

Fire argumenter for at afskaffe den empiriske receptionsforskning

Af Klaus Bruhn Jensen

De nyere receptionsanalyser, der benytter sig af empiriske analyseformer såsom dybdeinterviews og observation, er i takt med deres udbredelse blevet genstand for kritik ud fra både et politisk og et videnskabeligt perspektiv. Kritikken er (ifølge Klaus Bruhn Jensen) "indtil nu mest blevet fremført i den faglige debat i mundtlig form, men som udgangspunkt for en behandling af de grundlæggende spørgsmål kan kritikken formuleres - lidt polemisk - som fire argumenter for at afskaffe den empiriske receptionsforskning".

I det følgende analyserer jeg kritikken "fire argumenter" og tager stilling til dem med henvisning til forskning af forskellig observans. Af hensyn til overskueligheden går jeg ikke i detaljer med styrker og svagheder ved tidligere enkeltanalyser (se oversigten i dette nummer samt Jensen (1986a), (1986b) og Lindlof (1987)). Der er således tale om en principiel vurdering af den empiriske receptionsforsknings relevans, ikke et forsvar for receptionsanalyse i enhver form eller for enhver pris.

1. Argument: Den empiriske receptionsforskning har ingen kritisk erkendelsesinteresse. Den måske hyppigst fremførte anklage har været, at de empiriske receptionsanalyser opgiver det kritiske perspektiv, som har været karakteristisk for hovedstrømmen af dansk medieforskning siden de tidligere 70'ere.

For at forstå hvorfor det ikke er tilfældet, må man gå en lille omvej ad historien. Man må for det første se på medieforskningens egen historie i Danmark. Som det fremgår af en statusrapport som

Bidrag 9/10 (1979) har forskningen været styret af en kritisk erkendelsesinteresse i Habermas' (1970) forstand, et ønske om ikke blot at forstå, men forandre kommunikationsbetingelserne i samfundet. Eller mere præcist: at tilvejebringe det analytiske grundlag for forandring. Distinktionen er væsentlig, hvis man som udgangspunkt vil fastholde, at (medie-)forskning er en specifik form for vidensproduktion, der eksisterer i relativ autonomi fra politiske her-og-nu spørgsmål. Forskningen er med andre ord forpligtet på politisk men også teoretisk selv-refleksion. I forhold til tidligere dansk medieforskning har receptionsanalyserne bl.a. påpeget, at de kritiske indholdsanalyser med tilhørende socialhistorisk perspektivering for ofte drog vidtrækkende konklusioner om mediernes virkninger på et utilstrækkeligt grundlag (Schrøder, 1984). Den empiriske receptionsforskning kan bidrage til en mere differentieret forståelse af påvirkningsprocessen og dermed til en bedre kvalificering af den politiske indsats for forandring. Receptionsanalyserne har således markeret en fornyet interesse for metodeudvikling, og har desuden sat diskussionen om æstetiske kvaliteter og politiske mål på forskernes egen dagsorden igen. De politiske mål, som den kritiske erkendelsesinteresse i sidste instans skulle fremme, har i vidt omfang været underforstået i publicerede analyser såvel som faglig debat. En eksplicit konflikt er i en række henseender at foretrække for en implicit konsensus. Afklaringen af forholdet mellem det analytiske og politiske arbejde må være et af de næste skridt for dansk medieforskning; det vender jeg tilbage til mod slutningen.

Men ud over medieforskningens egen historie har socialhistorien som altid været en styrende faktor. Receptionsanalyserne vokser frem på et tidspunkt, hvor viden om behov og bevidsthed har stigende betydning for politisk og økonomisk styring såvel som forandring. Man behøver ikke at tro på 'informationssamfundet' som utopi for at indse dette som en socialhistorisk tendens. Bekymringen er på den baggrund, at receptionsanalysernes empiriske pillearbejde i bedste fald vil være uinteressant, i værste fald kan misbruges til en stadig mere intensiv styring og udbytning af bevidsthederne. Pointen er imidlertid, at når politiske konflikter i stigende grad drejer sig om kultur- og bevidsthedsfænomener, så

er der særlig brug for kvalificeret kritisk forskning på feltet. Under alle omstændigheder produceres denne form for viden i den upublicerede forskning, f.eks. hos private medieinstitutioner. Spørgsmålet er, om den akademiske forskning trods alt vil forsøge at producere en mod-viden med passende metoder. Med metoderne når vi til 2. argument.

2. Argument: Den empiriske receptionsforskning har opgivet indholdsanalysen (og institutionsanalysen og helhedsperspektivet). Den kvalitative indholdsanalyse har været et slagkraftigt metodisk redskab i udviklingen af dansk medieforskning, og har været yderligere underbygget af ambitionen om at anskue medierne og deres indhold i et samfundsmæssigt totalperspektiv. Som sådan er dansk medieforskning temmelig unik, en eksportvare af høj kvalitet. Argumentet er nu, at den empiriske receptionsforskning opgiver de indhøstede erfaringer til fordel for en isoleret, socialvidenskabelig interesse for modtagerne.

Risikoen er reel, men bekymringen bliver ikke underbygget, hvis man gennemgår receptionsanalysernes fremgangsmåde. Indholdet, f.eks. genrekonventioner eller tematisk struktur, gøres i almindelighed til genstand for analyse, og de hidtidige arbejder har i hvert fald påvist, at det principielt er muligt at gennemføre en kombineret tekst- og receptionsanalyse. At enkelte arbejder angiveligt er under niveau i så henseende kan ikke, og har ikke tidligere, diskvalificeret en analyseform som helhed. Uenigheden om, hvad der er indholdsanalysens retmæssige placering, opstår først og fremmest, fordi receptionsanalyserne ikke på forhånd afgrænser en eller flere afkodninger, som modtagerne vil kunne nå frem til, og som modtageranalysen så skal registrere. Paradoksalt nok er det en sådan analyseprocedure, der tidligere har været genstand for fundamental kritik fra netop den kvalitative indholdsanalyser side: den kvantitative indholdsanalyse og modtagerforskning, i forskellige versioner, afgrænser betydningselementer i et medieprodukt, bl.a. med det formål at afgøre om betydningerne 'overføres' til modtagerne. Det er den form for transportbånd-model af betydningsproduktionen hos 'de kvantitative', der tidligere har fået læst og påskrevet hos 'de kvalitative', men som nu går igen,

denne gang som en påstået styrke ved også den kvalitative indholdsanalyse.

Alternativet er at se receptionen som en proces, der med baggrund i forskellige teoretiske positioner kan betegnes 'overdetermineret' eller 'relativt autonom'. Jeg ville selv udtrykke det sådan, at medieindholdet er et struktureret betydningspotentiale, mens modtagerne er i besiddelse af et ligeledes struktureret sæt af fortolkningsstrategier, et fortolkningspotentiale. Medens det i al abstrakthed lyder trivielt, betyder det i praksis, at forskningen ikke på forhånd kan afgøre grænserne for 'rigtige' eller 'forkerte' tolkninger af et indhold, men kun mere eller mindre sandsynlige tolkninger. I forhold til receptionsanalysen af sådanne tolkninger har indholdsanalysen tre vigtige roller: i oprindelig forstand at analysere indholdet som udgangspunkt for en dataindsamling om receptionen (der som bekendt ikke behøver at være interviews); at være det centrale redskab til en komparativ analyse af indhold og reception; og som tidligere at danne grundlag for en samlet tolkning, f.eks. hvor materiale om receptioner i historisk perspektiv ikke kan fremskaffes. For at undgå misforståelser: receptionsforskning er primært et bidrag til en differentiering og dermed kvalificering af tolkningsarbejdet; den er ikke et forsøg på via diverse snilde teknikker at indsamle oplevelser i fiks-og-færdig form. Receptionen er i den forstand en tekst, der kræver analyse og tolkning, stadig inden for et teoretisk helhedsperspektiv.

Endelig er det nødvendigt at omtale forskellen mellem analyser af fiktion og fakta. Når spørgsmålet rejses, er det som regel for at påpege, hvor meget sværere det er at skaffe viden om receptionen af fiktion, om fascination og lyst. Men det følger af det foregående, at de receptionsanalytiske metoder ikke i den forstand fremskaffer modtagernes oplevelser, men kun et tekstmateriale til videre tolkning. Det er rigtigt, at f.eks. interviews om lystgevinst ved seriesening kræver en anden strategi end interviews om TV-Avisens pligtstof, ligesom forskellige litterære genrer altid kræver forskellige analytiske overvejelser. Men når Kinsey, Masters og Johnson kunne få folk til at snakke om deres emneområde - seksua-

litet - kan fiktionsanalytikere vel også få folk til at snakke lyst. Hvad angår den videre tolkning foreligger der en række metoder med udspring i sprog- og litteraturvidenskaben, specielt tekstlingvistik og strukturalistisk litteraturanalyse. Igen kan disse udvikles til anvendelse på både fiktion og fakta, afhængigt af analyseformålet. Litterær tekstanalyse er relevant f.eks. for læseres tematiske rekonstruktion af avishistorier, lingvistisk diskursanalyse for læseres argumentation om populærfiktionens oplevelseskvaliteter. Også en receptionsanalyse hvordan afhænger af dens hvad og hvorfor.

3. Argument: Den empiriske receptionsforskning overholder ikke de videnskabelige spilleregler. Med metodevalgene når man til den kvalitativt-empiriske analyses placering i forhold til den 'hårde', kvantitative samfundsvidenskab. Påstanden er nu, at den empiriske receptionsforskning sammenblander de videnskabelige kriterier for de to områder ved at påpege generaliserbare træk ud fra relativt få dybdeanalyser.

Det første svar hertil må være, at empiriske resultater - af kvantitativ eller kvalitativ art, om indhold eller reception - henter deres forklaringsværdi fra den teoretiske ramme, der er (bør være) grundlaget for enhver analyse. Når man f.eks. kan påvise sproglige regelmæssigheder af en bestemt type i et interview, så viser de i sig selv intet om mediebrugen; de får først betydning i forhold til et (i bred forstand) socialpsykologisk teoriapparat. Denne tankegang er alment kendt fra de kvalitative tekstanalyseformer, som de har været praktiseret i Danmark. Et arbejde som Mortensen (1974) om radionyheder er eksemplarisk i sin påpegning af sproglige strukturers ideologiske implikationer. Det var kort sagt ikke analysematerialets størrelse men analysens systematik, der blev set som afgørende for erkendelsesværdien. Med det in mente er det igen paradoksalt, at de nyere analyser, som henter deres empiri fra modtagerne, nu kritiseres for at benytte samme analyseform som de arbejder, der tidligere primært hentede deres empiri fra teksterne. Medmindre der i det skjulte er sket en grundlæggende videnskabs-teoretisk nyorientering af dansk medieforskning, så er det 3. argument en sten i et kvalitativt glashus.

Lad mig tilføje: desværre er den kvalitative analyse stadig et glashus. Udsigten fra det politiske univers er i høj grad kvantitativ; det er kvantitative argumenter, der tæller - endnu. For som nævnt i indledningen er der af historisk-strukturelle årsager en stigende interesse for kvalitativ viden. Det har sat sig spor på de psykologiske og samfundsvidenskabelige fagområder (Mishler, 1986), som grænser op til det humaniora, der var medieforskningens danske udspring. Derfor er fagudviklingen på disse områder af strategisk betydning, og der er specielt behov for en videnskabsteoretisk afklaring af forholdet mellem de kvantitative og kvalitative tilgange. Det er en almindelig antagelse, at forskellige slags empiri kan supplere og støtte hinanden i en tolkning eller teori-dannelse. Men det er mindre klart, hvad det vil sige at 'supplere', eller hvem der har ret, hvis kvalitative og kvantitative medieanalyser snarere er i modstrid. En genovervejelse af de metodiske spilleregler er en form for teoretisk grundforskning, der kan hjælpe med til også i politiske fora at begrunde den kritiske medieforsknings konklusioner.

4. Argument: Den empiriske receptionsforskning har ingen mediepolitiske anvendelser. Medens det første argument satte spørgsmålstegn ved receptionsanalysernes politiske målsætning, retter det sidste argument opmærksomheden mod deres konkrete politiske gennemslagskraft. Påstanden er groft sagt, at receptionsforskning ikke er med til at gøre verden bedre, eventuelt at gøre medierne bedre for modtagerne.

Argumentet kan opfattes i en stærk og en svag version. I den stærke version bliver synspunktet, at receptionsforskning ikke skubber samfundet i en bestemt retning og - hvad der er vigtigere - at receptionsforskning her står i modsætning til anden medieforskning. Der er ganske rigtigt gjort en betydelig indsats i Danmark i de sidste 5-10 år for at præsentere analyser af mediestructur og medieindhold i forhold til en konkret politisk dagsorden, men når Dansk Mediehistorie (forhåbentlig snart) skal skrives, vil det nok være en overdrivelse at konkludere, at medieanalyser har gjort en afgørende forskel i større mediepolitiske beslutninger. Det er et alment vilkår for (medie-)forskningen, at dens centrum ligger

uden for de politiske institutioner. Til gengæld kan medieforskningen spille en væsentlig rolle i forskellige faser af den politiske proces med informationer og argumenter, og har gjort det f.eks. med hensyn til ejerforhold, men også modtagerbehov og -interesser. Den svage version af det 4. argument, som ville hævde, at receptionsforskningen ikke kan intervenere politisk på linje med andre analyseformer, er altså heller ikke holdbar.

Der er grund til at understrege, at i lighed med andre typer af medieforskning koncentrerer receptionsforskning sig om et bestemt aspekt af kommunikationen. Ingen undersøgelse kan i sit analysearbejde være altomfattende, men resultaterne kan fortolkes i et helhedsperspektiv. I de empiriske receptionsanalyser finder man således modsætningsfyldte afkodninger og brug af medierne, der må fortolkes nærmere som nedslag af en modsætningsfyldt samfundsmæssig formning af medier såvel som modtagere. Fordi resultatet af medie/modtager samspillet ikke er givet på forhånd, er en udforskning af processen relevant for en bredere diskussion af mediebrug og -interesser. Når man går i dybden f.eks. med børn radiolytning (Fabricius Jensen, 1986), kan man bidrage til et mediepædagogisk udviklingsarbejde eller til public-service institutionernes produktudvikling. Når man undersøger public-access programmers oplevede relevans (Bang, 1986) eller TV-fiktions appel til forskellige seergrupper (Hjort, 1984) kan man rejse mediepolitiske spørgsmål om, hvad der er godt dansk TV.

Efterord

Den opmærksomme og kritiske indholdsanalytiker, der læser dette, har allerede bemærket et skjult citat. I 1978 præsenterede Jerry Mander Four Arguments for the Elimination of Television, et udtryk for en mediestormerisk holdning, som dog blev debatteret forholdsvist seriøst. Mit eget implicitte argument har været, at en del af kritikken mod den empiriske receptionsforskning har været båret af en metodestormerisk holdning. Spørgsmålet har desværre ofte været, om man overhovedet bør lave receptionsforskning, ikke hvordan den bør udføres.

På den baggrund har mit formål været at argumentere principielt for, at empirisk receptionsforskning er relevant og legitim, også i et kritisk perspektiv. Når det er fastslået, kan man så gå videre med de mere interessante spørgsmål: receptionsanalysernes placering i medieforskningen og forholdet mellem analytisk og politisk arbejde. Især det sidste emne er vigtigt at få behandlet eksplicit. De kritiske positioner har været og er afgørende for dansk medieforskningens forklaringsværdi, men eftersom positionerne har flyttet og stadig flytter sig, er det efter min mening nødvendigt med en ny faglig debat om, hvor de flytter sig hen. Det betyder ikke mere Forskning i Elfenbenstårnet, men en selv-refleksion af den type, som gør forskningen til et særligt sted i samfundet.

Ti år efter Jerry Mander findes TV endnu. Om ti år findes også receptionsforskningen utvivlsomt, men inden da er der behov for en dialog om det, der ikke bør afskaffes.

LITTERATUR

- Bang, Jørgen, "Seerne og TV-Båndværkstedet". Paper til VIII. Nordiske Konference for Massekommunikationsforskning, Helsinki, Finland 1987.
- Bidrag 9/10, 1979.
- Fabricius Jensen, Else: Gud, giv mig lige en træk-op-bil. København 1986, D.Radio.
- Habermas, Jürgen: Knowledge and Human Interests. London 1970 (1968), Heinemann.
- Hjort, Anne: "Når kvinder ser TV". AIL 140. København 1984, Institut for Litteraturvidenskab.
- Jensen, Klaus Bruhn: Making Sense of the News. Århus 1986a, Århus Universitetsforlag.
- Jensen, Klaus Bruhn: "In Defense of Making Sense". AIL 160. København 1986b, Institut for Litteraturvidenskab.
- Lindlof, Thomas R. (Red.): Natural Audiences. Norwood, NJ 1987, Ablex.
- Mander, Jerry: Four Arguments for the Elimination of Television. New York 1978, William Morrow & Co.
- Mishler, Elliot G.: Research Interviewing. Context and Narrative. Cambridge, MA 1986, Harvard U.P.
- Mortensen, Frands: Kommunikationskritisk analyse af 22-radioavisen. Grenå 1974, GMT.
- Schrøder, Kim: "Et måleinstrumentes anvendelighed. Om den ideologiske seismograf". In: Massekultur & Medier, nr. 12, 1984.

Klaus Bruhn Jensen er adjunkt ved Center for Massekommunikation, Københavns Universitet.