

Igangværende receptionsforskning

Carsten Hansens oversigtsartikel over dansk receptionsforskning i dette nummer beskæftiger sig dels med afsluttede projekter, dels med igangværende projekter som er tilgængelige i form af tidskriftartikler og delrapporter.

Som supplement til oversigtsartiklen har redaktionen bedt en række forskere om kort at beskrive deres igangværende receptionsforskningsprojekter, som endnu ikke er afrapporterede, og hvor en projektmanchet kan have interesse for andre medieforskere og -undervisere.

Nedenfor følger seks projektbeskrivelser, der hver især gør rede for projektets formål og ide, dets teoretiske grundlag og metodiske design, samt evt. foreløbige resultater:

Claus Buhl, Modtagernes reklame

Kirsten Drotner, Unge hverdagsæstetiske kulturproduktion

Anne Jerslev, Unge og fiktionsfilm

Ulrik Lehrmann, Den læsende arbejder 1870-1900

Tove Arendt Rasmussen, Mediereception - æstetik, kontekst og
betydningsproduktion

Birgitte Tufte, TV og video i undervisningen

Modtagernes reklame

Af Claus Buhl, Forskningsstipendiat ved Institut for Afsætningsøkonomi, Handelshøjskolen i København.

I løbet af vort århundrede har den trykte reklame udviklet sig til i højere og højere grad at basere sin henvendelse til modtageren på fiktion. Reklamen peger således på en og samme tid på en vare, som kan købes i den empiriske virkelighed, og på et fiktionsfyldt univers, som udelukkende når sin virkelighed i modtagerens receptionsproces.

Mit empirisk funderede receptionsæstetiske projekt opstiller derfor to fundamentale forskningsfelter: for det første en undersøgelse af, hvorledes den fiktionsfyldte annonce overhovedet muliggør en række legitime, men forskellige læsninger. Jeg knytter her an til en fænomenologisk text-læser proces teori inspireret af Roman Ingarden og Wolfgang Iser. Dernæst en undersøgelse af, hvorledes de udlæste betydninger knytter sig til den annoncerede vare og modtagerens øvrige materielle og immaterielle kulturelle sammenhænge. Også her er den fænomenologiske tradition, med Alfred Schutz og Peter Berger som centrale figurer, det generelle teoretiske grundlag.

Men modtagernes reklame er ikke alene en teoretisk konstruktion. I mit projekt støtter jeg mit til en række kvalitative interviews, som jeg har foretaget med udgangspunkt i 9 forskellige ugebladsannoncer (for kreditkort, dyner, madrasser, undertøj og guldsmykker). Jeg har først interviewet annoncernes kreatører på reklamebureauet for derigennem at afdække hensigter, kommunikationsstrategier og forestillinger om modellæsere. Dernæst har jeg hos et analyseinstitut fået udtrykt en række empiriske modtagere ud fra karakteristika hos afsenderens modellæsere, og interviewet disse om deres forståelse og brug

af ugebladsannoncerne og reklamen generelt. - Det procesorienterede textbegreb søges således forankret på såvel afsender- som modtagersiden, ligesom varernes og de udlæste betydnings generelle rolle som kulturelle ankerpunkter søges afdækket. Projektet ventes afsluttet sommeren 88.

Unge hverdagsæstetiske kulturproduktion

Af Kirsten Drotner, Forskningsstipendiat ved Institut for Kultursociologi, Københavns Universitet.

Som led i mit treårige forskningsprojekt, har jeg undersøgt en gruppe unges video/filmproduktion og -reception.

Ud fra en tese om, at æstetisk produktion perspektiverer og nuancerer æstetisk reception, er formålet med min undersøgelse at beskrive og analysere unges egen videoproduktion: Hvad er deres (køns)forskellige æstetiske præferencer? Hvilken subjektiv betydning har videoproduktionen for de unge?

Ungdomsgruppens video/filmreception er undersøgt som produktionens umiddelbare kontekst ud fra bl.a. Helmut Hartwigs arbejde vedrørende kreativitet og æstetik.

Metodisk bygger projektet på henholdsvis (1) en spørgeskemaundersøgelse, (2) deltagerobservation, (3) dybdeinterviews, samt (4) (med)produktion af en video.

Mine foreløbige resultater viser (1) tydelige og forudsigelige kønsforskelle i ungdomsgruppens videoreception, samt (2) tendens til opbrud i disse forskelle under produktionsforløbet, hvor drengene indlever sig i og identificerer sig med fiktionen til en vis grad.

(fortsættes)

LITTERATUR:

K. Drotner, "Når unge skaber sig - selv". In.: J. Bay m.fl., red.: Ungdomskultur: forskningsår bog 1985 København: Borgen 1985).

K. Drotner, "Unge skaber video: hverdag, æstetik, erfaring". Paper ved 8. nordiske konference for massekommunikationsforskning, Finland 1987.

Unge og fiktionsfilm - i skolen og udenfor skolen.

Af Anne Jerslev, kandidatstipendiat ved Danmarks Lærerhøjskole, København.

Mit projekt er et sammenhængende receptionsforsknings- og mediepædagogiske projekt. Metodisk er det kvalitativt; det har en lille gruppe unge i en af folkeskolens ældste klasser som baggrund og interessefelt, og mediemæssigt drejer det sig udelukkende om fiktionsfilm.

Min samlede og sammenhængende problemstilling er to-leddet formuleret:

1) at diskutere: Hvordan kan film og TV (video) som en del af elevernes fritidskultur komme til at indgå i en undervisning, der kan give eleverne et mere reflekteret forhold til deres massemediebrug.

2) at foretage en beskrivelse af, såvel som en teoretisk og historisk konkret diskussion af kønsspecifikke forskelle i mediereception.

I forhold til sidstnævnte problemstilling undersøger jeg - på baggrund af observationer af seningsituationen i skolen, observationer af og båndoptagelser af de efterfølgende klassediskussioner og på baggrund af kvalitative interviews med eleverne (bl.a. om deres mediebrug i fritiden)-de unges fortolkninger af de medieprodukter, de bruger i forskellige sammenhænge/kontekster, ud fra følgende

spørgsmål: Hvad er det for en ny tekst og en ny sammenhæng, der produceres i mødet med fiktionsprodukterne? Hvad betyder den specifikke sammenhæng for arten af den tekst der produceres. Og: På hvilken måde kan pigernes og drengenes umiddelbare perception, filmoplevelsen, de emotionelle og kognitive bearbejdningsprocesser den sætter i gang, og den kulturelle sammenhæng, som filmreceptionen udgør, siges at have kønsspecifikke træk?

Præcist i forhold til mine unge sker den aktive forarbejdning af medieprodukterne ind i skabelsen af en rituel og symbolfyldt - ungdomskulturel - sammenhæng, som medieproduktet producerer, men som det på den anden side kun er en del af. Hvor ungdomspublikummet - på forskellig vis afhængigt af køn - altså spiller med og mod medieproduktet. Og her er det en pointe i mit materiale, at denne sammenhæng etableres, hvadenten mediebrugen foregår i skolen, hjemme foran videoen eller i biografen. Men naturligvis på forskellig vis afhængigt af de (institutionelle) rammer for udfoldelsen som sammenhængen sætter. Men målet er både i den skole- og den fritidssammenhæng, jeg analyserer nydelse.

Det er min centrale teoretiske hypotese om den nydelsesfulde reception i, hvad jeg vil kalde medieungdomskulturen - (på baggrund af et igangværende forsøg på at kombinere Roland Barthes' plaisirbegreb med David Morleys tanker om afkodningspositioner og "preferred readings") - at hver ung på den ene side unikt kan aktualisere sin del betydningspotentiale i medieproduktet. På den anden side spiller det snævre og vide kulturelle fællesskab, den unge er en del af (i snæver forstand den umiddelbare receptionssammenhæng og i vid forstand den fælles massemedieale dannelse) med. Og det gør ligeledes den vifte af afkodningsmønstre, betydningsstrukturerne i værket lægger op til.

Det vil altså sige, at et felt i mit projekt også er - både alment historisk og i forhold til mit materiale - at begrebsliggøre og at diskutere den (be-

vidste og ubevidste) kulturelle/æstetiske dannelse af de unge mænd og kvinder som seere.

Den læsende arbejder 1870-1900

Af Ulrik Lehrmann, adjunkt ved Center for Massekommunikation, Københavns Universitet.

Projektet er en historisk anlagt receptionundersøgelse i tidlig masseunderholdning i form af masselitteraturlæsning blandt byarbejdere. Sigtet hermed er dels at belyse en side af den tidlige danske massekultur, dels at belyse byarbejdernes kulturelle horisont.

Det teoretiske grundlag for projektet er en kombination af litteratursociologiske, receptionshistoriske/-æstetiske og bevidsthedshistoriske synsvinkler.

Mere konkret handler projektet om afdekning af henved 600 københavnske arbejders litteraturlån i Arbejdernes Læseselskab i 1882-84, idet arkivmateriale fra denne forening gør det muligt at følge boglånene på personniveau. Resultaterne fra denne undersøgelse vil indgå i en bredere perspektivering af arbejderklassens forbrug af skønlitteratur (arbejderlæseforeninger i provinsen, føljetonugeblade m.m.).

Mediereception - æstetik, kontekst og betydningsproduktion

Af Tove Arendt Rasmussen, Aalborg Universitetscenter.

Projektet tager udgangspunkt i udviklingen indenfor kulturproduktionen. Den moderne TV-fiktions stadig mere fragmenterede fortælleformer søger at

fixere sit publikum vha. dynamisk og æstetisk fortætning i produkternes enkelte sekvenser. Der er en tendens til, at ikke blot den klassiske vestlige skabelon for dramatisk opspænding frem mod klimaks og afslutning, men også søgningen mod stringens og sammenhængende tolkningssystemer sættes ud af spillet. Det samme fænomen kan iagttages indenfor dele af filmproduktionen, men i forsinket og knapt så klar form.

Når kulturprodukterne anskues udfra et receptionsperspektiv bliver de centrale spørgsmål: Hvad kan publikum bruge den moderne industrielle æstetik til? Hvilke oplevelsespotentialer skabes i den åbne produktstruktur - bliver seerens bevidsthed og betydningsarbejde i receptionen en garanti for produktion af sammenhængende betydningsuniverser - eller er der tale om et omfattende betydningsstab i form af reduceret symbolværdi, hvor oplevelsen determineres og fastholdes på et metaplan: Et spil med lige-gyldige betydningskomponenter??

Disse spørgsmål kan ikke besvares i den generelle form, de er stillet - der er snarere tale om en udviklingsproces, hvor vi kan iagttage ambivalente ønsker og behov hos publikum. Det er projektets overordnede tese, at de moderne fiktionsformer afkræver publikum et omfattende arbejde - både i form af fortælleteknisk overblik og æstetisk bedømmelse, samt at disse aktiviteter udfoldes optimalt i en kollektiv situation, hvor den enkelte kan demonstrere sin afkodningskompetence i et socialt rum. TV- og videoreception i private og hjemlige omgivelser betyder, at mediereception kun er én ud af flere kommunikative processer: De "små" audiovisuelle medier må i modsætning til biografens film leve med at fungere som situationel kontekst - og ikke bare som tekst.

Den sociale forarbejdning af medieproduktet i en kollektiv receptionssammenhæng er et betydningsmæssigt "merprodukt", som både indeholder konkrete afkodningsformer og interpersonelle gruppespecifikke værdisystemer og defini-

tioner. Projektets empiriske design er lagt an på at gribe disse sociale aspekter af receptionen, og det primære værktøj er observation og videoobservation i selve receptions-konteksten. Nærmere bestemt undersøges en gruppe store drenges reception af videofilm i en ungdomsklub - både med henblik på de konkrete socialpsykologiske spil, der konstruerer situationen, og med henblik på de dybdepsykologiske faktorer, som betinger denne proces.

TV og video i undervisningen -
Udvikling og evaluering af et
pædagogisk forløb til undervisning i TV-forståelse på folkeskolens 8.-10. klassetrin, baseret på en undersøgelse af TV- og videopræferencer.

Af Birgitte Tufte, adjunkt ved Danmarks Lærerhøjskole, København.

Det er projektets mål - med udgangspunkt i børns brug og oplevelse af de elektroniske medier - at udvikle en mediepædagogik, der skal tjene til at øge forståelse hos børn og unge for mediernes funktion, set i et samfundsmæssigt og individuelt perspektiv.

Der er altså tale om en fritidsundersøgelse, der skal tjene til at beskrive sammenhæng mellem medieforbrug, fritidsaktiviteter i øvrigt og elevernes præferencer - især mht. levende billeder (TV, video og biograf) - OG en beskrivelse og evaluering af et undervisningsforløb, der er udviklet på basis af undersøgelsens resultater.

Til at belyse de to områder er der indsamlet følgende empiri:

Kvantitative data:

Spørgeskemaer - tjener til at give oplysninger om fritidsadfærd samt til at tegne en profil af stor/lavforbrugere af TV/video (dreng-piger)

TV-ugeskemaer - Kvantitativ beskrivelse af børns præferencer. Danner til dels grundlag for undervisningsforløb (analyse af TV-præferencer).

Kvalitative data:

- 1) Stile
- 2) Indholdsanalyser af TV- og videopræferencer
- 3) Indholdsanalyser af børnenes video-produktioner
- 4) Strukturerede interviews med lærere
- 5) Uformelle interviews med elever
- 6) Klasserumsobservation

Projektets resultater fortolker jeg og relaterer i forhold til de oprindeligt formulerede teser og i forhold til en teoretisk refleksionsramme, som jeg hele tiden forsøger at justere i overensstemmelse med den indhentede empiris udsagn.

Teoretisk arbejder jeg på et humanistisk grundlag med litteratur- og tekstanalysen som oprindeligt udgangspunkt. Jeg har i mit projekt inddraget nyere socialisationsteori og teorier om ungdom samt mediet teori og mediepædagogisk teori.

Mht. det første drejer det sig især om den tyske socialisationsteori, som er udviklet i forlængelse af Frankfurter- og Hannoverskolen og om de ungdomsteorier, som er udviklet af Birminghamskolen. Desuden inddrager jeg nyere teorier om kommunikation og medier - med modtagernes oplevelse og forståelse af mediernes indhold som det centrale punkt.

Med afsæt i den internationale og danske forsknings- og undervisningsmæssige debat vedr. teori, metode, læseplaner m.m. vedr. området "Mediepædagogik" håber jeg - med afslutningen af mit projekt - at kunne præsentere nogle tanker, der kan tjene til en videreudvikling af en mediepædagogik, som teoretisk, metodisk og i forhold til fagene kan være af relevans for den danske folkeskole.

Foreløbige resultater er offentliggjort: "MedieKultur 4: "Girls and Electronic Mass Media"

"MedieKultur 6: "TV som dåseåbner - og som kuglepen...."

"Ungdomsflimmer - ny ungdom, nye medier". Dansk lærerforening 1987: "TV og følelserne".

Modtagerforskning og kulturstudier

OM KVANTITATIV OG KVALITATIVE TILGANGE I DANSK MEDIEFORSKNING

Af Jørgen Bang

Dansk medieforskning går i mange henseender sine egne veje. Det gør sig også gældende i receptionsforskningen. Hvor forholdet mellem kvantitative og kvalitative metoder står på dagsordenen i den internationale debat om modtagerforskningen, fokuseres der i den danske diskussion på forholdet mellem den æstetiske analyse af teksten og empiriske studier af modtagernes forståelser og oplevelser. Gennem personsammenfald glider de to diskussioner imidlertid ind i hinanden.

I denne artikel forsøger Jørgen Bang at rede trådene ud fra hinanden for derefter at vurdere, hvilke muligheder der ligger for en dialog mellem de forskellige forskningstraditioner.

På den ene side argumenterer han for nødvendigheden i at forlade den traditionelle humanistiske kulturopfattelse, hvor der opereres med et absolut skel mellem kunst og kulturindustri, til fordel for en antropologiske kulturopfattelse, der fokuserer på mediernes funktion i forskellige befolkningsgruppers livssammenhæng. På den anden side ønsker han at fastholde den humanistiske forståelse af, at medieteksten iscenesætter intersubjektive forestillinger blandt de seere/lyttere/læsere, som lader sig 'fange ind' af den. På hvilke sociale, psykologiske og tekstuelle betingelser selve tilegnelser sker, mener han imidlertid fortsat er et uafklaret spørgsmål, som kun en empirisk orienteret modtagerforskning kan finde svar på.

Modtagerforskning er også kulturstudier. Og i det perspektiv kan den overskride og overbygge de modsætninger, som hersker mellem samfundsvidenskabelige og humanistiske forskningstraditioner, og mellem metodiske tilgange af henholdsvis kvantitativ og kvalitativ karakter.