referanser til den retoriske tradisjonen, men implisitt vitner de om en fokusering på å finne bevis for at bestemte kommunikasjonsprosesser har virket effektivt, og å finne oppskrifter på effektiv kommunikasjon. Noen verker av denne art inneholder også for eksempel en differensiering mellom “appeals to rationality” og “appeals to emotions”<sup>29</sup>, tatt eksplisitt fra den klassiske retorikken. Men alt i alt presenterer denne forskningen et sterkt forkortet retorisk perspektiv, som gjør mottakeren til et offer for overtalelse mere enn til en instans i en kommunikasjonsprosess. Dette er tydelig den forenklete, trivialiserte, minimerte versjonen av klassiske retoriske prinsipper, som konsekvens av en hypostasering av kommunikasjonens målrettede karakter og talerens

27 Fought Mikkelsen (1997), side 72. Bemerk metaforikken: Det ville være høyst interessant å foreta en retorisk tekstanalyse av resepsjonsteorier med hensyn til bilder av leseren og leseprosessen.

28 Se Bradac (1989), Burgoon (1989), Roloff & Miller (1980) for bare å nevne noen få; litteraturlistene i disse verker formidler et inntrykk av det kolossale omfang av denne type forskning.

25 Schwebs & Østbye (1995), side 15.

26 Lasswell (1948), sitert etter Schwebs & Ostbye (1995), side 21.

makt og tilsvarende undervurdering av kommunikasjonsprosessens dialogiske struktur.

Transfer-modellen er blitt kritisert hyppig, blant annet under henvisning til at "den impliserer en analogi mellom menneskelig fortolkning og teknologien av relé-stasjoner"<sup>30</sup>, det vil si på grunn av dens asosiale, mekanistiske og behaviouristiske karakter. Jeg vil allikevel sitere en kritikk in extenso fordi den kommer fra et retorisk hold:

Ong har formulert følgende (lettere parodisk) kritikk av transfer-modellen (som han kaller for "the media model"):

Thinking of a 'medium' of communication or of 'media' of communication suggests that communication is a pipeline transfer of units of material called 'information' from one place to another. My mind is a box. I take a unit of 'information' out of it, encode the unit (that is, fit it to the size and shape of a pipe it will go through), and put it into the end of the pipe (the medium, something in the middle between two other things). From the one end of the pipe the 'information' proceeds to the other end, where someone decodes it (restores its proper size and shape) and puts it in his or her own box-like container called a mind. This model obviously has something to do with human communication, but, on close inspection, very little, and it distorts the act of communication beyond recognition... To speak, I have to be somehow already in communication with the mind I am to address before I start speaking... I have to sense something in the other's mind to which my own utterance can relate. Human communication is never one-way... Communication is intersubjective. The media model is not.<sup>31</sup>

Det er *auditors* grunnleggende integrasjon i kommunikasjonsprosessen, i talerens hode, og, tilføyer jeg, omvendt talerens og tekstens integrasjon i *auditors* hode, denne dialektiske dynamikken mellom taler og auditor, som utgjør den avgjørende forskjellen.

30 Bruhn Jensen (1995), side 8.

31 Ong (1982/1991), side 176-77. Merk Ongs bruk av metaforer her: 'box' og 'pipeline' svarer ganske nøyaktig til de tradisjonelle grafiske fremstillinger av kommunikasjonsprosessen, for eksempel hos Schwebs & Østbye som gjengitt her.

Jeg vil også tilføye en del andre kritiske argumenter som samtidig skal forsvare mitt synspunkt at retorikken ikke regner med *auditor* som passiv mottaker. Mitt hovedargument er at auditor oppfattes i retorikken som potensiell motstander, det vil si som en person med egne holdninger. Retorikkens målrettethet og agonistiske element, striden om meningen, er ikke noe negativt: taler og auditor er på en måte like sterke - ellers ville det ikke ha vært nødvendig å utvikle en hel lære om hvordan man kan overbevise eller overtale (den) andre. Det er bare i minimumsretorikken at *auditor* nedvurderes eller til og med behandles med kynisk forakt<sup>32</sup>, i maksimumsretorikken er den en jevnbyrdig partner.

På samme måte som *auditor* ikke er et avmektig offer, er heller ikke taleren (eller i dette tilfelle mediene) allmektige agenter, slik transfer-modellen og effektforskningen legger opp til. Bare når kommunikasjonsprosessens interaktive og dialogiske karakter fornektes, kan en slik forestilling oppstå.

Transfer-modellens og effektforskningens bilde av *auditor* som en mer eller mindre passiv mottaker viser seg også i karakteren av de intervjuer som den empiriske resepsjonsforskningen bruker som data-innsamlingsmetode, og i måten å omtale de personer som blir intervjuet på. Metoden opererer for det meste med spørreskjemaer eller andre former for lukkede spørsmål som reduserer *auditors* interaksjon til å sette kryss i rubrikker eller å svare "ja/nei/vet ikke" til spørsmål som taleren har definert. Personene blir omtalt som respondenter, det vil si de defineres som noen som svarer på (en annens) spørsmål. Dermed blir de også eksplisitt tildelt en reaktiv, ikke egentlig aktiv rolle i kommunikasjonsprosessen. I journalistisk sjargong omtales de intervjuede gjerne direkte som intervju-ofre, noe som, i ironisk form, uttrykker det nedlatende synet på *auditor* i denne forskningsstradisjonens teori og praksis.

32 Slik beskriver Hultén en av farene for journalistisk "misbruk" av retorikk: "Vanmakten finns också i det som kan vara en missuppfattning om läsaren, en nedvärdering och en cynisk föraktfull uppfattning om vad läsaren kan tänkas förstå och kunna ta till sig. Den som skriver med en jämlik läsare inför sina ögon känner förmodligen mycket mindre vanmakt än den som placerar läsaren ett trappsteg under sig" (Hultén 1989, side 26).

Et annet argument er at *auditor* regnes for å være beregnelig i transfer-modeller, spesielt i mediestatistikk, for eksempel ved målinger av publikums-segmenter for fjernsynsprogrammer. Også i retorikken prøver taleren å beregne auditors reaksjoner, men med utgangspunkt i et menneskesyn som er helt annerledes differensiert enn nåtidens demografiske streamlining av publikum<sup>33</sup>. Til syvende og sist vet taleren aldri helt hvordan *auditor* kommer til å reagere, fordi bestemte reaksjonsmønstre bare er sannsynlige, ikke sikre. Men dette "innrømmer" retorikken, mens effekt-teorien og andre transfer-modeller kamouflerer denne usikkerheten.

Det siste kritiske argument jeg vil fremføre her tar utgangspunkt i den problematiske definisjonen av effekt som viser seg i effekt-forskningen i forhold til retorikkens *ars bene dicendi*. Jeg påstår at det er feil å anta målbare effekter av en talehandling på den måten som effektforskningen gjør. Effektforskningen forutsetter et resultat av en talehandling som undersøkelsesobjekt. Men for det første må man spørre seg: har talehandlinger resultater? Et resultat er manifest og finalt - kan kommunikasjon forstås slik? Kommunikasjonen er ikke avsluttet med mottakerens respons, og mottakeren står ikke igjen med et manifest resultat av et stykke kommunikasjon. Det som ser ut som effekter er ofte mye mer flytende og ustabil enn effektforskningen antar. Og: enhver talehandling er del av andre, og all tale er inneleiret i en sosiokulturell kontekst. Dette betyr at hvis der viser seg effekter på en eller annen måte, så er det ikke sikkert at det var en (bestemt) talehandling som førte til en bestemt reaksjon, holdningsendring etc. hos en person. Der er, kort sagt, forskjell mellom retorikkens råd for hvordan man fremfører sine synspunkter effektivt, og effektforskningens forsøk på og påstander om å kunne fastslå empiriske effekter. Retorikken har en dynamisk forståelse av talehandlingen og regner (etter min fortolkning) mer med mulige enn med sikre virkninger, ikke minst fordi auditor

tilskrives en så viktig rolle i taleprosessen: hun eller han er med på å formulere hva taleren sier, slik at ikke bare taler påvirker auditor, men auditor også omvendt påvirker taler.

## Retorikk, hermeneutikk og resepsjonsforskning

Den humanvitenskapelige delen av medieforskningen har utviklet andre tilnærmelser til resepsjonsforskningen. Jeg vil her også se på dem i forhold til retorikken, med særlig vekt på oppfattelsen av *auditor* og av resepsjonsprosessen.

Retorikk regnes som et genuint humanistisk fagområde: "Retorikken - det fleire tusen år gamle humanistiske kommunikasjonsfaget."<sup>34</sup> De humanistiske fags genuine metode er hermeneutikken. Derfor er retorikk og hermeneutikk blitt betegnet som tvillinger, eller, i Fafners vendinger: "Til de retoriske aktivitetene *tale* og *skrive* svarer de hermeneutiske aktiviteter *lytte* og *lese*... Hermeneutik er det samme som fortolkningslære. Guden Hermes var gud for retorik - samt for handel og tyveri! Altså en kommunikationsgud, budbringer mellom det himmelske og det jordiske."<sup>35</sup>

## Gadamer, Jauss, Iser, Eco, Hall, Fiske

Den tyske filosofen Hans-Georg Gadamer definerte hermeneutikk slik: "Hermeneutik ist die Kunst der Verständigung."<sup>36</sup> En formulering med analogi til retorikkens definisjon som *ars bene dicendi* og en formulering som setter hermeneutikken i relasjon til kommunikasjon mer generelt idet begrepet *Verständigung* peker både på å underrette, å forstå, å gjøre seg forståelig og å komme overens. Mest eksplisitt formulerte Gadamer forholdet mellom hermeneutikk, retorikk og kommunikasjon i en artikkel med titelen *Rhetorik, Hermeneutik und Ideologiekritik* fra 1967.

Gadamer betegner her retorikk, hermeneutikk og ideologikritikk som tre forskjellige universelle måter å forholde seg til og forstå

33 Jfr. Ang (1991), spesielt side 60ff. Ang var en av de første medieforskere som gikk inn for å behandle *auditor*-instansen som heteronome og selvstendige aktører i kommunikasjonsprosessen, mot spesielt den kommersielle mottakerforskningens syn på publikum som beregnelige og forutsigbare taksonomiske størrel-

34 Schweps & Østbye (1995), side 149.

35 Fafner (1997), side 15.

36 Gadamer (1971), side 283.

virkeligheten på. Denne relasjonen har for-  
tolkende karakter og er formidlet gjennom  
språket. Hermeneutikk og retorikk har felles  
trekk på den måten at de begge har en rela-  
sjon til praksis, et ambivalent forhold til viten-  
skapelighet (mellom sannhet og sannsynlig-  
het) og en dialektisk oppfattelse av kommunika-  
sjonsprosessen (som interaksjon). Med hen-  
syn til de to første aspekter skriver Gadamer:

Woran sonst sollte ... die theoretische Besinnung auf das Verstehen anschliessen als an die Rhetorik, die von ältester Tradition her der einzige Anwalt eines Wahrheitsanspruches ist, der das Wahrscheinliche, das εἰχόζ (verisimile), und das der gemeinsamen Vernunft Einleuchtende gegen den Beweis- und Gewissheitsanspruch der Wissenschaft verteidigt? Überzeugen und Einleuchten, ohne eines Beweises fähig zu sein, ist offenbar ebenso sehr das Ziel und Mass des Verstehens und Auslegens wie der Rede- und Überredungskunst.<sup>37</sup>

Og med hensyn til retoriikkens og hermeneutikkens dialektiske konsept av kommunikasjonen skriver han:

So durchdringen sich der rhetorische und der hermeneutische Aspekt der menschlichen Sprachlichkeit auf vollkommene Weise. Es gäbe keinen Redner und keine Redekunst, wenn nicht Verständigung und Einverständnis die menschlichen Beziehungen trüge - es gäbe keine hermeneutische Aufgabe, wenn das Einverständnis derer, die 'ein Gespräch sind', nicht gestört wäre und die Verständigung nicht gesucht werden müsste.<sup>38</sup>

Forskjellene består ifølge Gadamer i at talekunsten satser på en umiddelbar virkning, og derfor opererer sterkere med affekter: "Der Redner reisst die Zuhörer mit. Das Einleuchtende seiner Argumente überschüttet den Zuhörer, kritische Besinnung kann und soll ihm unter der Überzeugungskraft der Rede nicht kommen". Skriftlige tekster legger derimot opp til en distanse fra avsenderen slik at lesningen blir til en helt annen prosess, en fortolkningsprosess som har mer karakter av en

selvstendig produksjon.<sup>39</sup> Denne "selvstendige produksjonen" kan også være en kritisk lesning, noe som foregriper resepsjonsteoriens oppfattelse av leserens muligheter for ulike lese måter, inklusive opposisjonelle. Med Gadamer: "Solches vollzieht sich, wenn wir verstehen, und gerade auch, wenn wir Vorurteile durchschauen oder Vorwände entlarven, die die Wirklichkeit verstellen. Ja, da am meisten 'verstehen' wir."<sup>40</sup> Selv om Gadamer forbeholder en slik resepsjonsmåte til (den rasjonelt styrte) lesningen av (trykte) tekster, er dette interessante kommentarer i forhold til spørsmålet om *auditors* rolle i kommunikasjonsprosessen. Den er aktiv, i form av *Verständigung* som en agonistisk dialogisk handling. Jeg vil også fremheve Gadamers synspunkter her fordi de forbinder hermeneutikk og retorikk med ideologikritikk, nettopp ved å tilskrive *auditor* kritiske evner.

Gadamers teorier hadde betydelig innflytelse på datidens humanistiske forskning, spesielt innenfor 1970-årenes litteraturvitenskap. Med hans "radikale insisteren på forståelsens historiske natur" og spesielt med hans konsept av *Vorurteil* (fordom) som en positiv verdi i erkjennelsesprosessen ble han en forløper for den humanistisk funderte resepsjonsteorien som Hans Robert Jauss og Wolfgang Iser fra Konstanz kom til å utvikle.<sup>41</sup> Jauss oppdaget "leseren som instans i litteraturhistorien" og "forventningshorisontens" betydning for kommunikasjonsprosessen. Iser utviklet spesielt teorier om "tekstens appellstruktur" og "den implisitte leser". Både Jauss' og Isers verker er uten eksplisitt forbindelse til den retoriske tradisjonen. Men med bakgrunn i Gadamers utforming av hermeneutikken i relasjon til retoriikk kan man finne spor av retoriske tradisjoner eller trekke linjer til retoriikken også her.<sup>42</sup>

Jauss innledet i 1969 et paradigmeskifte i litteraturvitenskapen, med en provoserende

39 Gadamer (1967), side 117.

40 Gadamer (1967), side 123.

41 Jf. Holub (1989), side 36ff.

42 Jauss' og Isers resepsjonsteorier er omfattende og der gjenstår å gjøre en grundig gjennomgang av tekstene mht. deres anvendelighet i et retorisk perspektiv. Her kan bare antydes noen relasjoner i forhold til enkelte elementer. Det samme gjelder mine bemerkninger om Eco, Hall og Fiske i dette avsnittet.

37 Gadamer (1967), side 117.

38 Gadamer (1967), side 118.

artikkel under samme overskrift. Han fratok her teksten sin autonome status og gikk inn for et litteratursosiologisk perspektiv som satte teksten og dens betydning i sin sosiale og historiske kontekst, ikke minst i forholdet til leserne. I 1975 oppsummerte han debatten med en artikkel om *leseren som instans i litteraturhistorien*. Teksten har, ifølge Jauss' teorier, ikke en enkel og autonom mening, men det er leseren som bidrar til dens betydning med ulike individuelt og historisk forskjellige lesemåter. Tekstens betydning utfolder seg suksessivt i løpet av tiden, slik at litteraturhistorie ikke bare er historien om tekster, men også historien om deres resepsjon over tid.

Iser utvidet og fordypet dette sosialhistoriske makroperspektivet ved å se nærmere på teksten i forhold til leseprosessen. Han går ut fra to grunnleggende forutsetninger, nemlig at teksten har en appellstruktur som er rettet mot en leser, og at denne leseren ikke bare er empirisk, men også implisitt i teksten. Denne delen av teorien er kanskje mest i slekt med retoriske tradisjoner.

Dette viser allerede begrepet *tekstenes appellstruktur*. Med dette understreker Iser tekstenes grunnleggende intensionelle og kommunikative karakter. Tekster har en struktur som er rettet mot å bli lest. Denne struktur er mer enn en stimulus, og leseprosessen er mer enn en respons. Med dette avviser Iser implisitt transfer-modellen og effekt-teorier: "Hvis tekstene virkelig kun inneholdt de betydninger, som blev fremdraget gennem fortolkningen, var der ikke meget tilbage for læseren. Han kunne acceptere eller forkaste dem. Men mellem tekst og læser udspiller der sig betydelig mer end blot en opfordring til en ja/nej-afgørelse. Det er imidlertid vanskelig at få et indblik i denne proces, og spørsmålet er, om man overhovedet kan sige noget om det samspil, som finder sted mellem tekst og læser, uden at glide ud i spekulationer. Samtidig må man sige, at en tekst overhovedet først blir vakt til live, når den bliver læst. Det er derfor nødvendigt at se nærmere på, hvordan teksten udfolder sig gennem læseprosessen."<sup>43</sup>

43 Iser (1970/1981), side 102f.

Iser's viktigste oppdagelser ved slike nærlesninger er at teksten har *Unbestimmtheitsstellen*, *Leerstellen*<sup>44</sup>, som er tekstenes avgjørende virkningsfaktorer. Leseprosessen består for en stor del i at *auditor* forholder seg til slike tomme steder ved å utfylle dem ut fra egne forutsetninger og formodninger om fiksjonens utvikling. Mengden og karakteren av *Leerstellen* gir tekstene ulike grader av åpenhet. *Åpne tekster* styrer lite og gir leseren større spillerom, lukkede tekster er sterkt styrende og gir leserne en mindre grad av egenaktivitet i avkodningen.

I boken *Der implizite Leser*, med undertittelen *Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett* fra 1972, viser Iser hvor ulikt forfattere i ulike historiske perioder har definert leserrollen: fra å styre leseren sterkt - i form av lukkede strukturer og (ute)lukkende strategier, ved å fortelle "alt", ikke å overlate meget til leserens fantasier, i eldre romaner - til å overlate leseren så og si til seg selv, på et åpent tekstfelt, i moderne romaner som Joyces *Ulysses* som det mest kjente eksempel. Begrepene åpen og lukket tekst kan tolkes i et retorisk perspektiv, men det volder noen problemer (som skal diskuteres senere). Med lanseringen av begrepet *den implisitte leser* er Iser i hvert fall inne i en kategori som jeg mener å kunne spore tydelig i retorikken. Også der handler teorien ikke bare om empiriske lyttere, men om mottakerne som implisitt instans i talen. I *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung* fra 1976 utvikler Iser disse tankene videre til en omfattende teori om interaksjonen mellom tekst og leser i et kommunikativt, dialogisk, om man vil: retorisk perspektiv.

Et annet viktig begrep er *forventningshorisont*. Jauss anvender det i en større, historisk kontekst, Iser går ned på tekstens og leseprosessen's nivå. Begrepet betegner på denne måten både historiske leseres erfaringer og forventninger som møter tekstens horisont (med en sammensmeltning av begge som en mulig lese-erfaring) og leseprosessen i form

44 Iser selv bruker mest begrepet *Leerstellen*, men med utgangspunkt i Roman Ingardens teorier om *Unbestimmtheitsstellen*. På engelsk blir begge begrep gjerne oversatt med *gap*, på norsk med *tomme steder*.

av *protention* og *retention* (Iser) eller leserens "vandring" gjennom teksten ved at hun eller han kontinuerlig utvikler forestillinger om tekstens mulige forløp, og ved at det faktiske forløpet modifiserer disse antakelser. Forventninger kan også gjelde genren, taleren, omstendighetene etc. Så vidt jeg kan se utvikler hverken Jauss eller Iser eksplisitt en sammenhengende kommunikasjonsmodell med utgangspunkt i forventningenes rolle. Men det lar seg gjøre ved å definere forventning litt bredere (i retning av forhåndsviten, forestillinger, inklusive fordommer) og ved å beskrive disse forventningenes rolle i kommunikasjonsprosessen slik: taleren har forestillinger om mottakeren som mottakeren har forestillinger om taleren og om det hun eller han vil si. Dette preger både talerens og auditors tekst, sammen med de forventninger som omstendighetene fremkaller.

Dels før, dels samtidig med Iser, utviklet Umberto Eco en resepsjonsorientert tekstteori ut fra et semiotisk perspektiv. Som Iser opererer også Eco med kategoriene den implisitte leser (hos ham mest betegnet som "model reader") og med teorien om teksters åpenhet<sup>45</sup>. Men han utvider sitt analysemateriale fra skjønnlitteratur til trivialtekster og populærkultur, utvikler langt mer systematiske og komplekse kommunikasjonsmodeller og fremhever sterkere enn Iser både leserens og forfatterens karakter som tekststrategier. Ved å inndra trivialtekster (som *Superman* eller Ian Flemmings romanserie om James Bond) når han frem til at dette er lukkede tekster (som også Iser ville ha konstatert), men at det ikke betyr at leseprosessen er lukket; tvært imot: slike sterkt standardiserte og stereotypiserte trivialmyter tillater nettopp ganske frie lesninger. Mens derimot nettopp 'åpen' skjønnlitteratur som Kafkas *Prozess* ville kollapse hvis den ble lest helt åpent (for eksempel som kriminalroman). Også Iseres beskrivelse av leseprosessen som *protention* og *retention* finner hos Eco en mer kompleks form, som "fore-

casts and inferential walks"<sup>46</sup>.

Den engelske Birmingham-skolen eller Cultural Studies-tradisjonen utviklet fra omkring 1975 nye ansatser mht. utforskningen av kommunikasjonsprosessen som interaksjon mellom tekst og leser (*auditor*). Kulturteorien i denne tradisjonen er både semiotisk og sosiologisk fundert, med neomarxistisk ideologikritikk som politisk ståsted. Kultur og kommunikasjon betraktes her som konfliktområder eller til og med som kampfelt. I motsetning til vulgærmarxistiske fortolkninger av maktforholdene, inklusive den kritiske teoris deterministiske oppfattelser av medienes virkning<sup>47</sup>, ses forholdet mellom kulturproduksjon og -konsum ikke som ensidige prosesser, men som dialektiske. (Medie)makten forsøker å påvirke publikum (*auditor*) i retning av å formidle de herskendes ideologi, men også *auditor* har en viss makt, bl.a. i form av kulturell kapital, som innbringes i prosessen. Med dette har denne kommunikasjonsteorien mye til felles med det retoriske kommunikasjonsbegrepets dobbelte karakter av målrettethet og dialog (inklusive agoni).

Et av de mest innflytelsesrike arbeider i denne forbindelse var Stuart Halls paper *Encoding and decoding in television discourse* fra 1973 som beskrev tre måter å lese en tekst på: ved å akseptere tekstens dominante koder (eller "preferred reading"), ved å forhandle med teksten og dermed modifisere meningen ("negotiation") og ved å lese teksten "imot" de dominante koder ("oppositional reading"). Dette bildet av *auditor* var den første systematiske avvisning av offer-rollen den hadde fått tildelt av medievitenskapen inntil da. Utover dette åpnet modellen (som kan forekomme banal i dag) generelt for et nytt syn på teksten og kommunikasjonsprosessen, som polysemisk og differensiert.

Noen oppfattet modellen som et slags manifest for lesernes befrielse fra tekstens makt. Teksten selv ble fraskrevet betydning og leseren ble tildelt suveren makt som den egentlige betydningsprodusenten. Det var

45 Dette siste gjør han lenge før Iser, i *Opera aperta* fra 1962 som i undertittelen (Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee) interessant nok også henviser til "ubestemthet" som en egenskap ved teksten; muligvis med bakgrunn i Ingardens teorier som for første gang fremla en teori om "Unbestimmtheitsstellen" i *Das literarische Kunstwerk* (tysk utgave 1931).

46 Eco (1979/1984), side 31f og Eco (1994).

47 Dette gjelder ikke minst Adorno/Horkheimers klassiske tekst *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug* fra midten av 40-årene, som implisitt tegner et bilde av publikum som en viljeløs, lett forførbær masse.

spesielt den amerikanske forskeren John Fiske som stod for en slik fortolkning. En slik lesning er blitt avvist gjentatte ganger, under henvisning til at Halls forståelse av forholdet mellom tekst og leser er innleiret i den samfunnmessige kontekst, som er karakterisert av maktforhold; der er derfor bare tale om relativ autonomi, både på tekstens og på leserens side. Eller, med Halls egne ord: "Polysemy must not be confused with pluralism... There remains a dominant cultural order, though it is neither univocal nor uncontested."<sup>48</sup>

Denne diskusjonen er interessant i et retorisk perspektiv: Hall relativiserer her den makt som *rheter* har over *auditor* ved å fraskrive teksten entydighet og å tilskrive *auditor* evner til og muligheter for å danne seg sin egen mening. Men dette er ikke det samme som å oppløse tekstens betydning i dens ulike lesninger og å gi *auditor* all makt i kommunikasjonsprosessen (som Fiskes fortolkning legger opp til og som postmoderne tekstteorier forfekter). Talehandlingen er en forhandling mellom to partnere som begge prøver å hevde sine synspunkter ("contest"). I forhold til retorikkens to ansikter (målrettethet og dialog) overvurderer Fiske det dialogiske og harmoniserer kommunikasjonsprosessens agonistiske karakter ved å undervurdere makt-dimensjonen på tekstens eller medienes side. Hos Hall og i Cultural Studies-tradisjonen ellers er der derimot et både/og av intensjonalitet og dialogisk struktur. Med dette står denne tradisjonen for meg som det hittil mest interessante aktuelle bidrag til en (fornyet) utvikling av retoriske perspektiver innenfor medievitenskapen.

Men en slik perspektivering er ikke uproblematisk. Er det i det hele tatt mulig å forene resepsjonsteorien med den retoriske tradisjonen? Det som taler imot anvendelsen av et slikt perspektiv er at dette er teorier utviklet på grunnlag av svært forskjellige teksttyper og kommunikasjonsituasjoner. Retorikken bygger på muntlig tale hvor både *rheter* og *auditor* er fysisk og samtidig tilstede. De tekster som den klassiske resepsjonsteorien tar utgangspunkt i, er trykte, verbale tekster som leses. Og når man analyserer audiovisuelle

tekster er det en annen teksttype og en annen kommunikasjonsituasjon igjen.

En av de største forskjeller er at i motsetning til de tekster som den klassiske retorikken behandlet (rettstale, politisk tale etc.), handler resepsjonsforskningen alt overveien om fiksjon. Retorikken kan nok anvendes på skriftlige tekster også, men det er et problem å overføre den til poesi, siden disse to i antikken nettopp var to forskjellige teorier og praksiser.

Dette peker på et annet problem: åpen/lukket. Det kan se ut som om retorikken er en lære om lukkede tekster, mens bare poetiske tekster tillater åpenhet. Retoriske tekster har et prosjekt: leseren, *auditor* skal overbevises. Tekstene er sterkt målrettet = sterkt styrt = lukket.

Mot dette kan man for det første argumentere med Eco paradoks: at nettopp lukkede, sterkt styrende tekster tillater åpne fortolkninger. Eller, som Eco sier om *Superman*, Sue og Fleming: "They seem to be structured according to an inflexible project. Unfortunately, the only one not to have been 'inflexibly' planned is the reader... They can give rise to the most unforeseeable interpretations, at least at the ideological level."<sup>49</sup> På samme måte, mener jeg, regner retorikken med *auditor*, men oppfatter den til syvende og sist som uberegnelig.

For det annet kan man argumentere med selve argumentet som kommunikasjonsform. Retorisk sett dreier det seg ikke om å formidle sannheter, men om å sannsynliggjøre noe, eller om å gjøre noe innlysende, som Gadamer uttrykker det, det vil si kaste lys over en sak slik at den blir tydelig og forståelig. Den argumentative talemåte er ikke lukket, den er dialogisk. Denne dialogiske karakteren kan betraktes som noe som åpner teksten nettopp også i et retorisk perspektiv, selv om det retoriske kommunikasjonsbegrepet samtidig også impliserer en sterkt styrende målrettethet.

Problemet kan overordnet betraktes som uttrykk for forskjellen mellom maksimums- og minimumsretorikken. Det er minimumsretorikken som bare opererer med lukket målrettethet, mens maksimumsretorikken inklude-

48 Jfr. Morley (1992), side 52.

49 Eco (1979/1984), side 8.

rer åpne tekster, i en kommunikasjonsprosess av agonistisk karakter som ikke er kontrollerbar.

Som transfer-modellen og effekt-teorien har også resepsjonsforskningen avfødt empiriske studier for å undersøke *auditors* rolle og kommunikasjonsprosessen i praksis. Metoden den utviklet er den kvalitative empiriske resepsjonsforskning. Erkjennelsesinteressen er en annen her: den er ikke et ønske om å teste og kontrollere om et bestemt budskap har hatt en bestemt virkning, men en åpen, eksplorerende innstilling med interesse for hva som foregår i kommunikasjonsprosessen, spesielt hvordan *auditor* forholder seg overfor teksten og i resepsjonskonteksten. Der fokuseres ikke på likheter, gjennomsnitt (og tilsvarende "avvik"), men nettopp på forskjeller i publikums interaksjoner med tekstene. Det er særlig innenfor Cultural Studies-tradisjonen, med dens spesielle interesse for subkulturer, ungdomskultur, "gender" og "ethnicity" at denne metoden er blitt anvendt.

En særlig retning ble medie-etnografien, som interesserer seg spesielt for resepsjons-situasjonen, altså "omstendighetene" på mottakerens og kommunikasjonsprosessens side. Undersøkelser av denne art legger sterk vekt på kommunikasjonens sosiale kontekst og konkrete (hverdagslige) situasjon. Studiene foretas normalt i såkalte "natural settings", det vil si auditor blir ikke testet i laboratorieforsøk, men blir observert og intervjuet i en situasjon som ligner den reelle kommunikasjons-situasjonen.

Datainnsamlingen skjer her ved hjelp av åpne, kvalitative intervjuer. Der opereres ikke med spørreskjemaer, men med forholdsvis lite strukturerte og standardiserte spørsmål. *Auditor* forteller mer enn den forholder seg til gitte kategorier; den er mer aktiv enn re-aktiv. Helt i tråd med dette betegnes han/hun i denne tradisjonen som informant. Her har vi å gjøre med en person som har egne, verdifulle erfaringer som hun eller han kan informere forskeren om, i sine egne ord. *Auditor* blir her mye mer oppfattet som implisitt instans i kommunikasjonsprosessen, ikke bare som et mål og slett ikke som et offer for et budskap.

En svakhet ved Cultural Studies-tradisjonens kommunikasjonsmodell er faren for at

det individuelle og dialogiske i tekst-leser-relasjonen overvurderes på bekostning av den sosiale maktdimensjon som ligger i tekstens målrettethet. Fiske er bare et ekstremt eksempel på en slik fortolkning, der fins en del nærlesninger av interaksjonen mellom tekst og leser som gjør blind for den sosiale konteksten.

En annen svakhet som gjør seg spesielt gjeldende ved den medie-etnografiske retningen er at den har en tendens til å gå på bekostning av teksten. I verste fall forsvinner teksten helt ut av fokus: bare konteksten og *auditor* står igjen som forskningsobjekt. Det er etter min mening nødvendig å "vende tilbake til teksten", dens appellstruktur, dens måte å argumentere på, for å få tak i kommunikasjonsprosessen som helhet. Og jeg mener at retorikken kan forbindes med denne forsknings-tradisjonen på en fruktbar måte. Som resepsjonsforskningen kan ta en retorisk vending, kan retorikken også vende seg mot resepsjonssiden av kommunikasjonsprosessen.

## For en tekstorientert resepsjonsforskning

Der er, som sagt, laget en del resepsjons-orienterte tekstanalyser innenfor medieviten-skapen og der er blitt utviklet teorier, i hvert fall i ansatser. Omvendt fins lite eller ingenting i retning av en tekstorientert resepsjonsforskning. Man kunne tenke seg en forsknings-prosess i tre trinn:

1. En analyse av "primærteksten", talerens tekst, retorisk sett. Hvordan opererer for eksempel naturprogrammer på fjernsyn med hensyn til å sannsynliggjøre bestemte oppfat- telser? I hvilken grad brukes *logos*- og *pathos*- argumenter, hvordan presenteres *ethos*- dimensjonen, hvordan opereres det med troper og figurer, etc. Med hensyn til fjernsyn består teksten av muntlig tale (som i den klas- siske retorikkens tid), andre verbale utsagn, evt. musikk og andre ikke-verbale lyder, og bilder. Det gjelder om å få tak i det samlede retoriske utsagn av disse elementene.<sup>50</sup>

<sup>50</sup> En liste over mulige spørsmål (med utgangspunkt i audiovisuelle tekster) fins hos Lundgren (1997), side 69-71; de er ordnet etter inventio, dispositio og elocutio.

2. En instans i kulturproduksjons- og resepsjonsprosessen er hvordan andre medier mottar og omtaler en medietekst. Moderne kommunikasjon foregår på et kulturelt felt som er et område for sirkulasjon og resirkulasjon av tekster og tegn. Hvordan omtaler for eksempel et tidsskrift som *Programbladet* naturprogrammer på fjernsyn? Oppgaven på dette trinn ville være en retorisk analyse av slike "sekundærttekster". De har ofte betydning for publikums forhåndsviten og forventninger som inngår i mottakelsen av primærtetekstene.

3. En retorisk analyse av de *auditor*-tekster som foreligger i form av kvalitative intervjuer (av noen betegnet som "tertiærttekster"). Intervjuene i denne tradisjonen har karakter av samtaler om et emne. Materialet består normalt av ustrukturerte tekster som er så vanskelige å analysere at denne oppgaven er blitt betegnet som metodens akilleshæl. Mitt bud er å lage retoriske analyser også av disse tekstene. Intervjutekster er i høy grad preget av muntlighet. Dette blir det i analysene av slikt materiale så godt som aldri tatt høyde for. Et annet aspekt er at informantene skal gjøre rede for hva de tenker og føler. De skal verbalisere noe som vanligvis skjer ganske ubevisst. En måte å løse problemene på er bruk av metaforer<sup>51</sup> som er særlig velegnet for retoriske analyser. Men også ellers forekommer det meg at disse tekstene er opplagte emner for studier i et retorisk perspektiv.

Men det vesentlige er å fortolke *auditors* ut-sagn i forhold til talerens tekst. Hvordan forholder empiriske seere av for eksempel et naturprogram på fjernsyn seg til de ulike instanser i den retoriske prosessen ("taleren", emnet, genus orationis, omstendighetene)? Blir deres oppmerksomhet fanget og deres interesse vekket av den innledende traileren, får de tillit (til taleren, til bildematerialets sannsynlighetsverdi, til eventuelle andre sannhetsvitner), blir de overbevist av den verbale argumentasjonen (fremført av en forsker i programmet eller en voice-over for eksempel), blir de rørt, beveget (*pathos*), opplyst (*logos*),

51 En påstand som bygger på egne erfaringer med kvalitative intervjuer.

underholdt, fascinert etc. - i samsvar med programmets måte å argumentere på? Oppfyller eller bryter teksten mottakerens genre-forventninger? Forandrer tekstens samlede audiovisuelle argumentasjon noe i forhold til mottakerens forhåndsviten, normer, moral? Slike spørsmål er, forbausende nok, fraværende i de fleste hittidige empiriske resepsjonsundersøkelser.

En faktor som heller ikke er særlig mye reflektert over hittil er selve mediets betydning: "Det er slående at medieforskningen ret beset udmærker sig ved ikke at anskue mediet tv eller andre medier som medier, det vil sige som transport-redskaber."<sup>52</sup> Mediets karakter har avgjørende implikasjoner, for eksempel for *kairos*, men også for selve behandlingen av emnet, språkvalg etc. Mens en taler på torget kan se hvem som lytter til ham og kan justere talen i forhold til publikums reaksjoner, er taleren i massemediene blind og døv: han ser ikke hvem han taler til og han hører ikke eventuelle reaksjoner fra publikum. Producenten av en fjernsynstekst vet sjelden hvem den konkrete mottakeren er. Fjernsynet retter seg derfor prinsipielt mot alle, og denne *omnibus*-egenskapen har betydning for talehandlingen.<sup>53</sup>

Overordnet gjelder det om å analysere relasjonene mellom talerens tekst, sekundærttekstenes og *auditor*-tekstenes retorikk, under hensyn til mediets karakter, situasjonen og talehandlingens sosiale og politiske kontekst.

Et slikt prosjekt har berøring med annen pågående forskning av både pragmatisk og teoretisk karakter, herunder sosio-semiotiske<sup>54</sup> og sosio-kognitive modeller<sup>55</sup> som definerer språk, forståelse, fortolkning,

52 Kock (1997), side 16.

53 Bourdieu: "Jo sterkere et medium utvider sin spredning, desto sterkere går det i retning av omnibus-emner som ikke diskuterer problemer. Man konstruerer objektet på en måte som er konform med mottakerens persepsjonskategorier" (Bourdieu 1996, side 50f.). Hvis mottakeren er "alle", opererer taleren gjerne med uniformeringer og banaliseringer: han eller hun vil ikke støte noen, ikke komme med noe virkelig nytt, ikke presentere noe vanskelig, men holde seg til det avprøvde, sikre, det som "alle forstår", det som der er konsensus om. Det er historier alle interesserer seg for, men som ikke rører ved noe viktig. En slik informering av seerne er udemokratisk, i demokratiets navn (se Gentikow 1997).

54 Bruhn Jensen (1995).

55 Rommetveit (1992), Wold (1992).

søken etter mening, kommunikasjon som målorienterte og dialogiske handlinger i en sosial kontekst. Her ligger muligheter for samarbeid og synteser.

## Et samfunnsmessig og politisk perspektiv

Retorikk som resepsjonsorientert tekstteori og som tekstorientert resepsjonsteori er ikke innskrenket til stillære, men må ses i et samfunnsmessig og politisk perspektiv. På mikroplan er selve talehandlingen karakterisert av både (maktorientert) målrettethet og (demokratisk) dialog, av både konflikt og *Verstän-*

*digung*: der er ulike holdninger og meninger som der strides om, men målet er til syvende og sist å komme overens. På makroplan foregår produksjonen og resepsjonen av (medie-)kultur på et felt preget av sosiale og politiske maktrelasjoner. Det ville etter min mening være særlig fruktbart å arbeide videre med Gadamer's teorier om sammenhengen mellom retorikk, hermeneutikk og ideologikritikk, med Cultural Studies-tradisjonens vektlegging av de sosiokulturelle dimensjoner i kommunikasjonen, med Bourdieus forståelse av posisjoner og disposisjoner og med Johannesens insistering på retorikken som maksimumsretorikk.

## Litteratur

- Ang, Ien (1991): *Desperately Seeking the Audience*. Routledge, London/New York.
- Aristoteles (1995): *Rhetorik*. Übersetzt, mit einer Bibliographie, Erläuterungen und einem Nachwort von Franz G. Sieveke. 5. Aufl. Wilhelm Fink Verlag, München.
- Bourdieu, Pierre (1983/1993): "The field of cultural production, Or: the economic world reversed". Her sitert etter Bourdieu, Pierre: *The field of cultural production. Essays on art and literature*, side 29-73. Polity Press, Cambridge.
- Bourdieu, Pierre (1996): *Sur la télévision. Suivi de L'emprise du journalisme*. Liber editions, Paris.
- Bradac, James J. (ed.) (1989): *Message Effects in Communication Science*. Sage Publications, London.
- Bruhn Jensen, Klaus (1995): *The Social Semiotics of Mass Communication*. Sage Publications, London.
- Burgoon, Michael (1989): "Messages and Persuasive Effects", i: Bradac, James J. (ed.): *Message Effects in Communication Science*, side 129-164. Sage Publications, London.
- Eco, Umberto (1962): *Opera aperta - Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*. Bompiani, Milan.
- Eco, Umberto (1979/1984): "The role of the reader". Her sitert fra Eco, Umberto (1984): *The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of Texts*. Indiana University Press, Bloomington.
- Eco, Umberto (1994): *Six Walks in the Fictional Woods*. Cambridge, Harvard University Press, Mass.
- Fafner, Jørgen (1977): *Retorik - Klassisk og moderne*. Akademisk Forlag, København.
- Fafner, Jørgen (1982): *Tanke og tale. Den retoriske tradisjon i Vesteuropa*. Reitzel, København.
- Fafner, Jørgen (1995): "Retorik og billedkunst". *Modersmål-Selskabets Årbog*, side 38-63.
- Fafner, Jørgen (1997): "Retorikkens brændpunkt". *Rhetorica Scandinavica* nr. 2, side 7-19.
- Foght Mikkelsen, Jan (1997): "Udkast til en formidlingsetik", i: *Mediekultur* nr. 26, side 70-77.
- Gadamer, Hans Georg (1967): "Retorik, Hermeneutik und Ideologiekritik. Metakritische Erörterungen zu 'Wahrheit und Methode'". *Gadamer, Hans-Georg Kleine Schriften. Bd. 1*. Mohr, Tübingen.
- Gadamer, Hans Georg (1971): "Replik". Habermas, Jürgen et al. (eds.) *Theorie-Diskussion: Hermeneutik und Ideologiekritik*, side 283-317. Suhrkamp, Frankfurt/Main.
- Gentikow, Barbara (1997): "Bourdieu om journalistikk og fjernsyn". *Norsk Medietidsskrift*, nr. 1, side 186-189.
- Gripsrud, Jostein (ed.) (1996): *The Current Status of the Rhetorical Tradition. Working Papers - no. 1*. Universitetet i Bergen, Bergen.
- Hall, Stuart (1973): "Encoding/decoding in Television Discourse". Paper, CCCS; reprint bl. a. i Hall, Stuart et al. (eds.) (1981): *Culture, Media, Language*. Hutchinson, London.
- Heradstveit, Daniel & Tore Bjørge (1987): *Politisk kommunikasjon. Introduksjon til semiotikk og retorikk*. Tano A.S., Oslo.
- Holub, Robert C. (1989): *Reception Theory. A Critical Introduction*. London, Routledge, New York.
- Hultén, Britt (1989): "Massmedieretorik. En färd i textens landskap mellan textfabriker och skapande journalistik". *Nordicom-Nytt* nr. 3/4, side 13-27.
- Iser, Wolfgang (1970/1981): "Die Appellstruktur der Texte. Unbestimmtheit als Wirkungsbedingung literarischer Prosa". Konstanz. Her sitert etter den danske oversettelse i Olsen, Michael & Gunver Kelstrup (red.) (1981): *Værk og læser*, side 102-133. Borgen, København.
- Iser, Wolfgang (1972): *Der implizite Leser. Kommunikationsformen des Romans von Bunyan bis Beckett*. Fink, München.
- Iser, Wolfgang (1976): *Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung*. Fink, München.
- Jauss, Hans Robert (1969): "Paradigmawechsel in der Literaturwissenschaft". *Linguistische Berichte* no. 3, side 44-56.
- Jauss, Hans Robert (1975): "Der Leser als Instanz einer neuen Geschichte der Literatur". *Poetica*, vol. 7, no. 3-4, side 325-344.
- Johannesen, Georg (1987): *Rhetorica Norvegica*. Cappelen, Oslo.
- Johannsson, Kurt (1990): *Retorik eller konsten att övertyga*. Norstedts, Stockholm.
- Jørgensen, Charlotte & Merete Onsberg (1987): *Praktisk argumentation*. Teknisk Forlag, København.
- Jørgensen, Charlotte, Kock, Christian & Lone Rørbech (1994): *Retorik der flytter stemmer. Hvordan man overbeviser i offentlig debat*. Gyldendal, København.
- Kittang, Atle (1996): "Kenneth Burke and traditional rhetoric". Gripsrud, Jostein (ed.) (1996): *The Current Status of the Rhetorical Tradition. Working Papers - no. 1*, side 119-136. Universitetet i Bergen, Bergen.
- Kock, Christian (1995): "Spildte spalter. Om dagbladens billedretoriske armod". *Modersmål-Selskabets Årbog*, side 9-21.

- 
- Kock, Christian (1997): "Retorikkens identitet som videnskap og uddannelse", i: *Rhetorica Scandinavica* nr. 1, side 10-19.
- Lasswell, Harold (1948): "The structure and function of communication in society". Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York, Harper.
- Lindhardt, Jan (1975): *Retorik*. Berlingske Forlag, København.
- Lundgren, Kristina (1997): "Diskursanalys vs. massmedieretorik". *Rhetorica Scandinavica* nr. 2, side 64-76.
- Morley, David (1992): *Television, Audiences & Cultural Studies*. London, Routledge, New York.
- Nerman, Bengt (1973): *Massmedieretorik*. Almqvist & Wiksell, Stockholm.
- Ong, Walter J. (1982/1991): *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. London: Methuen & Co Ltd. Her sitert etter reprint 1991, Routledge, London and New York.
- Ottmers, Clemens (1996): *Rhetorik*. J. B. Metzler, Stuttgart, Weimar.
- Roksvold, Tore (1989): *Retorikk for journalister*. Cappelen, Oslo.
- Roloff, Michael E. & Gerald R. Miller (eds.) (1980): *Persuasion: New Directions in Theory and Research*. Sage, Beverly Hills/London.
- Rommetveit, Ragnar (1992): "Outlines of a dialogically based social-cognitive approach to human cognition and communication", i: Wold, Astri Heen (ed.) *The Dialogical Alternative. Towards a Theory of Language and Mind*, side 19-44. Scandinavian University Press, Oslo.
- Schwebs, Ture & Helge Østbye (1995): *Media i samfunnet*. 3. utgåva. Samlaget, Oslo.
- Wold, Astri Heen (ed.) *The Dialogical Alternative. Towards a Theory of Language and Mind*. Scandinavian University Press, Oslo.
-