

Tekst og tungers tale

- INTERVIEWET'S BETYDNING I RECEPTIONSANALYSEN

Af Tove Arendt Rasmussen

Artiklen tager udgangspunkt i den verserende danske debat om receptionsforskning. Både den snævre videnskabelige diskussion og den offentlige debat i dagspressen har fokuseret på de kulturpolitiske problemer, som receptionsforskningen har bragt på bane: Er det brugerne af populærkulturens produkter eller forskeren, som bør definere kulturel kvalitet? Artiklen søger at komme bagom disse polemiske positioner, som står i vejen for en videreudvikling af den empiriske receptionsforskning. Det betyder samtidig, at selve behovet for en kvalitativ og empirisk modtageranalyse ikke bliver anfægtet. Kritikken af receptionsforskningen retter sig mod den mest udbredte metode til fremskaffelse af empiriske data: Det kvalitative forskningsinterview. Forfatteren påpeger, at den tilsyneladende åbenhed overfor publikums medie- og tekstanvendelse fører til nye former for determinisme i medieforskningen. Interviewet sociologiserer medieoplevelsen, og receptionsforskningen har svært ved at dokumentere, at samtalen om teksten udtrykker noget om tilnelsen af teksten.

"Biblioteksbetaling bomber befolkningen tilbage til TV-skærmen".

(Bibliotekar i morgenradioavisen den 9. august 1988).

Citatet udtrykker i al sin bombastiske korthed et helt centralt tema i debatten om kulturel kvalitet: Visse former for medier/tekster rangerer over andre i det elitære kulturelle hegemoni, hvis repræsentanter fører ordet i den offentlige kulturdebat. Bibliotekaren kæmper for sit professionelle liv med overtalelsesmekanismer fra reklamebranchen og reproducerer samtidig P. Bourdieus centrale argument om god og dårlig smag: Den gode smag kan

kun overleve som social og kulturel værdi på bekostning af den dårlige smag¹⁾. Ved at spille på den enkle mekanisme, opskriver bibliotekaren sit arbejdsområdes status uden at måtte give en kvalitativ begrundelse for bogens fortrin. Budskabet spules uimodsagt ud i æteren som et lige så tydeligt eksempel på DRs ambivalente forhold til sin egen mediestatus.

TV-mediet repræsenterer en formmæssig og kulturel mangfoldighed, som det mest veludbyggede bibliotek næppe kan konkurrere med, men i det elitære kulturbegreb er værdien af mangfoldigheden underordnet et helt afgørende spil om magten til at definere og hierarkisere kulturformerne. Magten til at differentiere er opøvet gennem lang og dyr uddannelse, og den udøves nødvendigvis i uddannelsessystemet og i de kulturelle institutioner. Kun gennem differentieringsmekanismen kan den professionelle viden legitimere sin egen berettigelse, og denne mekanisme hænger uløseligt sammen med angst for kulturel demokratisering.

Bourdieu's sønderlemmende kritik af uddannelsessystemet og den kulturelle værdisætning er på en gang deterministisk og uhyre inspirerende for medieforskningen og den bredere kulturanalyse²⁾. Forskerens egne kulturelle værdier er en afgørende faktor i selve formuleringen af et problemfelt, og det er vigtigt at være bevidst om disse værdiers sociale forankring. For eksempel er et stort TV-forbrug traditionelt blevet anskuet som et socialt problem. TV-sening rangerer så lavt i fritidsaktiviteternes kulturelle hegemoni, at der næppe er tale om en "aktivitet", men om et forbrug af tid, som kunne være brugt bedre. Medieforskningen har i årevis reproduceret denne kulturelle differentiering som forklaringen på de lavtuddannede/lavtlønnedes større TV-forbrug. Man har analyseret arbejderklassens mangel på overskud, manglende udfoldelsesmuligheder i boligen/nærmiljøet, manglende fritidsaktiviteter osv. ud fra den implicitte normativitet, at det intellektuelle mellemlags fritidsaktiviteter er mest værdifulde: Aftenskole, grøn madlavning, badminton osv. Pointen er imidlertid, at differentieringen virker begge veje: Arbejderfamilien vil sandsynligvis tage afstand til værdierne i toppen af det kulturelle hegemoni - både med hensyn til fritidsanvendelse, valg af medier og kon-

krete program/teksttyper. Her spiller angsten for at blive udstødt af kollektivet en stor rolle, for også arbejderklassens kulturelle identitet er afhængig af differentiering og grænsedragning.

For at forklare TV-mediets betydning for 'storforbrugerne' - er det nødvendigt at anskue konteksten i så bredt et perspektiv som muligt. Til kontekstforståelsen hører både problemperspektivets ressource- og behovsproblematik, men også familiernes livsstrategier samt deres sociale og kulturelle selvforståelse. Dette dobbeltblik er afgørende for, om fænomenet 'stort TV-forbrug' overhovedet kan lokaliseres som et problem for andre end forskeren og hans ligestillede. Undersøgelsen må altså åbnes for andre definitioner af selve genstandsfeltet. Det betyder samtidig, at et allerede etableret teoriapparat skal justeres - og eventuelt forkastes.

I arbejder- og småborgerkulturen har familien en anden funktion og betydning end i mellemlaget, og samvær med familien tilskrives traditionelt stor værdi³⁾. Det kan således være rimeligt at antage, at disse familietyper vælger at se meget TV, fordi denne form for fritidsaktivitet samlar familien. Det gælder både i konkret fysisk forstand og i overført betydning som familiens kollektive blik på omverdenen, som bliver gjort tilgængelig for kommentarer. En tilværelsesstrategi, som bryder med mellemlagets - og ikke mindst de intellektuelles individualiserede livsform.

Kvalitativ mediesociologi

Det er efterhånden blevet påpeget mange gange, at receptionsforskningen ikke er særlig veletableret som forskningsparadigme. Der er lavet en række kvalitative empiriske undersøgelser af forskellige publikumsgruppers forarbejdning af forskellige medietekster. De danske undersøgelser bruger begrebet receptionsanalyse, som er hentet fra litteraturvidenskaben, mens termen qualitative audience research er lige så udbredt internationalt. Kombinationen af sociologiske og humanistiske metoder er fælles for de fleste projekter - dog med forskellig vægtning, som terminologien i sig selv angir

Receptionsanalysen fokuserer oftest på forholdet mellem tekst og modtager, mens den kvalitative mediesociologi i højere grad beskriver de sociale sammenhænge, hvori medierne og teksterne bruges. Forskningen spænder således fra forholdsvis snævre tekstlige problemstillinger til etnografiske undersøgelser af TV-mediets betydning for familien og hverdagslivets organisering.

Midt i forskelligheden er der afgørende fællesinteresser, som godtgør, at der er tale om opbygning af en tradition. Der bliver lagt stor vægt på oparbejdelse af kvalitative empiriske data, der kan belyse publikums medie/tekstanvendelse. Den teoretiske ramme for empirien er bred: Kognitiv psykologi, sprogpsykologi, semiotologi, pragmatik og interaktionsanalyse i videre forstand. Det er modtagerens definition af de relevante betydninger, man eftersøger ved hjælp af kvalitative interviews, dagbøger, breve og observationer. Der er enighed om, at mediernes og medieteksternes sociale og kulturelle betydning må undersøges udfra modtagernes perspektiv, fordi medieteksten er åben for forskellige afkodninger. Teksten kan have en vidt forskellig betydning for forskellige individer/grupper - ligesom selve mediet har varierende social og kulturel værdi, som i eksemplet TV og TV-sening. Samtidig anskues meningsdannelsen som en løbende proces og ikke som et færdigt holdningsprodukt. Receptionsanalysen definerer teksten som et lager af betydningspotentialer, der først udfoldes i mødet med læseren/seeren. Recipientens selektion i - og forarbejdning af teksten er afhængig af rolle og normer, koder og konventioner i den sociale og kulturelle kontekst, hvori hun lever. Men også selve receptionssituationen har indflydelse på afkodningen og oplevelsesformen. Undersøgelser af familiers brug af TV viser således, at den kvindelige part lader interpersonelle krav og behov gå forud for mediereceptionen - at hun ikke ser TV så koncentreret som manden⁴⁾.

Tekstanalyse og receptionsforskning

Receptionsforskningen har udviklet sig i opposition til både den klassiske mediesociologi og tekst/indholdsanalysen. I Birmingham-traditionens oprindelige semiologiske receptions-koncept stod ideologikritikken centralt med begrebet preferred meaning i centrum for både det teoretiske og det empiriske arbejde⁵⁾. Denne foretruk-

ne betydning betegner ideologiske dominansforhold på afsendersiden, og den kan aflæses som indordning i de dominerende meningsstrukturer på modtagersiden. Forholdet mellem produkt og modtager er foreskrevet af teksten, men ikke determineret, og recipienten kan indtage en mere eller mindre oppositionel position overfor teksten. Teorien er blevet angrebet fra mange sider - ikke mindst David Morleys selvkritik af undersøgelsen om nyheds- og aktualitetsprogrammet Nationwide har taget vinden ud af sejlene på ideologikritikken i receptionsanalysen. Morley påpeger, at han måtte gøre vold på sine interviewpersoners udsagn, for at få dem til at passe ind i det firkantede analyseskema: Den empiriske betydningsproduktion er langt mere kompliceret, for den samme person kan optræde i flere "roller" på en gang. Ydermere måtte Morley konstatere, at interviewkonteksten spiller en stor rolle for, hvilke betydninger, der artikuleres. Morley havde valgt en forkert kontekst til sin undersøgelse: Gruppeinterviews med tilfældigt sammenbragte individer udenfor hjemmet. Interviewpersonernes udsagn står derfor ikke til troende som data om receptionen af programmet i den normale anvendelsessammenhæng⁶⁾.

Receptionsforskningens opgør med indholdsanalysen har fået en speciel udformning i Danmark. For det første, fordi indholdsanalysen havde monopol på 70'ernes danske medieforskning, og for det andet, fordi dette monopols kombination af tekstanalyse, institutionskritik og psykoanalyse producerede et uhyre deterministisk syn på populærkulturen og dens brugere. Samtidig bliver der i begyndelsen af 80'erne stillet konkrete kulturpolitiske spørgsmål til medieforskerne, som står dårligt rustet til at komme med positive bud på programudvikling. Spørgsmålet om kvalitet begynder at trænge sig på, og det bliver vanskeligt at opretholde den form for kritisk, æstetisk normativitet, som lå underdrejet i 70'ernes indholdsanalyser.

Da Kim Schrøder i 1984⁷⁾ foretager en næsten rituel aflivning af indholdsanalysen - og reducerer den til en hjælpedisciplin i receptionsforskningen, er ideologi- og institutionskritikken allerede på retur og den engelske medieforsknings mere antropologiske kulturbegreb godt på vej til at etablere sig. Interessen for de empiriske modtagere betyder, at selve teksten anskues i en ny kon-

tekst. I indholdsanalysens kommunikationsteoretiske koncept er konteksten den betydningsmæssige ramme for afsender - tekst - modtagerrelationen. Når kommunikationen fungerer, er det almene semiologiske produkt garanteret af en betydningsstruktur, som er fælles for afsender og modtager. Afsenderens konstruktion af det semiologiske produkt er i centrum af analysen, mens den kommunikative proces tages for givet. I receptionsanalysen derimod er tekstens kontekst rykket fra afsenderen til modtageren, og forhold i modtagerens livssituation, som betinger mødet med teksten. Receptionsforskningen ser medietekstens funktion som en kommunikativ proces, hvor mødet mellem tekstens almene repræsentanter og modtagerens specifikke afkodningsstrategier er det semiologiske produkt.

Kend din begrænsning

Det er uheldigt, når de to kommunikationsopfattelser formulerer sig i for kraftig opposition til hinanden og hver især forsøger at tage monopol på "sandheden" om medieteksten. Metoderne har hver sine opgaver at løse, og de må nødvendigvis fungere som inspiration for hinanden. Forudsætningen for et frugtbart samarbejde er imidlertid at både indholdsanalysen og receptionsanalysen står ved begrænsningerne i metoderne. De indholdsanalytiske metoder kan belyse genremæssige og æstetiske udviklinger i medieteksterne og forklare de medieinstitutionelle og kulturelle forudsætninger for denne udvikling. Det ville fx. være absurd at opbygge en genrekarakteristik af fænomenet musikvideo på baggrund af receptionsundersøgelser. Jeg mener, at indholdsanalysen uden besvær kan tage temperaturen på, hvilke billeder medierne og de enkelte tekster foretrækker at tegne af realiteten. De modale fantasier, ønsker og behov er gennemsnitlige og statistisk målbare, men også foranderlige historiske størrelser. Indholdsanalysen kan opstille en teoretisk ramme for at forklare forandringer i disse generaliserede behovsstrukturer, men den kan ikke sige noget præcist om de gennemsnitlige betydnings konkrete relevans for bestemte modtagergrupper. Netop populærkulturens stærke skabelonisering af temaer, udtryksmidler og narrativitet beforder en receptionsmessig åbenhed, hvor læseren/seeren må definere sine egne rammer for relevans i det

gennemsnitlige⁸⁾. Når man som Torben Grodal gennemargumenterer, at Miami Vice fremstiller en melankolsk mixture af aggression og dødsdrift⁹⁾ må man fx. være villig til at indrømme, at melankoliens potens har forskellig relevans og betydning for kvinder og mænd. Det betyder fremdeles, at en videre fortolkning må medreflektere analytikerens personlige, sociale og kulturelle forudsætninger for læsningen. Hvis analytikeren træder frem som subjekt, skabes der basis for en dybtgående form for receptionsanalyse, der kan beskrive de forskellige niveauer i tekst/billedoplevelsen mest indgående. Det er Bent Fausings projekt i bogen Drømmebilleder¹⁰⁾, og forcen i denne metode er, at den betragter beskrivelsen af selve billedtilegnelsen som et stort metodisk problem: Hvordan kan vi tale om betydning, når det, der gør mest indtryk i billedet, vil unddrage sig en verbalsproglig benævnelse? Fausing gør det eneste mulige, idet han beskriver sine egne oplevelser - og sprogliggørelsen bliver samtidig en form for selvanalyse. Denne metode er nok den eneste form for receptionsanalyse, som kan tematisere ubevidste oplevelsesmønstre, men det er receptionsforskningens største udeladelsessynd, at den ikke forholder sig teoretisk til disse problemstillinger.

Når receptionsforskningen påtager sig at analysere bestemte teksters relevans og betydning for bestemte modtagere, må også denne metode gøre rede for sin begrænsning: Receptionsforskningen kan kun belyse den form for betydningsproduktion, som er socialt acceptabel - og mulig at tematisere inden for interviewets diskurs. Undersøgelserne kan dokumentere, hvordan almene temaer i medieteksterne bliver omsluttet af og integreret i recipientens livshistorie og hverdagskultur. Recipienten bruger teksten til at reproducere sig selv som socialt og kulturelt individ, idet hun sammenholder tekstens udsagn med sin egen moralske kodeks og livspraksis. Receptionsforskningen har satset alt på at beskrive denne brugsværdi - ikke mindst for at polemisere mod indholdsanalysens og den kritiske medieteoris opfattelse af publikum. Samtidig er diskussionen blevet rykket over i det kulturpolitiske, idet Kim Schrøder har forsøgt at formulere et kvalitetsbegreb, som tager udgangspunkt i oplevelsen af teksten¹¹⁾. Det er for så vidt den eneste rimelige konsekvens af en kommunikationsopfattelse, som

suspenderer afsendersidens betydning i mediekommunikationen - spørgsmålet er snarere, om kvalitetsbegrebet overhovedet hører hjemme i forhold til populærkulturen.

Nye kriterier for kulturel kvalitet?

Det er på den ene side vigtigt at påpege, at kulturel kvalitet afhænger af øjnene, som ser. Samtidig er det rimeligt at kræve præmisserne for kulturel differentiering belyst. Schrøders provokation har således været medvirkende til, at den kritiske indholdsanalyse er blomstret op påny - fx. i Ib Bondebjergs sammenlignende analyse af TV-serierne Dallas og Heimat¹²⁾, hvor Bondebjerg skærper kritikken af Dallas med det formål at fremhæve "det gode programs" kvaliteter. På den anden side løber Schrøder selv ind i problemer, når han argumenterer for, at Dollars er et kvalitetsprodukt for de mennesker, som ser serien. I første instans ser det ud til, at Schrøder løber stormløb mod den kulturelle elites magt til at differentiere, men samtidig overfører han nogle klassiske kvalitetskriterier fra kunsten til populærkulturen. Det gælder krav om æstetisk innovation og bevidstgørelse om formdimensionen i teksten. Dollars opfylder disse krav, fordi serien har været med til at udvikle en specifik TV-seriegenre med nye fortælle teknikker, men det er ikke nødvendigt at påvise disse forhold empirisk - det kan indholdsanalysen tage sig af. Interviewudsagnene kan derimod godtgøre, hvilke former for relevans recipienterne finder i serien, men det er Schrøder, der i sidste instans definerer kvaliteten på recipienternes vegne, når han udpeger genre- og formbevidstheden som et afgørende kriterium.

I den forstand kan Schrøders position ikke karakteriseres som kulturel populisme, som kritikken har yndet at gøre¹³⁾. Problemet er snarere uklarheden om forskerens placering i receptionsanalysen. Schrøder vil på en gang åbne for publikums definitioner af psykisk og socialt relevante betydninger og nedlægge sine "egne" kriterier, som hidrører fra en modernistisk kunstforståelse. Positionen er udtryk for et forsøg på at nedbryde de givne kulturelle differentieringsmekanismer og bytte om på god og dårlig smag - elitekultur og populærkultur. Men samtidig indføres nye differentierin-

ger, som i sidste instans fører til udgrænsning af en ny form for dårlig smag inden for populærkulturens egne rammer.

Mediereceptionens mikrosociologi

Kvalitetsdiskussionen har faktisk udelukkende været ført i en dansk sammenhæng. Den engelske kulturforsknings inspiration fra Bourdieu har snarere ført til en styrkelse af den antropologiske metode og en pointering af kulturel forskellighed. David Morley har med sin bog "Family Television" taget springet fra tekstanalysen til analysen af den kontekst, som TV-mediet især bruges i, nemlig familien. Han beskriver, hvordan TV-mediet og de enkelte genrer bruges til at reproducere de patriarkalske magtrelationer - både i den enkelte familie og i det generelle kulturelle hegemoni. For kvinderne i Morley's undersøgelse er soap og romance foretrukne genrer, men kvinderne bedømmer samtidig selv disse programmer negativt. Morley konkluderer, at kvinderne underordner sig både mandens konkrete præference for nyheder og action og den almene kulturelle differentiering, hvor soap er placeret i bunden. Han forsøger ikke at argumentere for bestemte æstetiske kvaliteter i soapen, men pointerer, at kvindernes præferencer er legitime udtryk for specifikke videns- og oplevelsesbehov, som bliver udsat for undertrykkelse. Morley beskriver således, hvordan konkrete magtrelationer har indflydelse på anvendelsen af medieteksten, og i modsætning til Schrøder vil Morley nedbryde differentieringer i populærkulturen for at give plads til forskellige gruppers forskellige kommunikationsbehov.

I de medieetnografiske undersøgelser er medieteksten kun en del af interessefeltet, og teksten kan ikke opfattes som en afgrænset helhed. Udgangspunktet for disse undersøgelser er interaktionsmønstrene omkring mediebrugen og teksttilegnelsen¹⁴⁾. Det semiologiske produkt findes hverken i teksten eller i den enkelte seers møde med teksten, men snarere i det regel- og rolleunivers, som teksten bliver en del af, når den bruges kollektivt. Metoden tager udgangspunkt i ætermediernes specifikke receptionsforhold - at TV- og radioanvendelsen er langt mere kollektivt betonet end de skriftlige mediers reception, samtidig med at receptionen af ætermedierne er

ukoncentreret, tilfældig og underordnet interpersonelle behov og krav i familien. Metoden kan også tage højde for mediekarakteristika som fx., at ætremedierne tilbyder et flow af hele sendeflader, hvori det enkelte programs betydning fortaber sig. Sidst men ikke mindst kan den etnografiske metode inspirere til udvidelse af det empiriske design i receptionsanalysen, som for øjeblikket næsten udelukkende betjener sig af det kvalitative interview.

Billedet og sproget

Receptionsanalysen legitimerer sin egen berettigelse ved at åbne for modtagerens egne definitioner af en bestemt tekstlig betydning. Denne åbning er helt afgørende for at beskrive medietekstens sociale og kulturelle relevans for et bestemt individ eller en bestemt gruppe. Receptionsforskningen forholder sig imidlertid temmelig ureflekteret til det kvalitative forskningsinterview som metode. Det gælder både i relation til begrænsningerne i det verbalsproglige medium, når objektet for samtalen er visuelle oplevelser, og det gælder den uskrevne dagsorden for interviewet som samtalsituation. Det kvalitative forskningsinterview hviler på psykologiens og samfundsvidenskabens forskningstraditioner, som forudsætter, at vi kan spørge til individers holdninger og normer uden at problematisere den sproglige diskurs, som produceres i interviewet. På de efterfølgende sider vil jeg behandle nogle af de problemer, som det kvalitative interview indebærer for en humanistisk receptionsforskning.

Interviewdelen i de empiriske undersøgelser hviler altid på en mere eller mindre udbygget tekstanalyse, som på forhånd angiver overskrifterne i interviewet. Allerede her kan man være uenig og mene, at afgørende forhold i teksten ikke er tilstrækkelig repræsenteret - eller at analysen går ved siden af teksten og opstiller vildledende spørgsmål. I begge tilfælde gælder, at analytikeren/intervieweren nødvendigvis må benævne objektet for samtalen, og interviewpersonen vil som regel bekræfte objektets relevans ved at svare. Lidt problematisk kan man sige, at en dårlig tekstanalyse kan verificeres pr. automatik ved hjælp af empirien, og der er derfor ingen sandhedsgaranti forbundet med at give ordet til recipienten.

Der ligger en form for determinisme i selve interviewet, og receptionsanalysen er kun troværdig, hvis den gør eksplicit rede for sine metodiske og analytiske valg i alle undersøgelsens faser. Vi må altså forestille os følgende model: Først har vi en tekst - forskerens interpretation af teksten med efterfølgende (åben) fortolkning og begrebsliggørelse. Derefter en recipient - en interpretation og til slut en interviewperson, som udspørges om sin interpretation af teksten udfra interviewerens begrebsliggørelse. Så vidt adskiller proceduren sig vel ikke fra de betingelser og problemer, som gælder helt generelt for det kvalitative forskningsinterview. Men, der er en begrænsning i medieinterviewet, som træder tydeligt frem i og med, at vi taler om tekstlighed. For mig at se ligger problemet i spørgsmålet om, hvad der adskiller teksten fra andre "fænomener" i livsverdenen: Teksten er et system af repræsentationer, hvor kommunikationens fremstillingsformer har en afgørende betydning.

Billedet, bevægelsen og montagen er karakteristiske elementer i de audio-visuelle mediers formsprog, og som allerede nævnt må en humanistisk funderet receptionsanalyse forholde sig nogenlunde kvalificeret til tekstens æstetiske dimensioner og dermed til billedernes specifikke betydning. Der knytter sig bestemte oplevelsesformer til receptionen af billeder - i forhold til sansning, perception, socialitet/kontekst og kulturel viden. Den umiddelbare sansning er præget af ikke-verbale selektioner og præ-verbale oplevelser, mens afkodningen er en form for tillært systematisering. Receptionsforskningen kaster sprogets lys over afkodningen og lokaliserer betydningen som et forholdsvis entydigt socialt og kulturelt produkt. Men receptionsforskningen undersøger ikke sansningens mangfoldighed og tematiserer ikke betydningsdannelsens sårbarhed og fleksibilitet. De populære medie billeder bevæger sig stadig tættere til forbudte og fortrængte billeder i underbevidstheden - fx. i musikvideoen og reklamen, og det aktualiserer det klassiske kritiske spørgsmål, om disse medie billeder tilbyder psykiske oplevelser, som aldrig finder udfoldelse og dermed forbliver desymboliserede? Det siger næsten sig selv, at det kvalitative interview ikke kan tematisere disse oplevelsesformer uden at blive til terapi, og man kan samtidig sige, at interviewets verbalsprog-

lige diskurs er med til at lægge låg på de psykiske ambivalenser i receptionen.

Semiologiens børnelærdom fortæller os, at det sproglige tegn "gade" består af en udtryksdimension, der er arbitrær - eller tilfældig i forhold til fænomenet gade. Indholdsdimensionen i tegnet er det mentale billede, som vi har af gaden - og det er fælles for brugerne af tegnet, hvis den sproglige kommunikation skal fungere. TV-billedet af gaden er også arbitrært i den forstand, at vi må kunne abstrahere fra virkelighedens 3-dimensionalitet til skærmens todimensionalitet, affinde os med den begrænsede synsvinkel som kameraet stiller til rådighed - og forbinde billedet af gaden med et mentalt kulturelt og socialt konstitueret koncept om, hvad gader overhovedet er for en størrelse. Man skal lære at se på billeder, ligesom man skal indlære sprogets regler og konventioner. Men mistanken lurder lige om hjørnet - hvad er det da, der gør TV-billederne mere lig den virkelighed, de repræsenterer? Det er, at det fotografiske billedes pluralitet har en påtrængende lighed med pluraliteten i den måde, som vi perciperer ikke-sproglige fænomener på. Sagt på en anden måde skal ligheden ikke defineres i tegnets betingede virkelighedsrelation, men i perceptionsmåden.

Sproget er en semantisk kæde, hvor ordsammensætningen er struktureret linært og diakront: Vi læser ord for ord, sætning for sætning, og forlader os på korrekthed i syntaksen. Billedet derimod ses synkront som en helhed af betydningselementer, der i det fotografiske billede nok er naturalistisk organiseret, men alligevel præget af uendeligt mange og samtidige informationer¹⁵⁾. Kodningen af billedet kan aldrig være fuldstændig, fordi vi hverken kan fastlægge en entydig grammatisk regel eller de mindste betydningsskabende elementer, og derfor vil selve billedperceptionen være selektiv og afkodningspotentialerne mangfoldige.

Spørgsmålet er, om denne billedlige interpretationsproces overhovedet kan verbaliseres, og hvilke betydningslag en verbalisering kan omfatte? Tekst- og billedanalytikeren evner til en vis grad at give en systematiseret fremstilling af sin egen interpretation, men i interviewet sker der noget andet: De uendeligt mange konkrete

te selektioner, de mangfoldige afkodningspotentialer, de ubevidste oplevelser, som karakteriserer receptionsprocessen er betinget af praktisk og kulturel vdién - koder, konventioner, forventninger og fortrængninger, som udgør brudstykker af en betydningsproduktion - eller mange forskellige former for betydningsproduktioner. I interviewet bliver den "ufærdige" ambivalente og mangetydige interpretation til sproglige menings- og betydningsproduktioner - og til fastlæggelse af kulturel værdi og relevans.

Selve interviewets sproglige interaktionsform vil iværksætte en rationalisering og viderebearbejdning af interpretationens mangfoldige betydningselementer og producere en sammenhængende receptionsform - alene i og med interviewerens spørger til recipientens "opfattelse" af teksten i en bestemt diskurs og i et bestemt samtalerum: Interviewet.

Interviewets samtalekontekst bliver måske i sig selv den bedste garanti for at dokumentere mediereception som "sense-making", fordi samtalen er ren og skær betydningsproduktion¹⁶⁾. Udgangspunktet for receptionsforskningen er medieteksten - dens oplevelsespotentialer og den betydning, som teksten har for recipientens selv- og omverdentilegnelse, og i den sammenhæng vil jeg betragte interviewsituationen og interviewets rationelle diskurs som potentielle fejlkilder, der fastlægger medieprodukternes betydningsdimension på et begrænset niveau.

I det mindste kunne man ønske, at receptionsanalysen ville forholde sig lige så seriøst til humanistisk-tekstlige metodeproblemer som til de kvalitative sociologiske metoders disput med de kvantitative metoder. Jeg vil med andre ord mene, at den humanistiske funderede receptionsanalyse må tage det på sin kappe at beskrive konsekvensen af, hvordan man spørger - men også konsekvensen af, at man OVERHOVEDET spørger.

Interviewet som sproghandling

Inden for den danske receptionsforskning anvender man faktisk pragmatikken i interviewanalysen, og det ville være oplagt at anvende

metoden dialektisk - altså til at karakterisere interviewkonteksten, de vidt forskellige tekster og interpretationer, som cirkulerer i receptionsanalysen. Det klassiske kvalitative forskningsinterview er præget af flere skjulte dagsordener - normer og handlinger, som er sprogligt organiseret: For det første en dobbelthed i interviewerens funktion - en dobbelthed, som hænger sammen med selve den sproglige handling, det er at stille spørgsmål. På den ene side spørger forskeren af videbegær - interviewpersonens svar kan give forskeren den viden, hun mangler. På den anden side er forskeren uddannelsesmæssigt, kulturelt og socialt placeret et andet sted end de fleste interviewpersoner - hun ved mere end interviewpersonen - endog om det emne hun spørger om - men hun har et behov for konkretisering af en abstrakt faglig viden. Begge poler er præget af asymmetri som fastholdes i interviewets specifikke sproglige form: Spørgsmål/svar.

Det at spørge forudsætter, at modparten svarer - deri ligger det sproglige handlingsperspektiv - og det er spørgeren, som definerer talerummet. I den ene pol godkendes definitionen af dette rum symmetrisk i og med interviewpersonen leverer den ønskede information - i den anden pol vil spørgehandlingen have en bibetydning af kontrol, som kan jævnføres med elev/lærerinteraktionen, hvor lærerens uindskrænkede magtposition muliggør, at hun kan stille spørgsmål, som hun selv kender svaret på - og dermed kontrollere elevens viden.

Fra et sociolingvistisk perspektiv kan man tilføje, at højtuddannede og kulturelt jævnbyrdige interviewpersoner vil være i stand til at gennemskue de metakommunikative niveauer i interviewet - og derigennem fremstille sig selv som værende "på lige fod" med interviewerens. Forudsætningen herfor er, at interviewpersonen behersker en abstrakt og generaliserende sproglig kode, som bringes i anvendelse, når hun søger at etablere en symmetrisk samtale. Her overfor har vi interviewpersonen med folkeskolebaggrund og andre kulturelle og sociale værdier og normer end forskeren. Han vil i langt højere grad tage spørgsmålene for pålydende, føle sig underlegen eller i indirekte opposition til forskerens rolle og levere konkrete svar, som ikke kan fungere metakommunikativt i forhold til at opskrive hans rolle i interviewsituationen.

Når det er vanskeligt at gennemføre interviews med børn, skyldes det i første omgang, at de ikke på samme måde som voksne er villige til at indtage deres position i talerummet: De er svære at fastholde - både rent fysisk i situationen og emnemæssigt. De vil ikke acceptere, at samtalen har en dagsorden, som betyder, at man kun må tale om helt bestemte ting. Her tænker jeg ikke bare på villigheden til at opfylde "spørgekontrakten", men i høj grad også på interviewerens håndtering af lyttepositionen. At lytte aktivt er en form for bekræftelse, som er en nødvendig forudsætning for en symmetrisk samtale, men i interviewet må intervieweren manipulere med lyttepositionen - giver bevidst bekræftelse på nogle ytringer og ikke på andre. Det er et effektivt styringsinstrument, som ikke direkte kan anfægtes i interviewets interaktionsform på samme måde som i samtalens "Du hører ikke ordentligt efter, hvad jeg siger". Interviewsituationen kan på denne konto virke som en form for double-bind, hvor barnet ikke har en social rolle at falde tilbage på, hvor samtalens dagsorden er skjult, og hvor metakommunikation er umulig.

I undersøgelsen af en gruppe "skrappe drenges"¹⁷⁾ brug af actionvideoer bevæger jeg mig som kvindelig akademiker i et kulturelt landskab, som er mig fremmed. Det betyder, at det sproglige problem trænger sig på i en helt konkret form i mine gruppeinterviews. Jeg fokuserer på de sociale aspekter i receptionsprocessen og har derfor valgt denne interviewform fremfor enkeltinterviews. Jeg har imidlertid måttet konkludere, at de mest valide informationer i gruppesamtalerne handler om gruppens måde at administrere relationen til mig og dermed situationen som sådan. I det interpersonelle spil fortaber objektet for samtalen sig: Vi taler nok om filmen, men i flere tilfælde er drengene villige til at sige hvad som helst for dermed at indtage en bestemt position i gruppen. Den metakommunikative dagsorden for samtalen er muliggjort af gruppedynamikken (i modsætning til enkeltinterviewet, hvor der kun kan meta-kommunikeres i interviewerens diskurs). De "søde" drenge fungerer som hjælpere - de indtager den forventede svarposition, og det bliver samtidig en forsvarsposition for min ret til at definere talerummet. Forsvar er ret beset nødvendigt, fordi mine "modstandere" vil anfægte hele grundlaget for interviewet: Min ret til at bestemme, hvad der skal tales om. I et tilfælde er det helt klart at J

går ind og anfægter både min måde at stille spørgsmål og Ms forsøg på at tilpasse svaret til interviewerens ønsker:

- I: Hvornår synes I, at handlingen den starter?
- M: Det var der, da de kom ind på hans fort, det var der, det hele startede.
- I: Fik man at vide her, hvad det hele handlede om?
- M: Nej, det fik du at vide .. øh .. ude på farmen, der inde ved ham Culpepper der.
- I: Men der startede filmen vel egentlig ikke, eller handlingen?
- M: (Utydeligt) jo ...
- I: Men de bliver jo ved med at .. hvornår bliver det egentlig alvor med handlingen?
- M: Dengang de kom til fortet J: Ahmmm X: Dengang de kom ombord i den ubåd der M: Dengang i havnen med ubåden J: Dygtig boy.

Eksemplet viser, hvorledes intervieweren temmelig uhæmmet søger efter at få et bestemt svar frem - og derfor glider over i en kontrollerende spørgeform, som J først kommenterer med en højlydt og demonstrativ rømmen og derefter med sig "dygtig boy", da det bliver klart, at M er så forhippet på at spille den flinke elev, at han gentager "løsningen", som X har leveret. Der er massevis af informationer i denne interviewsekvens; ikke mindst er det tydeligt, at M opfatter begrebet "handling" anderledes end intervieweren, men han har ikke en reel mulighed for at give fænomenet en anden benævnelse, og da han samtidig ikke træder ud af spørgsmål/svarkontrakten, er han henvist til at acceptere min definition. Der er tale om en fuldstændig uholdbar konsensus om filmens narrative struktur.

"How is it then when everything is fine, when I am in contact with my interview person, and when our talk is an open and productive dialogue?" spørger Jette Fog¹⁸⁾ efter at have opridset, hvordan et dårligt interview forløber. Interviewet bliver meningsfuldt, når "the common third" eller samtalens objekt er det interessante mødested for begge parter i interaktionen - der opstår en form for symmetri i det fælles møde med objektet. I mange receptionsanalyser fremhæves interviewpersonernes glæde ved at tale om program-

merne, og det gælder både for enkelt- og gruppeinterviews. Denne dynamik har jeg selvfølgelig også oplevet, men primært i de tilfælde, hvor drengene selv spiller ud med de sproglige definitioner - og hvor den non-verbale kommunikation får lov til at spille en vigtig rolle i gestiske, mimiske og vokale imitationer og ironiske kommenteringer. - En betydningsproduktion, jeg ikke kan spørge til.

Mine sproglige benævnelser er simpelthen ikke dækkende for gruppens ditto, og når drengene går ind på min diskurs svækkes kraften og referencen i deres egen sproglighed. Jeg spørger mig selv, om vi overhovedet taler om en "common third"? Om min benævnelse af samtalens objekt betyder, at jeg tager ordet fra dem? Det kvalitative interview forudsætter, at der kan etableres en ideal samtale - en diskursform, hvor vi på baggrund af sprogets universalitet kan nærme os en almen konsensus. Men denne tvangsfrie kommunikation forudsætter, at parterne har lige muligheder for at træde ind i den samme diskurs - en rationalitetsform, som er fundamentet for Jürgen Habermas' frigørelsesprojekt og kulturelle normativitet. Men jo større kulturel, social og sproglig forskel, der er mellem interviewer og undersøgelsesgruppe, jo tydeligere bliver det, at uligheden er afgørende. Det "værste" i min case er, at min sproglige diskurs ikke kan ramme det non-verbale kommunikationsrum, som er lige så betydningsbærende som det verbalsproglige spil i gruppen. I drengenes interaktionsform fungerer det verbale og det non-verbale ofte i et metakommunikativt spil, hvor gestik og mimik leverer en metasproglig ramme. Denne dynamik kan ikke finde udfoldelse i interviewet, som er fixeret i en sproglig almengørelse. Det betyder simpelthen, at en del af drengenes kommunikationsregister bliver undertrykt i interviewsituationen ligesom alle andre steder, hvor en generaliserende mellemlagsdiskurs er idealet.

Reception og interaktion

Receptionsforskningens udvikling er på godt og ondt determineret af opgøret med en fagtradition, som ikke kunne opretholde en samlet tro på mediekritikkens funktion. Receptionsforskningen må søge nye veje for at legitimere sig selv som videnskab, og her spiller

selve metoden en afgørende rolle: Man uddelegerer selve ordet til forskningsobjekterne, som dermed får en form for medansvar i definitionen af tekstens betydning. Faren består i at interviewudsagnene analyseres som udtryk for en generel holdning/mening og ikke som et sprogspil. Meningen er et produkt af interaktionen, og der er al mulig grund til at antage, at holdninger og normer ikke er faste ingredienser i bevidstheden, men at de produceres "på ny" og i forskellig form i forskellig kontekster.

Receptionsforskningen vil hverken søge mod en objektiv sandhed eller begrunde sin politiske relevans i objektive klasseinteresser, man hvad vil den så? Der ligger ingen sandhedsværdi i den kvalitative metode som sådan, og den optimistiske dokumentation af det store betydningsarbejde, som seeren udfører i receptionen, er måske foruddiskonteret af selve undersøgelsesmetoden. Interviewets sprogligt kommunikative rationalitet indebærer i sig selv en voldsom indskrænkning i, hvilke receptionsformer undersøgelserne kan belyse. Spørgsmålet er, om det er rimeligt at leve med denne begrænsning på længere sigt, når det gælder analysen af bestemte tekster? Klaus Bruhn Jensen argumenterer for, at receptionsanalysen - på linje med andre humanistiske analysemetoder - kun kan begrunde sine interesser og sin videnskabelige gyldighed igennem et teoretisk helhedsperspektiv, fordi interviewmaterialet i sig selv ikke fremskaffer modtagerens oplevelser¹⁹⁾. Interviewmaterialet er en tekst på linje med andre, og det må tolkes videre i forhold til den teoretiske ramme for undersøgelsen (side 121). Jensen påpeger, at medieforskningen i Danmark har en solid tradition for pragmatisk tekstanalyse, som uden problemer kan overføres fra indholdsanalysen til receptionsanalysen.

Det er imidlertid ikke tilstrækkeligt at videreføre den pragmatiske tekstanalyse til receptionsanalysen, fordi produktionsbetingelserne for de to teksttyper er vidt forskellige. Jeg har allerede påpeget, at indholdsanalysen og receptionsanalysen tager udgangspunkt to forskellige steder i kommunikationsprocessen, hvor afsenderens forvaltning af den samfundsmæssige billeddannelse er i fokus for den ene, mens modtagerens forudsætninger for tilegnelsen af teksten er i fokus for den anden.

Problemet er selvfølgelig, at indholdsanalysen arbejder med en afgrænset betydningsstruktur og en (forhåbentlig) velafklaret forståelse af konteksten, mens receptionsanalysen producerer sin egen tekst, hvor tekst/kontekstforholdet er flydende. Styrken i pragmatikken er, at den kan udrede sproglige roller i interaktionssituationer, og jeg har argumenteret for, at interviewsituationen må være den første betydende kontekst for interviewpersonernes udsagn. Mødet mellem tekst og modtager bliver først empirisk tilgængeligt gennem mødet mellem interviewer og interviewperson. Interviewet er på en gang en iscenesat interaktion og fortolkning af teksten, og derfor må den pragmatiske analyse i langt højere grad omfatte situationen og ikke mindst interviewerens/forskerens rolle i betydningsproduktionen. Interviewet er ikke en fri og lige samtale, men en velstruktureret afsøgning af et meningsfelt, hvor projektets synsvinkel afgør, hvilke emner, der er relevante, og hvordan der spørges til disse emner. Dermed kan man sige, at interviewprocessen er afgørende for, hvilke af de mulige meningspotentialer, der overhovedet kan artikuleres: Den tilgængelige del af betydningsproduktionen vil altid være en funktion af den sociale kontekst, som er empiren i undersøgelsen. Det betyder samtidig, at den teoretiske afklaring er altafgørende for undersøgelsens gyldighed. Jo mere præcist interessefeltet defineres, jo bedre kan analysen godtgøre de nødvendige valg. Det gælder fx. de afsenderorienterede receptionsanalyser, hvor målet er at undersøge bestemte fortælleformers funktion for forskellige modtagergrupper. Problemet gør sig i langt højere grad gældende i de bredt anlagt kulturanalytiske projekter, der vil afdække tekstens betydning for modtageren i et socialt, kulturelt og livshistorisk perspektiv. Den eksplorative intention vil fremhæve, at teoretisk åbenhed er nødvendig, fordi det afgørende er modtagerens definition af tekstens relevans for ham/hende. Jeg har foreslået en fuldt udbygget pragmatisk metode som en måde at tilnærme sig det kombinerede metodisk/teoretiske problem i interviewundersøgelser, men den kan ikke tage højde for, at interviewet er og bliver arbitrært i forhold til selve receptionssituationens sociale og kulturelle kodeks.

Receptionens mikrosociologi - et eksempel

Til slut vil jeg derfor vende tilbage til mulighederne i den etnografiske metode, hvor det interaktive perspektiv på receptionprocessen er udgangspunktet for analysen. Iagttagelse af receptionssituationer i en naturlig hverdagssammenhæng kan levere informationer om den specifikke kulturelle og socialpsykologiske relevans, som en given tekst har for gruppen, der ser sammen. I undersøgelsen af de "skrappe drenges" brug af action-videoer har jeg forsøgt at arbejde videre med den etnografiske metode med det formål at beskrive det socialpsykologiske rum, som producerer den kollektive receptionsform.

Actionfilmenes overordnede tematikker og dynamiske fremstilling af kropslig konfrontation og bemestring giver anledning til at udvikle en teoretisk ramme for at forstå filmenes relevans og brugsværdi for drengegruppen: Aggression og vold som symbolsk konfliktløsning, udgrænsning af kvindeligheden og kammeratskabssolidaritet som latent homoseksuelitet, narcissistisk besættelse af kroppen som spejlningsobjekt og berherskelsesinstrument. Jeg har imidlertid ingen illusioner om at kunne opspore disse former for fantasiearbejdning direkte i det empiriske materiale. De dybdepsykologiske og tekstanalytiske pointer fungerer som et teoretisk bagland for den eksplorative empiriske undersøgelse, som fokuserer på de interaktionsmønstre, som filmene indgår i. Disse sociale betydningsprocesser har en egen dynamisk kulturel logik, hvis kode jeg må bryde, før den kan føres tilbage til - og relativere den teoretiske ramme.

I stedet for at analysere drengenes "opfattelse" af filmene gennem medieinterviewet betragter jeg den interpersonelle interaktion i receptionssituationen som en kollektiv tilegnelsesproces. Den verbale og ikke mindst den non-verbale interaktion udtrykker noget om drengegruppens roller og værdier, men samtidig også noget om en afkodningsproces og en bestemt oplevelsesmåde. Betydningsproduktionen er her præget af den sociale kontekst - præcist som i interviewet, men med den klare forskel, at receptionssituationens sproglige interaktion og rolleadministration i sig selv er adækvat information i modsætning til interviewets sprogspil.

Det empiriske materiale består hovedsagelig af videoobservationer af drengegruppen under selve receptionen. Når jeg synkroniserer videoobservationerne med filmen, har jeg mulighed for at beskrive nogle af den konkrete selektioner, som konstituerer interpretationen. Samtidig kan jeg iagttage en "rytme" i afkodningen, der går fra søgning over konstatering til vurdering. For gruppen er det afgørende at kunne demonstrere en afkodningsmæssig kompetence så tidligt som muligt. Det sker fx. ved at fremskrive handlingsforløbet.

Der foregår altså en interpersonel "forhandling" om filmene, og i denne proces skabes et merprodukt af betydning, som udtrykker mere end summen af de enkelte individuelle afkodningsformer. Denne sociale receptionsform definerer jeg som gruppens semodus. Jeg bruger bl.a. pragmatikken og den symbolske interaktionisme til at fastlægge, hvilke afkodningsformer, der tilskrives positiv værdi i gruppen og konstaterer, at den dominerende semodus er karakteriseret ved kompetence, distance og overblik. Det er afgørende for drengene at beherske teksten for derigennem at gøre krav på en bestemt position i gruppen.

Videoobservationerne er nok så meget begrundet i, at semodus også konstitueres i gruppens non-verbale interaktion. Det er specielt det fysiske arrangement i situationen, formidlingen af kropslig afstand/nærhed (spatialitet), kommunikationslinjerne og blikformidlingen som er informationsrige, når den sociale receptionsform skal beskrives. Det er således, at de dominerende og stærkt normgivende drenge er centralt placeret, ikke bare i forhold til udsynet til skærmen men nok så vigtigt i forhold til at kontrollere de øvriges kommunikation og blikke. Kampen om adgangen til den bedste territoriale placering er et grundlag for den verbale kommunikation og dermed for produktionen af den konkrete semodus.

Videoobservationerne har vist sig at være et godt redskab til at analysere mediereception som et socialpsykologisk sprogspil om betydningsdannelsen. Sammenlignet med rene observationsteknikker har video en klar fordel, fordi samspillet mellem den verbale og den non-verbale kommunikation lader sig fastholde i en form, hvor "det sete" ikke er kategoriseret på forhånd. Observation er nemlig for-

bundet med endnu flere "blinde pletter" end interviewet, fordi observationen både i sin lukkede skematiske form og i sin åbent eksplorativ form er præget af et enormt fravalg af informationer. Informationer som fx. i en sekvensanalyse kan vise sig at være altafgørende.

Videoobservationerne indebærer selvfølgelig en række begrænsninger og metodiske problemer. Jeg kan fx. kun analysere på de konkrete adfærdsfænomener i et interaktionelt perspektiv og ikke på de individuelle holdninger og psykiske dispositioner. I den forstand ligger metoden tæt ved de sproganalytiske, etnometodologiske og etnografiske discipliner, men langt fra en psykologisk interesse i individets holdninger og opfattelser.

Det etnografiske perspektiv gør det endvidere svært at generalisere. Man kan nærmest sige, at analysen og definitionen af drengenes semodus - og dermed beskrivelsen af actionfilmens socialpsykologiske relevans og betydning - er situationelt og kontekstuel forankret. Jeg er i princippet nødt til at gå ud fra, at de samme drenge ville se den samme film på en anden måde i en anden kontekst. Det er en høj pris at betale for at undslippe problemerne i det kvalitative interview, men det er samtidig et konkret bud på, hvordan receptionen af en bestemt tekst kan forstås både i sin sociale, kulturelle og socialpsykologiske sammenhæng.

NOTER

1. Pierre Bourdieu Distinction, A Social Critique of the Judgement of Taste, Routledge & Kegan Paul 1984.
2. Michael Skovmand "Bourdieu og Medie/Kulturforskningen". Mediekultur 7, marts 1988. Skovmand præsenterer her en "mediekulturel" læsning af Bourdieu i forhold til dansk smag.
3. Harriet Holter m.fl. Familien i Klasesamfundet, Oslo Forlagstrykkeri 1975.
4. David Morley Family Television, Comedia 1986.
5. Stuart Hall, "Encoding/decoding", Culture, media, Language, Hutchinson 1980. David Morley The nationwide Audience, BFI 1980.
6. Morleys selvkritik af Nationwide-projektet ligger til grund for udarbejdelsen af metoden i Family Television (Kapitel 3).

7. Kim Schrøder "Et måleinstrumentets anvendelighed - om den ideologiske seismograf", Massekultur & Medier 12, 1984.
8. Umberto Eco The role of the reader, Hutchinson 1981.
9. Torben Kragh Grodal "Melankoliens potens" Kultur og Klasse 56, april 1987.
10. Bent Fausing Drømmebilleder, Tiderne skifter 1988.
11. Kim Schrøder "Oplevelsens kvalitet" MedieKultur nr. 7.
12. Ib Bondebjerg, "Den elektroniske fiktion" Kultur & Klasse N. 4, april 1988.
13. Ib Bondebjerg "Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning", MedieKultur 7.
14. Fx. Thomas Lindlof (ed) Natural audiences, Ablex 1987. James Lull "The audience in international communication research", paper til SMID's årsmøde 1987.
15. Susanne Langer diskuterer de diskursive og afbildende symbolformer i Men-neske og symbol, Haslev 1969.
16. Niels Åge Nielsen "Lille magt, men stort imperium" MedieKultur nr. 5, marts 1987.
17. Benævnelsen "de skrappe drenge" er lånt fra en bogtitel: Niels Kryger De skrappe drenge, Unge Pædagoger nr. B48 1988. De skrappe drenge er den gruppe (arbejder)drenge, som ikke vil underordne sig den skjulte dagsorden i "Tanteskolen", hvor talerummet er defineret af kvindelige lærere og dygtige mellemlagspiger. "Mine" skrappe drenge bor i en satellitby med store sociale problemer, og drengene underordner sig helst ikke samfundsmæssige autoriteter: Lærere, skole, politi osv. De udfolder ingen subkulturel stil, men en vifte af oppositionelle adfærdsformer.
18. Jette Fog "Factors associated with the knowledgegetting process", Tidskrift för Nordisk Förening för Pedagogisk Forskning nr. 3/4 1984 side 35.
19. Klaus Bruhn Jensen "Fire argumenter for at afskaffe den empiriske recep-tionsforskning" MedieKultur 7.

Tove Arendt Rasmussen er kandidatstipendiat ved Aalborg Universitets-center.

Anmeldelser

(Anmelderens navn er anført i parentes efter forfatter og titel)

D. Heradstveit og T. Bjørno: Politisk kommunikasjon, Introduksjon til semiotikk og retorikk. (Torben Vestergaard)

Bent Fausing: Drømmebilleder. (Helle Alrø)

Tryllelygten nr. 1-3. (Helge Krarup)

Robert C. Allen, ed.: Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism, og John Fiske: Television Culture. (Ib Bondebjerg)

Oluf Danielsen: Folkeskolen og gymnasiet on line. Om brugen af informationsbaser i undervisningen. (Janni Nielsen)

Peder Grøngaard: Det danske TV-spil (Kaare Schmidt)

Bøger om video

Roy Arnes: On Video (Birgitte Holm Sørensen)

Morten Øberg Frederiksen og Lars Movin: Video. Levende billeder af firserne? (Henning Pryds)