

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...."

"Ungdomsflimser - 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 befolkningsgrubbers 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.

Medieforskning som kulturforskning flytter interessen fra såvel medieprodukternes effekt som deres iboende kvalitet til selve til-egnelsen. Den betydningsdannelse, som modtagerne medvirker i på det individuelle og det kulturelle niveau, sættes i centrum, og modtagerforskningens opgave bliver at forklare processen i dens historiske, sociale, psykologiske og tekstuelle dimensioner.

At undersøge mediemodtagelsen i et kulturelt perspektiv forudsætter imidlertid en tværfaglighed, som det er vanskeligt at etablere, fordi de teoretiske og metodiske positioner står så langt fra hinanden og bygger på så forskellige forståelser. Ikke desto mindre er det det perspektiv, jeg vil fastholde i den følgende diskussion af kvantitative og kvalitative tilgange i modtagerforskningen.

#### To samtidige diskussioner

Egentlig foregår der i den danske medieforskning to diskussioner i øjeblikket. Dels en udløber af en international - overvejende engelsk-amerikansk - konfrontation mellem kvantitative og kvalitative metoder, dels et rent dansk opgør om empiriske eller tekst-analytiske tilgange til receptionen.

De flittigste deltagere i den internationale diskussion er de to angelsaksisk orienterede medieforskere Klaus Bruhn Jensen og Kim Schrøder, (jf. Jensen (1986)(1987,a) & (1987,b) og Schrøder (1986,a) & (1986,b)).

Ihærdigt forfægter Klaus Bruhn Jensen synspunktet, at kvalitative interview-undersøgelser i teoretisk og metodisk henseende er forskellige fra, men på niveau med de kvantitative.

Centralt i denne diskussion mellem en samfundsvidenskabelig og en humanistiske forskningstradition står verifikationsproblematikken. Den kvantitative tilgang til mediemodtagelsen, som sociologerne anlægger, kan med henvisninger til diverse statistiske metoder sandsynliggøre, at de indsamlede resultater faktisk er dækkende for seerne/lytterne/læserne. Den kvalitative tilgang kan ikke på

tilsvarende vis dokumentere rigtigheden af sine iagttagelser, men må argumentere for dem kohærent og logisk med løbende henvisning til den bagved liggende teoretiske hypotese. I metodisk henseende synes forskellen mellem kvantitative og kvalitative tilgange således uovervindelig.

Ser man på de teoretiske positioner, som ligger bag den kvantitative tilgang i modtagerforskningen, er afstanden til de teoretiske hypoteser, som den kvalitative modtagerforskning bygger på, imidlertid blevet mindre i de seneste år. I bevægelsen fra effektforskningens forestillinger om et passivt modtagende publikum, tydeligst i den såkaldte 'kanyle-teori', over et semi-passivt i 'opinionsdanner-teorien', til 'uses-and-gratifications'-forskningens teorier om et publikum, der bruger medierne til at opfylde deres behov, har den sociologiske modtagerforskning nærmet sig humanistiske forestillinger om modtagerne som producenter af mening og betydning.

Symptomatisk er det også, at én af 'uses-and-gratifications'-forskningens grand old men: Elihu Katz i sine seneste projekter, der er i samarbejde med henholdsvis Tamar Liebes (1984) (1986) og Daniel Dayan (1985), har taget såvel det kvalitative interview som den semiologiske indholdsanalyse op.

En tilsvarende tilnærmelse mellem samfundsvidenskabelige og humanistiske positioner med henblik på en fælles teoriudvikling gør Kim Schrøder sig til talsmand for. Men han markerer klart, at udgangspunktet ligger i den faktiske reception (1984):

En TV-udsendelses 'indhold' er i sig selv ligegyldigt, det interessante og væsentlige er, hvordan seerne oplever indholdet, for heraf afhænger udsendelsens funktioner i samfundslivet.

Samme holdning indtager han i den danske debat. Citatet stammer fra artiklen "Et måleinstrumentes anvendelighed - og 'den ideologiske seismograf'" (1984), som netop er et opgør med dansk medieforsknings - in casu Morten Giersings TV i USA (1982) - forkærlighed for at deducere modtagelsen i direkte forlængelse af indholdsanalysen.

Modsatningen mellem kvantitative og kvalitative metoder, mellem samfundsvidenskabelige og humanistiske forskningstraditioner spiller en mindre rolle i den danske diskussion, end det interne humanistiske opgør mellem en empirisk anlagt - og angelsaksisk inspireret - modtagerforskning og en tekstanalyse, der mener at kunne bestemme medieprodukternes virkning udfra en æstetisk analyse af indhold og form.

### Kritisk teori og amerikanske TV-serier.

Karakteristisk for den danske diskussion er, at den primært drejer sig om fiktion. Det stærke islæt i dansk medieforskning af humanister - ikke mindst med baggrund i litteratur og film - lader sig ikke fornægte. Dagsordenen for diskussionen sættes i stor udstrækning af Frankfurterskolens kritisk teori med dens modvilje mod kulturindustrielle produkter, idet den mere end andre har været inspirationsgrundlaget for den kritiske danske medieforskning fra 1970'erne og fremefter.

Med sin angelsaksiske tilgang til studiet af seernes brug af en amerikansk TV-serie som Dollars i "The Pleasure of Dynasty: The Weekly Rekonstruktion of Self-cinfidence" (1986,c) (delvis foregrebet i Dagbladet Informations kronik "Dallas og Dollars er ikke så tossede" (23.8.85) (1985)) udfordrer Kim Schrøder den dominerende danske tradition for udforskning af amerikanske TV-fiktionsserier.

I december 1986 går Kim Schrøder frontalt til angreb på Informations anmelder Hans-Jørgen Nielsen i endnu en kronik: "Dollars og danskerne" (19.12.86) (1986,d). Anledningen er en stor anmeldelse af Dollars nr. 127, hvor Hans-Jørgen Nielsen efter en længere analyse af seriens indhold og form på seernes vegne siger: "Nok! Nu til noget andet, tak" (2.12.86)<sup>1)</sup>. Det er anmeldelsens iboende foragt for de seere, som vitterligt ser serien søndag efter søndag, som kalder Kim Schrøder på banen. Hans-Jørgen Nielsen på sin side kan i Kim Schrøders synspunkt til gengæld ikke se andet end en flad populisme, som i sidste instans går medieproducenternes

ærinde. Der er således modsætninger nok til, at debatten kan køre over flere omgange ind i 1987.



*Magisterbladet 3, 1987*

I et forsøg på at rede trådene ud og skabe niveau i Dollars-diskussionen blander Ib Bondebjerg sig med en kronik "Aristokratisk radikalisme - aristokratisk populisme" (22.1.87). Han krediterer modtagerforskningen - især den kvalitative - for at have fokuseret på, "at afkodning og betydningsdannelse sker i forlængelse af kulturelt og socialt dannede konventioner, der varierer i klasser, grupper og lag". Men i samme åndedræt bebrejder han Kim Schrøder, at han tildeler seernes forskelligartede reaktioner en suveræn status og opgiver den kritiske perspektivering og den selvstændige analyse af TV-teksten.

Samtidig benytter Ib Bondebjerg lejligheden til at fremhæve den ældre Adorno's receptionsanalytiske tese om TV-seerens dobbelte bevidsthed: "på en gang en fascination og samtidig en kritisk distance". Og denne dobbelthed mener han, bl.a. med henvisning til Dieter Prokops teorier, kan fremanalyseres direkte i TV-tekstens visuelle sprog. Jf. også Ib Bondebjergs "Den elektroniske fiktion.

Æstetik, fascination og ideologi i TV-serierne 'Dallas' og 'Heimat'" (1987,b) og "Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning" (1988, trykt i dette nummer af MedieKultur), hvor han uddyber sine synspunkter.

To centrale temaer træder frem i denne danske diskussion. For det første spørgsmålet om kvalitet. Har teksterne en kvalitet i sig selv? Eller er der kvalitative forskelle på oplevelsen af dem? Og i givet fald er det så teksten eller modtageren, som bestemmer oplevelsens kvalitet? For det andet spørgsmålet om det kvalitative interviews status. Er det modtagernes spontane reaktioner, som indfanges? Eller fremprovokerer interviewerens synspunkterne? Eller er det noget helt tredje, som foregår i samtalen om mediereceptionen?

#### Kvalitetsdiskussionen

I artiklen "Den elektroniske fiktion. Æstetik, fascination og ideologi i TV-serierne 'Dallas' og 'Heimat'" (1987,b) konkluderer Ib Bondebjerg:

"Andre kvalitative receptionsanalyser af Dallas og Dollars viser klart, at afkodningen af den slags produkter er aktiv, og at kliche- og signalprodukterne spiller en mere positiv og forskellig rolle i folks oplevelse, end man skulle tro: de giver en momentan oplevelse af plot-beherskelse og spænding, der kan give stof til samtale og socialt samvær. Men selv om disse analyser viser, at fordømmelsestesen ikke er holdbar, så går de uden om, at den kvalitative oplevelses- og erkendelses-værdi slet ikke står i rimeligt forhold til den plads og tid disse produkter okkuperer på det internationale billedmarked. Forsknings- og mediepolitisk at satse på at legitimere disse produkters relative harmløshed og brugsværdi, uden at pege på deres æstetiske elendighed og på det forhold at de overfladisk opfylder et oplevelses- og erfaringsbehov, som andre og bedre produkter med betydeligt mere kvalitativt gennemslag kunne udfylde - ja det er at overgive sig til populismen og forråde den sande folkelighed".

Til trods for lydhørhed overfor den kvalitative modtagerforsknings resultater ender han med at fastholde en formel-æstetisk position. Groft sagt er der to formel-æstetiske retninger, en 'smagende', normativ med en kunststopfattelse, der kan føres tilbage til feudallismens repræsentative offentlighed, og en radikal, der opfatter æstetik som sanselig erkendelse. Det er den sidste Ib Bondebjerg er beslægtet med.

Med henvisning til erkendelses-værdien i medietilegnelsen som et kvalitetskriterium tildeler han én tilegnelsesmåde fortrin frem for andre: nemlig den kontemplative. Det gode værk er det, som i det æstetiske udtryk fremmer kontemplationen og dermed erkendelsen.

Ved at følge Adorno-traditionen i denne sag sætter han imidlertid parentes om en anden indsigt i forholdet mellem kulturindustri og bevidsthedsdannelse, som vi også fik i 70'erne fra tysk side: Brecht, Benjamin, Bloch traditionen, som blev videreført af Negt og Kluge og af kritiske socialpsykologer som Brückner. De påpegede bl.a., at kontemplationen som tilegnelsesmåde forudsætter en jeg-styrke, som det af sociale grunde er de færreste i dette samfund forundt at oparbejde. I dette lys er den indtagne position altså ikke alene formel-æstetisk, men tillige elitær.

Et tilsvarende opgør med den elitære kunstopfattelse når Pierre Bourdieu frem til på sociologiske præmisser i La distinction (1979) (jf. Michael Skovmands artikel: "Bourdieu og Medie/Kulturforskningen" (1988), trykt i dette nummer). Og i artiklen "Kulturnationalisme og internationalisme" (1987) skriver den engelske medieforsker Nicholas Garnham:

"Vi må dog også indse, at staten udgør et område for politisk og kulturel kamp, og at megen konkret statslig kulturel indgriben i realiteten har været en påtvingelse af en elitekultur, som er blevet oplevet som undertrykkende af arbejderklassen og marginale sociale grupper, som er blevet bedre betjent af markedet. Det er ofte netop disse grupper, der har følt sig tiltrukket af den amerikanske kultur".

På den ene side deler Kim Schrøder denne kritiske opfattelse af elitekulturen i artiklen "Oplevelsens kvalitet. Om kvalitetskriterier i kunst og kulturindustri" (1988, trykt i dette nummer), men på den anden side går han seriøst ind i diskussionen af kvalitetskriterier:

Ethvert fiktionsprodukt, der er i stand til at udløse oplevelser eller læsninger, der i væsentligt omfang indeholder disse tre dimensioner, (den etiske, æstetiske og ekstatiske (JB)), da siges at besidde kulturel kvalitet for de pågældende læsere. Ethvert kulturprodukt, der udløser læsninger, der indeholder mindre end tre af de nævnte dimensioner, må følgelig siges at besidde lavere, ringe, eller ingen kulturel kvalitet for de pågældende læsere.



Og han fortsætter:

I det her fremførte kvalitetsbegreb ligger der et afgørende brud med hidtidige forestillinger om kvalitetsnormernes almengyldighed, selvom der for så vidt blot er tale om, at begrebet bringes i overensstemmelse med den indlysende smagsmangfoldighed, som enhver kan iagttage omkring sig.

Individualiseringen af kvalitetsbegrebet er en naturlig konsekvens af hans overordnede projekt (jf. de tidligere nævnte artikler), men det undrer, at han engagerer sig så stærk i en diskussion, som er projektet så fremmed.

Den kulturforståelse, Kim Schrøder refererer til bl.a. gennem henvisninger til Raymond Williams - én af 'the founding fathers' til den engelske tradition for 'cultural studies', er den dynamiske, antropologiske, hvor kultur anskues som de processer, der foregår mellem mennesker og skaber sammenhæng i deres liv. Kvalitetsdiskussionens rammer er derimod sat af den klassisk humanistiske kulturforståelse, hvori der fokuseres på frembringelserne - værkerne, og hvor kun de bedste - dvs. de, der fremmer kontemplationen, selvrefleksionen - får status af kultur; resten, som kun giver oplevelse, er kulturindustri.

To forskellige videnskabelige paradigmer står her overfor hinanden. Kim Schrøders problem er, at han forsøger at diskutere på det andet paradigmes betingelser. Dette fører sidst i artiklen til nogle absurditeter, når seernes medievalg sidestilles med parlamentsvalg. I forsvaret for den enkltes ret til at have sin egen smag og få sine egne oplevelser ud af at se TV, skipper han alle forestillinger om mere overordnede mytologiske og ideologiske strukturer. Hans seer-samfund får betænkelige lighedspunkter med den borgerlig-liberale samfundsmodel, hvor vi alle er selvstændige småproducenter.

På dette punkt åbner Kim Schrøder for den kritik, som Niels-Aage Nielsen fremfører mod de nye tendenser i dansk medieforskning i artiklen "Lille magt, men stort imperium" (1987) for at have dropet forestillingerne om, at TV har en ideologisk magt.

### Den aktive seer/lytter/læser

Niels-Aage Nielsen var en af de første i dansk medieforskning til at anvende det kvalitative interview i rapporten Seriesening i TV (1982). Samtidig har han også været den første til at gøre opmærksom på farerne ved den kvalitative tilgang i modtagerforskningen (1984) (1987).

Han påpeger, at den betydningsdannelse og medskabende mangfoldighed, som receptionsforskerne så begejstret fremhæver som udtryk for seernes/lytternes/læsernes aktive og selvstændige tilegnelse, i stort omfang skabes i selve interview-situationen og på interviewerens betingelser.

Mine erfaringer fra en empirisk undersøgelse af fiktionstilegnelse i TV (gennemført i februar 1987) peger også i den retning. Samme spørgsmål blev stillet i en sprøgeskemaundersøgelse administreret af Analyseinstituttet AIM og i åbne interviews, som jeg selv gennemførte. I sprøgeskemaerne svarede ca. en fjerdedel 'ved ikke', mens jeg i alle mine interviews gennemgående fik fyldige og resonnerede svar. Det ligger i selve samtalens form mellem to personer over en kop kaffe. Og i denne sammenhæng skal man endda være opmærksom på, at også AIM's spørgere initierer en betydningsdannelse hos seerne, som måske ikke er der på forhånd.

I de hidtil gennemførte kvalitative receptionsundersøgelser fungerer det kvalitative interview bedst til at afdække forståelsesproblemer og betydningsdannelser i nyhedsudsendelser. Sagsforholdet og kommunikationshandlingen i den type udsendelser er relativt gennemskuelige, fremstillingsformen kendt og virkelighedsreferencerne rimeligt fortrolige. Langt hen forholder nyhedsudsendelserne sig til en hverdagsbevidsthed og en common-sense-forståelse, som også er seernes. I al fald står det efterhånden klart, at jo mere de gør det, jo bedre formidles budskaberne. Afgørende i denne sammenhæng er det imidlertid nok, at afstanden mellem den diskurs, som nyhedsudsendelserne betjener sig af, og den diskurs seerne senere taler om dem i, ikke er særlig stor.

Dette er sandsynligvis også grunden til at Klaus Bruhn Jensen slipper så godt fra i Making Sense of the News (1986) og Seernes TV-Avis (1987,c) at tage udgangspunkt i en argumentationsanalyse af interviewteksterne. Samtidig glider det oplevelses- og underholdningsaspekt, som andre analyser - især indholdsorienterede - påpeger i TV-Avisen og i nyhedsudsendelser generelt, imidlertid ud af synsfeltet, fordi det at tale om TV-Avisen sandelig opfattes som et alvorligt anliggende af interview-personerne.

Det kan undre, at denne problemstilling ikke har været inddraget i den danske diskussion om den kvalitative modtagerforskning, idet den er parallel til de problemer, som optræder i forbindelse med receptionsundersøgelser af fiktionsprogrammer og andre typer af udsendelser, hvor 'oplevelsen' dominerer over 'forståelsen'. 'Oplevelsen' lader sig kun sporadisk indfange i den normal-sproglige diskurs. Udtalelserne kan derfor ikke umiddelbart tages for pålydende, men må analyseres i sammenhæng med personens livssituation, holdninger og selvforståelse med henblik på at afdække den bagvedliggende tilegnelse. Iagttagelsesstudier af selve receptionen kan også komme på tale.

At det er svært at tale om oplevelser og at betydninger ikke opstår spontant i det første møde med teksten, men produceres i samtalen om den, er ikke overraskende for de danske medieforskere, som interesserer sig for fiktionstilegnelse. De fleste af dem har en fortid som undervisere i litterær tekstanalyse, hvor netop denne indsigt er en pointe ved hele undervisningssituationen. De er således opmærksomme på de farer ved det kvalitative interview, som Niels-Aage Nielsen påpeger, og forsøger at tage højde for dem.

Det betyder imidlertid ikke, at hans kritik (1987) af af-ideologiseringen i den kvalitative modtagerforskning også skyder over målet. I interessen for mikro-processerne, som foregår på individniveau mellem seeren/lytteren/læseren og teksten, har den kvalitative modtagerforskning glemt makro-processerne, hvor individerne indgår i menings- og betydningsfællesskaber med andre. Kort sagt: i kulturelle sammenhænge, hvori der produceres mere eller mindre ideologiske modeller for en forståelse af tilværelsen.

## Teoriens nødvendighed

I "Lille magt, men stort imperium" ender Niels-Aage Nielsen i nogle filosofiske overvejelser, der positivt udlagt peger på, at medieforskningen står i et teoretisk vacuum, som kun kan udfyldes gennem en udbygning af teorien om kommunikationsprocessen - nærmere bestemt af forholdet mellem teksten/mediet og modtageren. Negativt udlagt, opfordrer han til, at empiriske studier såvel i kvalitativ som i kvantitativ udgave opgives, fordi de aldrig indfanger 'virkeligheden', men altid kun et 'fantom'.

Den positive konklusion er jeg enig i, den negative derimod dybt uenig. Kun gennem empiriske undersøgelser af tilegnelsen kan forholdet mellem teksten/mediet og modtageren indkredses.

Jeg skal være den første til at beklage, at det ikke er muligt at slutte fra den æstetiske analyse af tekstens form og indhold til den tekst, som genereres i hovedet på seeren/lytteren/læseren. Det ville gøre det hele så meget lettere, hvis modtagelsen kunne foruddisconteres. Min vision er da også, at receptionsforskningen kan udvikles fra at være en efterhængt modtagelsesanalyse til et kulturpolitisk instrument, som med rimelig sikkerhed på forhånd kan sige noget om, hvordan medieprodukter vil blive tilegnet af forskellige befolkningsgrupper. Men at nå dertil kræver en omfattende viden om, hvordan de forskellige grupper rent faktisk tilegner sig medieprodukter - både som helheder og i formsprogets detaljer - samt en teoriudvikling.

Teorien er nødvendig, fordi selve tilegnelsen som en proces, der foregår i hovedet og kroppen på den enkelte modtager i mødet med medieteksten, ikke lader sig indfange. Den må konstrueres som hypotese med udgangspunkt i empiriske iagttagelser og under inddragelse af generel teoretisk viden om perception og reception for siden at blive verificeret eller falsiceret gennem konkrete undersøgelser.

Først i dette perspektiv kan spørgsmålet, om der bør anvendes kvantitative eller kvalitative tilgange i modtagerforskningen,

besvares med et både-og, fremfor med et enten-eller. I stedet for at fremtræde som to helt forskellige forståelsessammenhænge kan de anskues som to slags værktøj til at indfange aspekter af til-egnelsesprocessen.

I to undersøgelser<sup>2)</sup> af henholdsvis det 'bløde' nyhedsprogram "Landet Rund" og fiktionsprogrammer sendt i uge 6, 1987 har jeg anvendt en kombination af kvantitative og kvalitative metoder til at indsamle oplysninger om seernes tilegnelse - deres brug, forståelse og oplevelse af programmerne.

De personlige reaktioner, som indfanges i det kvalitative interview, kan føres tilbage dels til sociale og psykologiske vilkår, som stammer fra kulturarv, opvækstmiljø, uddannelse, arbejdssituation og familieforhold, dels til rent individuelle holdninger med udgangspunkt i f.eks. religiøs og/eller politisk overbevisning. På grund af det begrænsede antal gennemførte interviews - i mine undersøgelser 36 - er det imidlertid umuligt at sige om de fundne betydningsdannelser er individuelle eller gælder for større kulturelle fællesskaber - klasser, grupper og lag.

Ved at fokusere på de samme problemstillinger i en sprøgeskemaundersøgelse med indkodede svarmuligheder kan rækkevidden af bestemte reaktioner afdækkes i forhold til ydre sociale parametre som køn, alder, uddannelse, erhverv, geografi og urbanisering. Gennem anvendelse af holdningsspørgsmål, som efterfølgende udsættes for forskellige former for faktor-analyser, er det også muligt at finde strukturer i svarmateriale, som medieforskeren ikke på forhånd har udtænkt.

Problemet i de kvantitative undersøgelser er, at de sociologiske kategorier ofte virker udvendige og lidet sensitive overfor til-egnelsesprocessen. F.eks. ser det ud til, at TV-forbruget, afhængighed af alder og uddannelse, dækker over en langt mere kompliceret forbindelse mellem livsform - familieforhold, arbejdssituation, sociale aktiviteter m.m. - og brugen af TV. Disse nuancer kan til gengæld indkredses i de kvalitative undersøgelser, derfor giver det god mening at bringe de forskellige metoder i dialog

med hinanden. De kvantitative data udgør skellet og de kvalitative kødet i det korpus af informationer, som kan indsamles om tilegnelsen.

### Medietekstens status

Helt afgørende i denne sammenhæng er det imidlertid at udgangspunktet tages i medieteksten. For at nå bag om seernes/lytternes/læsernes brug og umiddelbare behovstilfredsstillelse til den betydningsdannelse, som foregår, er det nødvendigt at spørgsmålene i såvel kvantitative som kvalitative undersøgelser stilles præcist i relation til teksten. Det er trods alt den, der generer tilegnelsen.

Denne humanistiske indsigt er det vigtig at fastholde i brugen af samfundsvidenskabelige metoder, hvis den tendens til af-ideologisering af medieforskningen, som Niels-Aage Nielsen påpeger, skal imødegås. Teksten frembringer tolkninger, som ikke kun er individuelle, men fælles for klasser grupper eller lag i befolkningen. Dermed skaber den intersubjektive forestillinger og holdninger indenfor kulturelle fællesskaber - og det er netop disse, det er spændende at fokusere på indenfor modtagerforskningen.

I alle medietekster - faktive (her anvendt om tekster, der refererer til den faktiske virkelighed) såvel som fiktive - sker der en iscenesættelse i rum og tid. Gennem en metaforisering og en narrativisering foretages der en fortætning af henholdsvis rumlige og tidslige relationer (jf. Ricoeur 1978 & 1983). Derved skabes nogle mere eller mindre 'åbne' og 'lukkede' strukturer i teksten (jf. Eco 1979), som seeren/lytteren/læseren kan fylde ud med egne erfaringer og forestillinger, der har deres forankring i hans/hendes tidligere livsforløb.

Billedligt talt opføres teksten på modtagerens 'indre' scene på en måde, der svarer til opførelsen af et drama eller et musikstykke. Teksten er en 'drejebog', et 'partitur', som først kommer til live gennem seerens/lytteren/læserens aktive medvirken. Men samtidig sættes modtageren i scene af teksten. Når først han/hun har

investeret i de 'åbne' strukturer og dermed er blevet tildelt en plads i forhold til tekstens univers, har selve tilegnelsen karakter af en transformationsproces, hvor betydningsdannelsen foregår på tekstens betingelser og i dens rytme. I denne dobbelte proces overskrides den subjektive tolkning og bliver intersubjektiv.

Fiktive tekster er gennemgående mere 'åbne' end faktive - dvs. de giver et større spillerum for seerens/lytterens/læserens investerende medvirken. I formsproget og genrevalget markeres det som regel opå, at der er tale om tekster, hvor common-sense-forståelsen er ophævet, og hvor rum- og tidsangivelserne ikke skal tages for pålydende. Med begreber hentet fra sprogvidenskaben kan man sige, at de faktive tekster fortæller i indikativ, men de fiktive fortæller i konjunktiv<sup>3)</sup>.

At tilegne sig fiktion er uforpligtende og selvoverskridende som at spille. Så snart spillet er i gang, er det spillet, der styrer, mens de spillende blot spiller med. For en tid opgiver de spillende deres omverdensbevidsthed og overgiver sig til spillet's verden. Det er imidlertid ikke ensbetydende med, at fiktive tekster er mindre betydningsdannende. På den ene side er de, som selve ordet fiktion angiver, indbildte, opfundne, opdigtede, vedrørende ikke-virkelige forhold. På den anden side bevares virkelighedskontakten ved, at modtageren i særlig grad opfordres til at investere sine 'indre billeder', som er komplicerede blandinger af erfaringer, drømme, længsler og håb med rod i virkeligheden. Disse 'indre billeder' iscenesættes af den fiktive tekst indenfor et univers, der bliver betydningsbærende og sammenhængsskabende, samt tillige, fordi det udtrykkes i ønske-form (konjunktiv), grænseoverskridende. På den måde er fiktionen en social faktor (jf. Marcuse 1977).

Det er i kraft af denne bevidsthedsorganiserende kapacitet at medieteksten får ideologisk magt. Derfor skal modtagerforskningen også fokusere på teksten, men ikke som produkt, derimod som generator for de betydninger, som fremkommer i tilegnelsesprocessen.

## Det kulturpolitiske perspektiv

I den æstetiske analyse kan det afdækkes, hvilke receptive potentialer en medietekst indeholder. Men hvilke, der realiseres af hvem og under hvilke forudsætninger, kan ikke foruddiskonteres. Om tilegnelsen har en frigørende eller blokerende virkning på modtagerens bevidsthed kan heller ikke afgøres i forhold til teksten alene. Og modtagerforskningen har for indeværende ikke tilstrækkelig viden om udtryksformernes sociale gennemslagskraft til at give kvalificerede gæt på, hvordan en tekst vil blive tilegnet af forskellige klasser, grupper eller lag i befolkningen. Den eneste vej til at indkredse, hvad der er på færde, når seerne/lytterne/læserne møder medieteksten, er gennem kvantitative og kvalitative undersøgelser af de faktiske tilegnelser af tekstens forskellige aspekter.

I dette lys kan den kulturpolitiske debat om kulturindustriell spekulationsæstetik og sand folkelighed med fordel udskiftes med en reel kulturpolitisk diskussion af, hvordan medieudbuddet kan bidrage til udviklingen af et kulturelt demokrati.

### NOTER

- 1) I Dollars-debatten indgår følgende indlæg: Hans-Jørgen Nielsen: "Nok!" (2.12.86), Kim Schrøder: "Dollars og danskerne" (19.12.86), H-J. Nielsen: "Oh, Schrøder!" (22.12.86), K. Schrøder: "Nielsen og medieforskerne" (8.1.87), H-J. Nielsen: "Dollars fortsætter stadig" (12.1.87), Kent Skov Andreasen: "Dollars brugsværdi" (16.1.87), Ib Bondebjerg: "Aristokratisk radikalisme - aristokratisk populisme" (22.1.87), K. Schrøder: "Nielsen og Dollars - igen" (23.1.87), Claus Christensen: "Hellere Dollars end borgerlig litteratur" (23.1.87), H-J. Nielsen: "Spørgeleg" (28.1.87), Allan Holstein-Rathlov: "Et bidrag til kampen for det tomme hoved" (30.1.87) - alle i Information. Herudover inddrages en artikel i Jyllands-Posten af Arne Myggen: "Dollars i styrtdyk" (9.1.87). Selve debatten kommenteres i studentbladet Århus H: Lars K.: "Dollar\$ og mediepolitik" (19.2.87) og Claus Christensen: "Klaphat & skyklap" (20.3.87).
- 2) Undersøgelsen af "Landet Rundt" er gennemført som et følgeforskningsprojekt med et produktudviklingsperspektiv. Kendskabet til på den ene side programmets intentioner og produktionsbetingelser og på den anden side den faktiske modtagelse gjorde det muligt i selve programanalysen at få øje på de betydningsbærende form- og indholdselementer. Jf. Rundt om Landet Rundt, Forskningsrapport, DR, 1988. Fiktionsundersøgelsen er gennemført med samme metodik for at kunne sammenligne modtagelsen af faktion og fiktion. Programmerne er bevidst valgt tilfældigt (uge 6, 1987) for at undgå mine egne kvalitative fordomme. Resultaterne af denne undersøgelse er endnu ikke færdiggjort.



- 3) Begreberne er hentet fra den amerikanske antropolog Victor Turners (1977) forsøg på at skabe en antropologisk syntese mellem symbolbrugen i primitive og industrialiserede samfund. Dayan & Katz (1985) indfører begreberne i medieforskningen, og Kim Schrøder (1986,c) bruger dem i forhold til Dollarsreceptionen. Overgangen mellem indikative og konjunktive tekster er glidende, hvad også mange hybride TV-genrer indicerer.

#### LITTERATUR

- Bang, Jørgen (1983): "Flugten til det 'indre' Amerika", IN: Netværk - ord, billeder og handling i kommunikationssamfundet, 1983.
- Bondebjerg, Ib (1987,a): "Aristokratisk radikalisme - aristokratisk populisme", IN: Information (22.1.87).
- Bondebjerg, Ib (1987,b): "Den elektroniske fiktion. Æstetik, fascination og ideologi i TV-serierne 'Dallas' og 'Heimat', Paper til VIII Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning i Finland, august 1987. Optrykkes i Kultur & klasse 60, 1988.
- Bondebjerg, Ib (1988): "Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning", IN: MedieKultur 7, 1988.
- Bourdieu, Pierre (1979): Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste, 1984. Original fransk udgave 1979.
- Dayan, Daniel & E. Katz (1985): "From Ritual to Fiction: Television Ceremonial Events, Multiple Audiences and Narrative Form", IN: Jensen & Schrøder, red.: The Dolphin 12 (Reading Mass Media) 1985.
- Eco, Umberto (1979): The Role of the Reader, 1981. Original italiensk udgave 1979.
- Garnham, Nicholas (1987): "Kulturnationalisme og internationalisme. De audiovisuelle medier og verdensmarkedet", IN: MedieKultur 5, 1987.
- Giersing, Morten (1982): TV i USA, 1982.
- Jensen, Klaus Bruhn (1986): Making Sense of the News, 1986.
- Jensen, Klaus Bruhn (1987,a): "Qualitative Audience Research: Towards an Integrative Approach to Reception", IN: Critical Studies in Mass Communication 4, 87.
- Jensen, Klaus Bruhn (1987,b): "The Politics of Polysemy: Television News, Everyday Consciousness, and Political Action", Paper til VIII Nordiska konferensen för masskommunikationsforskning i Finland, august 1987.
- Jensen, Klaus Bruhn (1987,c): Seernes TV-Avis, Forskningsrapport nr. 2B/87, DR 87.
- Katz, Elihu & T. Liebes (1984): "Once Upon a Time in Dallas", IN: Intermedia 12,3 1984.
- Katz, Elihu & T. Liebes (1986): "Mutual Aid in the Decoding of Dallas", IN: P. Drummond & R. Paterson, ed.: Television in Transition, British Film Institute 1986.
- Liebes, Tamar (1984): "Ethnocriticism: Israelis of Moroccan Ethnicity Negotiate the Meaning of Dallas", IN: Studies in Visual Communication 10,3 1984.
- Liebes, Tamar & E. Katz (1986): "Patterns of Involvement in Television Fiction", IN: European Journal of Communication 1, 1986.
- Marcuse, Herbert (1977): Den æstetiske dimension, 1979. Original tysk udgave 1977.

- Nielsen, Niels-Aage (1982): Seriesening i TV: - Når tiden er gået hurtigt, er den gået godt, Forskningsrapport nr. 4B/82, DR 1982.
- Nielsen, Niels-Aage (1984): "Nogle problemer i empiriske TV-receptionsundersøgelser", IN: Massekultur & Medier 12, 1984.
- Nielsen, Niels-Aage (1987): "Lille magt, men stort imperium", IN: MedieKultur 5, 1987.
- Ricoeur, Paul (1978): The Rule of Metaphor, 1979. Original fransk udgave 1978.
- Ricoeur, Paul (1983): Time and Narrative, 1984. Original fransk udgave 1983.
- Schrøder, Kim (1984): "Et måleinstrumentets anvendelighed - om den 'ideologiske seismograf'" IN: Massekultur & Medier 12, 1984.
- Schrøder, Kim (1985): "Dallas og Dollars er ikke så tossede", IN: Information (23.8.85).
- Schrøder, Kim (1986,a): "Audience Research: Dominant and Oppositional Paradigms", Kultur og Samfund 1/86, RUC 1986.
- Schrøder, Kim (1986,b): "De hellige køers krise. Nye tendenser i medieforskningen", IN: E.F.Jensen & R.Pittelkow, red.: Det ukendte publikum - nye metoder i medieforskningen, 1986.
- Schrøder, Kim (1986,c): "The Pleasure of Dynasty: The Weekly Reconstruction of Self-confidence", Paper to the International Television Studies Conference 1986. Trykkes i P. Drummond & R. Paterson, ed.: Television and its Audience: International Research Perspectives, British Film Institute, 1988.
- Schrøder, Kim (1986,d): "Dollars og danskerne", IN: Information (19.12.86).
- Schrøder, Kim (1988): Oplevelsens kvalitet. Om kvalitetskriterier i kunst og kulturindustri", IN: MedieKultur 7, 1988.
- Skovmand, Michael (1988): "Bourdieu og Medie/Kulturforskningen", IN: MedieKultur 7, 1988.
- Turner, Victor (1977): "Process, System, and Symbol: A New Anthropological Synthesis", IN: Dædalus, Summer 1977.

Jørgen Bang er lektor ved Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet.