

## Litteratur

- Ang, Ien: *Desperately seeking the audience*. London, 1991.
- Banks, Marcus: Constructing the Audience Through Ethnography. Paper præsenteret ved XIV. NAFA Conference, Reykjavik 1993.
- Clifford, James og George E. Marcus (Eds): *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Los Angeles, 1986.
- Crawford, Peter I.: *Anthropology and Paradox: Introducing Anthony Wilden*. Seminarpapir nr. 10, Afdeling for Etnografi og Socialantropologi, Aarhus Universitet 1989.
- Crawford, Peter I.: "Film as Discourse: the Invention of Anthropological Realities". In: Crawford, P. I. og David Turton (Eds): *Film as Ethnography*. Manchester, 1992a.
- Crawford, Peter I.: "Grass, the Visual Narrativity of Pastoral Nomadism". In: Crawford, P. I. og Jan K. Simonsen (Eds): *Ethnographic Film, Aesthetics and Narrative Traditions - Proceedings from NAFA 2*. Århus, 1992b.
- Crawford, Peter I. og David Turton (Eds): *Film as Ethnography*. Manchester, 1992.
- Drotner, Kirsten: *At skabe sig - selv: ungdom, æstetik, pædagogik*. København, 1991.
- Drotner, Kirsten: "Media Ethnography: An Other Story". In: Ulla Carlsson (Red.): *Feministiska perspektiv på masskommunikationsforskningen*. Göteborg, 1993.
- Dunlop, Ian: Image into meaning: Representing Aboriginal ritual in film. Paper præsenteret ved Royal Anthropological Institute 2nd International Film Festivals conference 'Film as Ethnography', Manchester 1990.
- Fabian, Johannes: *Time and the Other: How Anthropology Makes Its Object*. New York 1983.
- Griffiths, Alison: "'Pobol Y Cwm': The Construction of National and Cultural Identity in a Welsh Language Soap Opera". In: Allen, Robert C. (Ed.): *International Serial Narratives*. London, 1993 (forthcoming).
- Griffiths, Alison: Ethnography and the Politics of Audience Research. Paper præsenteret ved XIV. NAFA Conference, Reykjavik 1993.
- Hastrup, Kirsten: "Anthropological visions: some notes on visual and textual authority". In: Crawford, Peter I. og David Turton (Eds): *Film as Ethnography*. Manchester, 1992.
- Jensen, Klaus Bruhn: *Making Sense of the News: Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*. Aarhus, 1986.
- Jonsen, Linda: "Visualism and Ambiguity in Visual Anthropology". In: Crawford, Peter I. (Ed.): *The Nordic Eye - Proceedings from NAFA 1*. Århus, 1993.
- Kjørup, Søren: "Film as a Meetingplace of Multiple Codes". In: Perkins, D. og B. Leondar (Eds): *The Arts and Cognition*. Baltimore, 1977.
- Loizos, Peter: "Admissible Evidence? Film in Anthropology". In: Crawford, Peter I. og David Turton: *Film as Ethnography*. Manchester, 1992a.
- Loizos, Peter: *Innovation in Ethnographic Film. From Innocence to Self-consciousness, 1955-1985*. Manchester, 1993.
- Lull, James: *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London, 1990.
- Lydall, Jean: "Filming *The Women Who Smile*". In: Crawford, Peter I. og Jan K. Simonsen (Eds): *Ethnographic Film, Aesthetics and Narrative Traditions - Proceedings from NAFA 2*. Århus, 1992.
- MacDougall, David: "Complicities of Style". In: Crawford, Peter I. og David Turton: *Film as Ethnography*. Manchester, 1992a.
- MacDougall, David: "Whose Story Is It? In: Crawford, Peter I. og Jan K. Simonsen (Eds): *Ethnographic Film, Aesthetics and Narrative Traditions - Proceedings from NAFA 2*. Århus 1992.
- Martinez, Wilton: "Critical Studies and Visual Anthropology: Aberrant versus Anticipated Readings of Ethnographic Film". In: *Commission on Visual Anthropology Review*, Spring, 1990. Montreal, 1990.
- Martinez, Wilton: "Who Constructs Anthropological Knowledge? Toward a Theory of Ethnographic Film Spectatorship". In: Crawford, Peter I. og David Turton (Eds): *Film as Ethnography*. Manchester, 1992.
- Morley, David: *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. London, 1980.
- Ruby, Jay: The Viewer Viewed: The Reception of Ethnographic Films. Paper præsenteret ved XIV. NAFA Conference, Reykjavik 1993.
- Scott, Chuck: *Lesotho Herders Video Project: Explorations in Visual Anthropology*. Århus, 1993.
- Seiter, Ellen et al. (Ed.): *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*. New York, 1989.
- Tomaselli, Keyan: *Appropriating Images: The Semiotics of Visual Anthropology*. Århus, 1993.
- Turton, David: "Anthropology on Television: What Next?". In: Crawford, Peter I. og David Turton (Eds): *Film as Ethnography*. Manchester, 1992a.
- Warren, Keith: A Note on the Make-up of the Audiences of the Casa Velha Performances. Upubl. paper. Lichinga, 1992.
- Wilden, Anthony: *System and Structure: Essays in Communication and Exchange*. London, 1972.
- Young, Colin: "Observational Cinema". In: Hockings, P. (Ed.): *Principles of Visual Anthropology*. Haag, 1975.
- Peter Ian Crawford er forskningstilknyttet Granada Centre for Visual Anthropology, University of Manchester, og forlagsredaktør for Intervention Press, Århus.

# Hverdagsliv og telenovelaer

– et etnografisk studie af brasilianske kvinders brug af telenovelaer

Af Thomas Tufte

*I den internationale medieetnografiske diskussion står begrebet om hverdagslivet (everyday life) centralt, men det er sjældent teoretisk defineret eller begrundet. Ud fra kulturteoretiske teorier om hverdagslivet og egne empiriske undersøgelser beskriver Thomas Tufte telenovelaen, som er Sydamerikas svar på soap operaen. Han analyserer, hvorledes genre indgår i brasilianske kvinders organisering af tid, rum og sociale relationer. Undervejs udvikler han begrebet »gråzone« til at forklare telenovelaens sociale betydning og funktion i et medieetnografisk perspektiv. Artiklen er et eksempel på, hvorledes et sådan perspektiv kobler teoretisk refleksion med konkret empirisk indsigt. En sådan indsigt, betoner Tufte, kræver længerevarende ophold for at blive til medieetnografi.*

Ser vi bort fra pengene, så er livet i novelas som regel det samme som mit liv: hverdagen er den samme, hvor datteren diskuterer med moderen, faderen diskuterer med sønnen, barnet stikker af, kommer tilbage senere – livet er det samme (Ilda)

Ilda er en 41-årig husmor fra Vila Nitro Operaria i Sao Paulo. Hun er en af de kvinder som indgår i min undersøgelse af brasilianske kvinders tv-reception – specielt deres reception af telenovelaer, som er Sydamerikas svar på de nordamerikanske soap-operaer. Undersøgelsen omfatter kvinder i 3 fattige byområder i byerne Canoas, Sao Paulo og Salvador. Ildas udtalelser indeholder de to overordnede diskurser, som er mest fremtrædende i receptionerne. Det er den personlige diskurs og klassediskursen. Det er karakteristisk, at telenovelaerne siger kvinderne noget om mennesker, fællesskaber – især familien – og følelser. Samtidig giver de viden om, hvordan man skal omgås hinanden. Der eksisterer altid markante klasseforskelle i telenovelaer, og den sociale mobilitet hos hovedpersonen er ofte en central del af handlingsforløbet.

Formålet med denne undersøgelse er dobbelt: jeg vil dels undersøge den sociale brug af tv i hverdagslivet, dels vil jeg undersøge den betydningsproduktion, som finder sted hos

kvinder, der ser telenovelas. Indledningsvis vil jeg redegøre for mit teoretiske grundlag, dernæst for min anvendte metode, og endelig præsenterer jeg mine empiriske hovedkonklusioner.

## Hverdagsliv og sydamerikansk medieforskning

Mit teoretiske udgangspunkt er hverdagslivsforskningen. Hverdagslivsforskningen, således som den udviklede sig på Institut for Kultursociologi ved Københavns Universitet i midten af 1980'erne, har forsøgt dels at forstå og forklare, hvilke psykiske og sociale kræfter, der frembringes i hverdagslivet, dels at indkredse de *forandringspotentialer*, disse kræfter måtte formodes at besidde (Bech-Jørgensen 1988, Bloch 1985, Erslev Andersen 1984, Tarp 1985, mfl).

*Hverdagslivet* kan betegnes som en synsvinkel, der anvendes, når de gængse samfundsvidenskabelige teorier ikke længere kan give tilfredsstillende forklaringer på de klassiske sociologiske problemstillinger, forholdet mellem subjekt-objekt og konstituering og ændring af den sociale orden. Synsvinklen er derfor en udfordring til den samfundsvidenskabelige teoretiske tradition. Hverdagslivet bliver et heuristisk begreb, hvormed man prøver at indkredse det, som endnu ikke er sat på begreb.

At arbejde med et heuristisk begreb kræver en teoretisk bevægelighed, hvorved faggrænser og traditioner brydes.

Denne *bevægelighed* og *tværfaglighed* har den danske kultursociologi til fælles med kulturstudierne ved Birminghamsskolen. Foruden Birminghamsskolen har jeg personligt hentet megen inspiration hos især latinamerikanske medie- og kulturforskere (Leal 1986, Fuenzalida 1987, Canclini 1987, 1989, Fadul 1989, Martin-Barbero 1989) samt hos sydafrikanske forskere (Tomaselli og Shepperson 1991).

En stadig stærkere tendens blandt nogle af de latinamerikanske medie- og kulturforskeres arbejde er den alvor, hvormed de forholder sig til populærkulturen, samt det klare politiske perspektiv, de lægger i deres eksplicite sammentænkning af medie- og kulturforskning med politisk handling og samfundsudvikling i det hele taget. De har udviklet deres egen *cultural studies*-tradition, der især er skabt af forskere som den mexikanske antropolog Nestor Canclini, den spansk-colombianske filosof og medieforsker Jesus Martin-Barbero og den brasilianske medieforsker Anamaria Fadul.

Allerede i 1960'erne begyndte de første latinamerikanske akademikere at tænke i retning af en særegen latinamerikansk forskning, som kobler kultur, medier og politik. Men først nu, i 1990'erne, nærmer de sig en *teoria necesaria* (den nødvendige teori), som Anamaria Fadul efterlyser i sin artikel fra 1989 (Fadul 1989). Fadul mener ikke, at den latinamerikanske medieforskning hidtil har taget populærkulturens produkter alvorligt. Ifølge Fadul mangler der analyser af de mest populære genrer som for eksempel telenovelaerne. Hun mener, man må prøve at forstå, *hvorfor* de bliver populære, mere end blot at fokusere på kritikken og fordømmelsen af kulturindustrien og dens forsøg på ideologisk dominans gennem for eksempel telenovelas.

For at kunne analysere populærkulturen plæderer Fadul for en teoretisk og metodisk tilgang, der går tværfagligt og bredt ind i kulturanalysen. Man bør fokusere på hverdagslivet, hvor kultur, politik og kommunikation kobles sammen til en helhed. I en sådan medieforskning bør en udvidet forståelse af genrebegrebet indgå, en forståelse som er orienteret mod en analyse af de forskellige populærkulturelle genrers socio-kulturelle betydning i dagens la-

tinamerikanske samfund. Det er i formuleringen af disse tanker, at Fadul har argumenteret for »den nødvendige teori«, en medieteorier som tager udgangspunkt i den socio-kulturelle virkelighed, herunder det mediefly som kendetegner latinamerikanernes hverdagsliv. Som en konsekvens heraf vil forskerne være tilbøjelige til at fordybe sig i og plædere for social forandring (Fadul 1989).

## Hvordan begrebsliggøres hverdagsliv?

Den danske kultursociolog Birte Bech-Jørgensen er en af de forskere, der har forsøgt at bestemme begreber, som kan bruges i en analyse af hverdagslivet. Bech-Jørgensens centrale begreb er *hverdagslivskræfterne*, som er et udtryk for de psyko-sociale kræfter, der skabes, når hverdagslivets betingelser håndteres intersubjektivt. Hverdagslivskræfterne frembringes i individernes bestræbelser på at skabe *selvfølgelighed* og *helhed* i hverdagslivet:

Selvfølgeheden skabes gennem en ikke-bevidst genkendelse af det kendte og givne, der samtidig er en miskendelse af det ukendte og anderledes, det ikke-selvfølgelige, som hele tiden er til stede som konkrete muligheder. Genkendelsen er selektiv: Gennem udvælgelse af det kendte begrænses den mangfoldighed af muligheder, der principielt er tilstede ved hvert eneste skridt. Dermed sikres en vis kontinuitet af selvfølgeligheden (Bech-Jørgensen 1988:74)

Ifølge Bech-Jørgensen opleves hverdagslivet som det mest selvfølgelige, der findes. Den del af hverdagslivet, der forstås, sættes ind i et betydningssmønster af vaner, rutiner, ritualer og normer, mens det ikke-selvfølgelige miskendes, og søges udgrænset. Det ikke-selvfølgelige er imidlertid hele tiden til stede som muligheder, der udfordrer det selvfølgelige, og disse muligheder kan indføres i selvfølgeligheden gennem små forskydninger. De kan også skabe skred og brud gennem miskendelse rettet mod selvfølgeligheden. På det ikke-bevidste plan bestræber subjektet sig hele tiden på at skabe selvfølgelighed og helhed i hverdagslivet. Deri ligger ønsket om såvel kontinuitet som forandring.

I denne begrebsliggørelse af hverdagslivet ligger der på det konkrete materielle plan flere

anvendelsesmuligheder i forhold til empiriske receptionsanalyser. For eksempel er fjernsynet for flertallet af både danske, brasilianske og nord-amerikanske familier en af »hverdagens objekter«, der er med til at skabe selvfølghed og helhed. Fjernsynet har for mange en tidsligt strukturerende funktion, hvor forskellige programpunkter bruges som orientering i hverdagen. Børne-tv bruges måske som samlende programelement i familien efter en travl dag, eller tv-nyhedernes start angiver, at nu skal manden i familien se tv, mens den yngste lægges i seng af kvinden (se også Lull 1979).

På det mere symbolske plan kan fjernsynet ligeledes være med til at skabe selvfølghed og helhed. Det kan ske gennem brugen af og magten over fjernbetjeningen, der, som Morley (1986) har vist, er nært forbundet med magtfordelingen i familien (se også Seiter mfl. 1989). En symbolsk helhed kan også skabes via rituel sening af de daglige tv-nyheder, hvor det ikke så meget er de aktuelle nyheder, der er det vigtige, men følelsen af, at man ved at samles om nyhedsformidlingen tilhører et nationalt og kulturelt fællesskab, hvor ens identitet kan bekræftes.

Hverdagslivstilgangen i den empiriske receptionsforskning lægger op til, at man ikke kun analyserer samspillet mellem medietekst og modtager, men lige så meget den nære sociale kontekst, for eksempel seersituationen, samt den større samfundsmæssige kontekst, receptionen foregår i.

### Empiriske receptionsanalyser: en metodisk udfordring

Empiriske receptionsanalyser har i stigende grad fået medieforskeres bevågenhed i løbet af 1980'erne. Brunson og Morley (1980) var nogle af de første i Europa, der foretog dybdegående analyser af modtagers afkodning af medieteksten. Næsten samtidig, i årene 1980-82, lavede den brasilianske antropolog Ondina Fachel Leal sin receptionsanalyse af tv-seeres telenovela-afkodning. Den var færdig som masters-afhandling i 1982, men udkom først som bog i 1986.

Mange andre fulgte i kølvandet med empiriske receptionsanalyser (Modleski 1979/1982, Hobson 1981 og 1982, Ang 1982/85, Radway 1983 og 1984, Hjort 1984, Morley 1986, mfl.).

Fælles for de fleste af disse undersøgelser, som fulgte i kølvandet på disse studier, var: a) At de hovedsagligt fokuserer på populærkulturen, især tv-serier b) At man vægter modtagernes oplevelse og brug af et medieindhold, c) At analysen befinder sig på et mikroniveau, der ikke forbindes med en bredere samfundsmæssig kontekst, og d) At man anvender kvalitativ metode, ofte begrænset til brugen af kvalitative interviews (se også Rasmussen og Tuft 1991).

1980'ernes empiriske receptionsanalyser blev bla inspireret af James Lull, der lancerede en *etnografisk metode* i sin efterhånden klassiske artikel "The Social Uses of Television":

The ethnography of mass communication is meant to be a sustained, microscopic, inductive examination of the natural interactional communications which connect human beings to the mass media and to each other (Cit. i Lull 1990:33)

Lull definerer metodisk sin etnografiske metode som et feltarbejde med en kombination af deltagerobservation, brug af informanter og dybdeborende kvalitative interviews. Hans mål med anvendelse af feltarbejde er at opnå en forståelse for tv-apparatets og tv-programmerens sociale brug og placering i familielivet. I forsøg på at typologisere, hvordan nordamerikanske familier anvender tv-apparatet og -programmerne, undersøgte Lull 200 familiers sociale brug af tv.

Forskerne opholdt sig imellem 2 og 7 dage hos familierne. De kom ud på eftermiddagen og gik igen hver dag ved sengetid. I denne periode deltog de i familiernes dagligdag på lige fod med familiemedlemmerne, alt imens de "looked for regularity in communicative acts reflected in the interpersonal roles and relationships associated with the uses of mass media" (Lull 1990: 34). Lull benyttede således kvalitativ metode til at forsøge at finde mønstre i den sociale brug af massemedier. Ved hjælp af forskellige teknikker søgte han at kvantificere og kategorisere enhver social aktivitet, som kunne siges at være relateret til massemedierne. Om denne metode siger Lull:

The intent of the ethnography of mass communication is to allow the researcher to grasp as completely as possible with minimal disturbance the "native's perspective" on relevant com-

municative and sociocultural matters indigenous to him or her (Cit. i Lull 1990: 31)

Forskerens rolle i empiriske receptionsanalyser gør Lull således til »fluen på væggen«, hvorfra man såvidt muligt skal undgå at skabe brud og forstyrrelse i familien og hverdagslivet. Denne objektgørelse af »det studerede« mener han tilsyneladende er nødvendig. Mange kultursociologer og antropologer, undertegnede inklusive, opererer med en helt modsat opfattelse af forskerens rolle i felten: da forskeren ikke kan undgå at forstyrre en person, en familie, et hverdagsliv, må man inddrage denne forstyrrelse – kulturmødet imellem forsker og menneskene i felten – i sine metodiske overvejelser. Nogle går så langt som til at arbejde bevidst med at bryde hverdagslivets selvfølgheder og skabe »tredie kulturer« imellem forsker og mennesker i felten (Egger 1983, Bovin 1988, Hastrup 1986, Tufte mfl. 1990).

Tidsfaktoren er et andet kriterium, hvor Lull står i modsætning til, hvad etnografer, antropologer og kultursociologer almindeligvis praktiserer. Lull baserer sin undersøgelse på 2-7 halve dages familieophold. Forskere fra ovennævnte faggrupper vil som regel opholde sig længere tid i felten for at kunne lære personerne at kende og begribe dybderne og facetterne i den sociale kontekst, de lever i.

Mens den empiriske receptionsforskning i 1980'erne vandt udbredelse og anerkendelse som en vigtig del af medieforskningen, har der samtidig været en stigende kritik og selvkritik af de empiriske receptionsanalyseres metodiske svagheder (Radway 1988, Lull 1988, Ang 1990, Jankowski og Jensen 1991, mfl.). I dag kredser diskussionen om, hvilke grundlæggende principper en medieetnografisk metode bør baseres på (se fx Jankowski og Jensen 1991, Drotner 1993b, mfl.). For mig at se må følgende principper være medtaget i en medieetnografisk metode:

1. Forskerens rolle må være genstand for selvrefleksion og analyse. Dels må forholdet om forskerens indvirkning på de studerede mennesker medtænkes i metodeovervejelserne. Dels må de etnocentriske implikationer af den kulturforskel, der ofte er imellem forsker og udforskede, indgå i metodeovervejelserne.

2. Tid. For at begribe hverdagslivskræfterne og hverdagslivets selvfølgheder, herunder de mange betydningsmønstre af vaner, rutiner, ritualer og normer, kræves tid. Længerevarende ophold i felten er nødvendige.
3. Metodisk mangfoldighed. Kombineret med tidsfaktoren hører en mangfoldighed af metodiske fremgangsmåder: deltagerobservation, dybdeinterviews, informantoplysninger, statistisk materiale, dagbogsnotater og, ved netop analyser af reception af medietekster, et godt kendskab til medieteksten (dvs indholds- og genreanalyser).
4. Tværfaglighed. For at begribe hverdagslivet og de processer, der foregår i og omkring en mediereception, er en tværfaglig tilgang nødvendig. En tværfaglig tilgang vil afstedkomme en integration af indholds- og modtageranalysen, uden at den ene skal være determinerende i forhold til den anden. I analyser af såvel medieindhold som af interviewudskrifter vil tekstteori, som den kendes fra humanistisk receptionsforskning, være af stor betydning. Metoderne til at begribe den sociale kontekst – såvel den nære seersituation som de bredere sociale og kulturelle forhold – bør søges i etnografiens og kultursociologiens metoder og tilgang.

Der er således fortsat brug for en videreudvikling af de hidtidige metoder. Perspektivet må bredes ud, forskerne må se op fra fjernsynet, de må rundt ikke kun i familien, men i hele lokalsamfundet, og så skal de tage sig lidt bedre tid!

## Den empiriske receptionsanalyse

Den følgende beretning vedrører min egen receptionsanalyse, der vedrører kvinder i tre lavindkomst byområder i Brasilien. Analysen har fire delkomponenter, som er de elementer, jeg mener bør være de centrale i enhver empirisk receptionsanalyse:

- En analyse af den genre, som receptionsanalysen omhandler.
- En analyse af den socio-kulturelle kontekst, hvori receptionen foregår. Denne kontekstanalyse omfatter såvel den aktuelle socio-økonomiske livssituation, hvorunder de ud-



valgte personer lever, som indsigt i deres livshistorie.

- En analyse af den sociale brug af tv-mediet, herunder kendskab til de udvalgte personers medievaner.
- En diskursanalyse, hvor udvalgte diskurser, som forskeren har fremanalyseret i produktet sammenstilles med de receptioner, forskeren er vidne til under sit feltarbejde.

### Telenovelaen: flagskibet i brasiliansk tv

Telenovelaer er de mest sete underholdningsprogrammer i Latinamerika. Brasilianerne ser i gennemsnit 3-4 telenovelaer om dagen. Brasilianske Rede Globo, som er verdens fjerde største tv-selskab, har siden 1970'erne eksporteret deres egne telenovelaer og miniserier til 130 lande over hele verden (Marques de Melo 1988)<sup>1</sup>. Telenovela-genrens succes er uomtvistelig. Genren har eksisteret i 30 år, de sidste 25 år i en næsten uforandret form og med lige stor succes. Som de fleste genrer har den fulgt tidens strømninger inden for sprogbrug, person typer, plot og *settings*. Tematisk har telenovelaerne været skåret over samme grundtema, en kærlighedshistorie lagt ind i socialt miljø med klasse modsætninger, hvor en af hovedpersonerne stiger opad socialt.

*Klunserdronningen* er et klassisk eksempel. Det var Rede Globos jubilæumsnovela, skabt i anledning af koncernens 25 års jubilæum. *Klunserdronningen* handler om en kvinde, hvis far tjente sine penge ved at klunse. Han tjente en formue, købte sig et stort hus, biler, mm, og da han døde, overtog hun – klunserdronningen – det hele. Klunserdronningen – Maria do Carmo, hedder hun – er hemmeligt forelsket i sin gamle skolekammerat, Edu, søn af en kaffebaron fra en af Sao Paulos traditionsrige gamle familier. Kun med megen kvindelyst, tålmod og stædighed lykkes det hende efter mange afsnit at vinde hans gunst i skarp konkurrence med Edus egen stedmor, som også er forelsket i ham.

### Dramaturgiens kompleksitet

Genren har en kompliceret dramaturgi (Matterlart 1987, Ortiz 1989, Leal 1986), hvor koblingen imellem episodiske og serielle forløb an-

vendes på en sindrig måde, der vil flere ting: dels fastholde vaneseeren igennem alle 150-250 afsnit, dels give mulighed for at den sjældne seer kan få en mening ud af at se et tilfældigt afsnit og blive så fanget, at hun eller han bliver hængende. Endelig skal dramaturgien tække reklameinteresserne – der er obligatoriske brud i historien hvert tolvte minut for at give plads til 3 minutter med reklamer. Undervejs praktiseres *merchandising*, dvs reklame ved at placere produkter i billedet eller lade skuespillerne aktivt bruge et specifikt produkt i en bestemt situation.

Genren har hidtil opereret med en indbygget tematisk dobbelthed, som giver seeren mulighed for at veksle imellem indlevelse og distance til det sete: På den ene side rammer historien seerens hverdags-erfaringer i det emotionelle univers, og på den anden siden viser telenovelaerne en materiel verden, som ligger meget langt fra hverdagen for de fleste tv-seere (da Silva 1985). Identifikationerne ligger i det almenmenneskelige univers af følelser, som skyer alle klasse modsætninger, også – eller især – i kærlighed (Fiske 1987, Vink 1990). Drivkraften i identifikationen kombineret med graden af (kritisk) distance til telenovelaen udgør det spændingsfelt, hvori seerne henter energi, engagement og viden til brug i sin hverdag. Det er nogle af disse forhold, jeg ser nærmere på i min diskursanalyse.

### Metode og materialer

Min primære empiri er indsamlet under et 2 måneders ophold i Brasilien i begyndelsen af 1991. Det omfatter følgende:

- 1) Optagelse af 12 udvalgte afsnit af telenovelaen *Klunserdronningen* – den gik på Rede Globo fra april til november 1990;
- 2) Deltagerobservationer i de 3 lokalområder, herunder hos de 13 kvinder jeg har interviewet, men også observationer fra mine andre studieophold i Brasilien i 1983, 1987, 1989-90 og 1992;
- 3) En kvantitativ spørgeskemaundersøgelse med 105 respondenter fra to af de 3 lokalområder. Områderne er *Calabar* og *Vila Nitro Operaria*;
- 4) 13 kvalitative interviews med kvinder fra 3 forskellige lokalområder i Brasilien;
- 5) Indsamling af sekundære medietekster (Fiske 1987), dvs aviser, ugeblade og månedsblade som alle omtaler telenovelaerne før, under og efter, de

er blevet sendt; 6) I tillæg til empirien på modtagersiden, søgte jeg også empirisk materiale fra afsendersiden. Det blev til interviews med producere samt deltagerobservationer og informantoplysninger under rundvisning i Rede Globos studier.

Under mit feltarbejde opholdt jeg mig imellem 7 og 12 dage i hvert af de 3 undersøgelsesområder. Fra begyndelsen søgte jeg at synliggøre min tilstedeværelse for så mange som muligt. De første dage gik med besøg rundt i lokalområdet, på skolen, i beboerforeningen, i små butikker, barer, på fodboldbanen og i private hjem. Jeg søgte at gøre mig fortrolig med området og dets beboere. Det var vigtigt at blive set og bemærket af så mange som muligt og helst i selskab med den *gatekeeper*, der havde formidlet min adgang til området. Derved søgte jeg at afmystificere min person og vinde beboernes tillid.

Integrationsprocessen omfattede mange samtaler undervejs, hvor jeg forklarede, hvem jeg var, og hvad jeg lavede i Brasilien. Jeg blev iøvrigt ofte taget for at være brasilianer, idet jeg taler sproget flydende med sproglige udtryk, som kun anvendes i Sydbrasilien, hvor jeg har boet.

## Levevilkår og medievaner

Mange af undersøgelsens respondenter er migranter eller har forældre, der var det. Migration, usikre arbejdsforhold og illegale ejerforhold omkring jord i slumområder betyder, at der flyttes meget. De ustabile sociale forhold gør, at drømmen om » eget hjem « bliver en stærk drøm blandt mange fattige brasilianere.

De sociale netværk i Calabar og Vila Nitro Operaria er tætte. Særlig tydeligt ses det i Calabar, det materielle fattigste område, hvor man kan observere de stærke sociale bånd til familie, venner og naboer. Man udveksler mange tjenester, fx låner mad af hinanden, passer hinandens børn, vasker hinandens tøj, osv. Desuden har kvinderne ofte et stort antal *biscates*, som er småindtægter fra et utal af forskellige aktiviteter: salg af hjemmelavet slik eller brød, syning for andre, tøjvask for andre, mm. Alle disse *biscates* og udveksling af tjenester udgør helt centrale dele af overlevelsesstrategierne i den uformelle sektor. De er udbredte, men er samtidig meget svære at kvantificere, udrede og synliggøre.

Mange af husstandene i Calabar og Vila Nitro Operaria har brudte familier, men ikke desto mindre er det kun ganske få, som er enlige mødre (hhv. 7% og 6%). De plejer at blive gift eller finde nye partnere igen hurtigt. Deres hjem består ofte af mange familiemedlemmer – børn, men også mange slægtninge.

Arbejdsløshed og stram økonomi præger deres hverdag. Enten er de selv arbejdsløse eller har mænd eller fædre, der er det eller har været det i perioder. Tv-kiggeriet er i alle tilfælde en ret social aktivitet, ofte af den simple grund, at der ikke er andre steder at opholde sig end i rummet, hvor tv-apparatet kører.

Så godt som alle husstande i mine undersøgelsesområder har et tv-apparat; i Calabar 84% og i Vila Nitro Operaria 90%. Kvinderne ser i gennemsnit 3-4 telenovelaer hver dag, 6 dage om ugen. Telenovelaerne er suverænt den mest sete tv-genre. I weekenderne var *talk shows* ligeledes meget sete<sup>2</sup>. Mange aktiviteter finder sted samtidig med tv-kiggeriet: kvinderne laver mad eller vasker op, syr, rydder op, og passer samtidig børn. Der leges og snakkes, skældes og smældes samtidig med, at der ses fjernsyn. I sådan en social kontekst, bliver tv-kiggeri én blandt mange sociale aktiviteter, som både voksne og børn deltager i<sup>3</sup>.

I mange tilfælde struktureres tiden i forhold til tv. For eksempel i 13-årige Robertas tilfælde. Hun bor i Vila Nitro Operaria og skynder sig altid hjem og laver lektier, inden programmet *Mara* starter om eftermiddagen. 41-årige Matilde i Calabar skynder sig også ofte hurtigt hjem – hun afbrød endda nogle gange møder i beboerforeningen for at kunne nå hjem og følge med i sine telenovelaer. 32-årige Eva fra Canoas påpeger et problem med både at ville se tv og være aktiv i græsrodsarbejde. Hun prioriterer selv græsrodsarbejdet, men i dette arbejde støder hun til stadighed på problemet hos de andre:

Jeg kender mange, som ser tv fra morgen til aften. De glemmer endda børnene, huset og græsrodsarbejdet. Vi mærker dette i mødregruppen. Vi plejer at sige til vore mødre, hvor meget det forstyrrer. Bare fordi de skal se telenovela kl. 14, så kan vi først holde møde efter kl. 15, eller også må de komme for sent. Så siger vi til dem, at vores møder åbenbart betyder mindre for dem end det at se telenovela, selv-

om de ikke forstår den, og selvom det ikke fører til noget. I stedet burde de være med til møderne og måske diskutere samme slags problemer som dem de ser i telenovelaerne.

Spm: Hvad svarer de på det?

De svarer »åh, vi har vænnet os til telenovelaer, vi kan li' at se dem, for vi har ikke mulighed for at gå ud, vi ka' ikke gå i biografen, vi har ikke råd til at spise ude. Det eneste, vi har ret til, er at se fjernsyn, så hvis I også tager det fra os, hvad skal der så blive af os?« Det er det svar, de giver os; den eneste underholdning, den fattige har, det er tv« (Eva, s. 24-25)

Summa summarum bliver tv often den primære kilde til underholdning. Desuden strukturerer tv-kiggeri ofte tiden i hverdagen for kvinder i alle aldre. Tv-brug og -forbrug indtager således en aktiv og dominerende rolle i kvindernes hverdagsliv, og det er forankret i seening af 3-4 telenovelaer dagligt.

### Tv i gråzonen

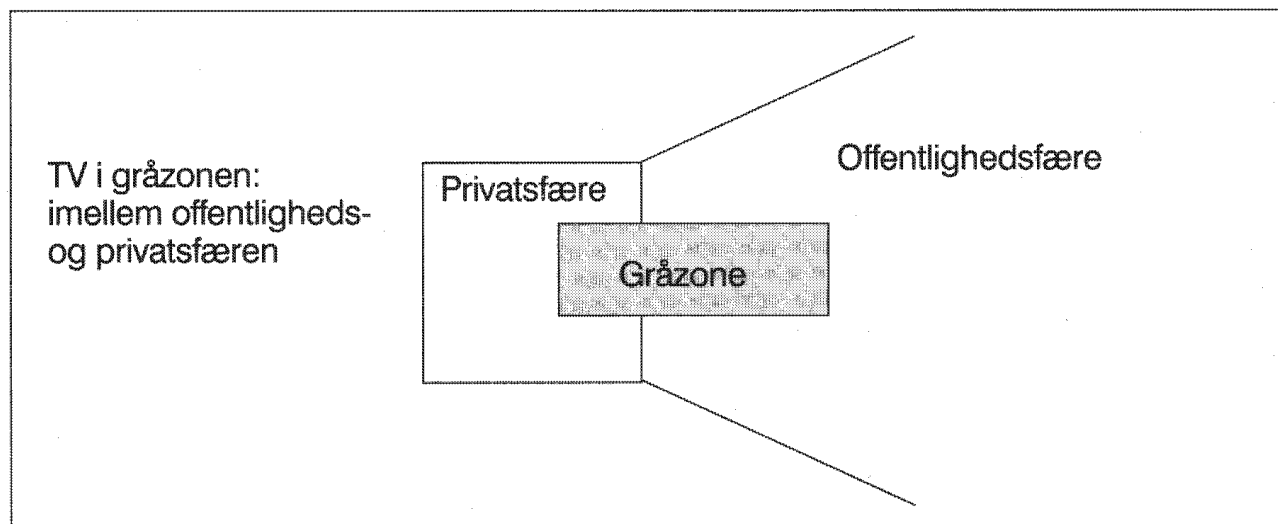
Et typisk fænomen ved brasilianske hjem, især i lavindkomstgrupper er, at man fra hoveddøren træder lige ind i stuen – der er aldrig nogen mellemgang. Dvs der er direkte forbindelse imellem hjemmets primære opholdsrum, stuen, og gaden. Et andet fænomen er, at så længe der er nogen hjemme, er døren ofte åben, så gaden kan ses fra stuen, og vice-versa. Vinduerne er ligeledes ofte åbne – dvs ofte er

der ikke glas i, men kun et hul i væggen dækket med skodder.

I slumkvarterer er afstanden fra huset til gaden kort først og fremmest på grund af det meget tætte boligbyggeri. De fleste gør noget ud af at have lidt plads foran huset. Her er der enten lidt blomster, en vaskekumme til tøjvask, lidt åben plads til at tage en eller flere stole fra stuen ud foran huset, osv. Kontakten imellem gaden og hjemmet bliver derfor meget tæt. Grænsen imellem offentlighedssfæren (gaden) og privatsfæren (huset) bliver flydende. Denne grænsezone imellem det offentlige og private betegner jeg *gråzonen*.

*Gråzonen* omfatter såvel den lille plads foran huset som stuen. Ofte finder man et forhæng imellem stue og køkken/soveværelser, som antyder, at privatsfæren er soveværelserne og køkkenet, hvor køkkenet overvejende er kvindens domæne. I de mindste hjem, med kun et rum, er den deling ikke mulig, med det resultat, at privatsfæren udviskes. I de tilfælde ses en lukket dør noget oftere. Fjernsynet befinder sig altid i stuen – kun i ét af de 13 kvinders hjem var det placeret i et soveværelse (hos Gildete, 63 år). I de mange andre hjem, jeg besøgte i forbindelse med spørgeskemaundersøgelsen, gjorde de samme forhold sig gældende. Dvs. fjernsynet indgår i gråzonen imellem offentligheds- og privatsfære – det tilhører hjemmets mest offentlige rum.

Fjernsynet var desuden placeret på en måde, så det kunne ses fra hoveddøren og dermed fra gaden. Ikke i ét af de besøgte hjem var det placeret på samme væg som hoveddøren,





så det ikke kunne ses udefra. Det stod enten på sidevæggen eller på væggen modsat hoveddøren (se også Leal 1986, 1990).

Gråzonen imellem offentligheds- og privat-sfære, herunder tv-apparatets placering i denne, er vigtig er have for øje i analysen af, hvordan fjernsynet indgår i kvindernes hverdagsliv. Tv-kiggeri var sjældent en enkeltstående og privat aktivitet, som kvinderne koncentrerede sig om fuldt ud, tværtimod. Tv i gråzonen i storbyerne minder på mange måder om den italienske medieforsker Irene Pennacchionis beskrivelse af forholdene omkring tv-kiggeri i de små landsbyer i Nordøstbrasilien i starten af 1980'erne:

Every little town in the Northeast of Brazil has its square with a television set on a concrete block... In the evening...the television is switched on, and the square starts to fill with the sound of the television, which mixes naturally with the sounds of daily life...with the sounds of children and drunks, with music from transistor radios, with the roaring of engines (...) and with conversations, which are also continued in front of the television, without anyone asking for silence in order to follow better what's happening on the screen (Pennacchioni 1984: 339).

Denne stemning af tv-kiggeri på en landsbyplads ligner stemningen i stuerne i Calabar og Vila Nitro Operaria. Seersituationen er en af de bredest mulige sociale kontekster, hvor alt indgår: mennesker, lyde, omgivelser i en fælles summen af liv. Relationerne er nærmest kaotiske blandt de mange aktører, som virker ind på sammenhængen. Det er i denne sociale kontekst, der ses tv i Brasilien.

Gråzonen er i denne sammenhæng det fælles mødested. Her mødes mænd, kvinder og børn. Penacchionis beskrivelse fra landsbypladsen i Nordøstbrasilien er rammende også for gråzonen i storbyernes udkantsområder: "it is a meeting place, the end of a walk. The television is naturally there, a bit like a trusted Goddess to whom one listens without much respect". Til trods for det umiddelbare virvar af aktivitet, lyde og social interaktion, så fanger seerne mere af handlingen, end man skulle tro. Det vil diskursanalysen søge at vise.

## Den personspecifikke diskurs

Karakteristisk for alle mine respondenter er, at telenovelaerne siger dem noget om mennesker, fællesskaber og følelser, og især om relationerne i familierne:

Jeg kunne godt lide *Klunserdronningen*, fordi det var en hverdagshistorie – en historie som findes i min familie, og i mine veninders familier...Jeg kunne identificere mig med Maria do Carmo, fordi hendes liv nogenlunde var det samme som mit (Ilda, 41 år, Vila Nitro Operaria)

Andre havde en anderledes aggressiv holdning til, hvad tv kunne gøre for familielivet. Det gjaldt bl.a. Evas gamle mor, som brød ind i mit interview med Eva (fra Canoas) og sagde: »Jeg synes ikke om tv, for tv er kommet for at ødelægge folks fællesskab«. Denne gamle kvinde havde boet de første mange år af sit liv på landet i Sydbrasilien tæt ved grænsen til Uruguay i en landsby uden elektricitet. Hun var kommet til storbyen Porto Alegre sammen med sin familie, herunder datteren Eva, for 30 år siden. Hendes meget spontane reaktion (som hun brød ind i Evas og min samtale med) vidnede tydeligt om en indædt antipati overfor tv som fænomen.

Storbyens uoverskuelighed og fremmedhed i forhold til den markant anderledes tilværelse på landet kan afstedkomme en antipati over for alt, som er nyt, alt som man ikke forstår, hvordan fungerer, og hvad er. Jeg mødte lignende stærke reaktioner hos nogle kvinder, som blev frastødt af nogle tv-scener, som i forhold til deres moralkodeks var ganske umoralske. Det er givetvis holdninger af denne karakter, som ligger bag, at 22% i Vila Nitro Operaria (Sao Paulo) og 13% i Calabar (Salvador) bevidst fravælger at se telenovelaer.

Familierne, som optræder i telenovelaer, ligger på flere punkter fjernt fra seernes sociale virkelighed. Eksempelvis ses ikke ét barn under 18-20 år i *Klunserdronningen*. Det kendetegner mange *prime-time* telenovelaer. Roberta på 13 år var ret utilfreds med det:

I *Mit gode – Mit onde* (kl. 20) er der slet ingen børn. Det var der heller ikke i *Klunserdronningen* (kl. 20). I *Rugemoderen* (kl. 18) var der kun ét barn med, et spædbarn. Kun i *Top Model* er

der børn på min alder med (Roberta, 13 år, Vila Nitro Operaria).

*Top Model* er en telenovela, som specifikt retter sig mod unge. Den har været sendt kl. 18 tidligere og genudsendes nu kl. 14, som er det faste tidspunkt for genudsendelser. I *Top Model* er det ung livsstil, der præsenteres, med 14-18-årige unge som hovedpersoner. Mennesker yngre end det ses stort set ikke i telenovelaer. Dette står i modsætning til den sociale virkelighed i Brasilien, hvor halvdelen af befolkningen er under 18 år.

Børns brug og forbrug af telenovelaer er et uopdyrket område i medieforskningen i Brasilien. Undersøgelser har vist, at seerne i gennemsnit er 60% kvinder og 40% mænd, men ikke hvor mange børn (Miceli 1972). Det er ikke, fordi *prime-time* telenovelaer kun er populære blandt voksne, for de 3 12-13 årige piger, jeg interviewede, var storforbrugere af telenovelaer, som de alle kunne lide:

I skolen snakker jeg med mine veninder om novelaerne. Vi imiterer nogle af historierne, åbningsscenerne til novelaerne og nogle af personerne (Roberta, 13 år, Vila Nitro Operaria)

Udover de »manglende børn« i mange telenovelaer adskiller novelaens og mine respondents sociale virkelighed sig på endnu et væsentligt punkt: *Klunserdronningen* viser en overvægt af brudte familieforhold og især enlige kvinder. I mine undersøgelsesområder Calabar og Vila Nitrooperaria derimod, er kun hhv 7% og 12% enlige (herunder fraskilte). Men, måske er de brudte forhold bevidst lagt ind i det narrative forløb for, at det kan bevæge sig fra disharmoni til harmoni: parforholdet, familien og dermed lykken!? Tilsyneladende spekuleres der i mange kvinders ambivalente forhold til på den ene side at ville have trygge rammer i form af parforhold og børn og på den anden side ønsket om uafhængighed, selvstændighed og dermed frihed til at handle helt efter eget hoved. *Klunserdronningen* Maria do Carmo opnår begge dele, selv om hendes søgen efter manden i sit liv er drivkraften i historien.

Drivkraften i mange telenovelaer er en kvindes kærlighed til en mand og hendes ønske om at vinde dennes kærlighed. I *Klunserdronningen* er det Maria do Carmo og Laurinha, som begge dyster om den samme mand, Edu. Han bli-

ver skildret som en latinamerikansk macho, som kan få en hvilken som helst kvinde, han ønsker. Han misbruger Maria do Carmos svaghed overfor ham til at opnå økonomisk gevinst. Efterhånden bliver han dog forelsket i hende, og gennem tålmod, stædighed og vilje vinder hun hans kærlighed. Maria do Carmos styrke ligger i, at hun formår at koble traditionelle dyder med en ny stærk kvindelighed.

Der er en række personlige kvaliteter ved Maria do Carmo, som de fleste af mine interviewpersoner hæfter sig ved. Det er dyder som ydmyghed, tålmodighed, loyalitet, hendes sans for retfærdighed og hendes arbejdsomhed. Men det er også sympatien for hende på grund af de lidelser, hun må gennemgå for at opnå sine mål i tilværelsen. Endelig er hendes indre følsomhed, trods det til tider kække og kolde ydre, fundamentalt for at mine 13 kvindelige seere kan identificere sig med Maria do Carmo.

Følsomheden er den dyd, som kan tolkes mest kønsspecifikt. Ydmygheden, arbejdsomheden, tålmodigheden og loyaliteten tolker jeg som dyder, der bevidst lægges ind i historien for at sikre samfundsmæssig status quo. Det ideologiske budskab heri er tydeligt: det er ikke sjovt at være rig. De rige er dekadente, og deres relationer er præget af gensidig mistillid. Så derfor: bliv hvor du er, arbejd, vær tålmodig, og pas din familie! Lykken vil komme gennem et socialt stabilt liv uden for forandring.

Det, at handlingen udspiller sig omkring almenmenneskelige problemstillinger, gør, at den emotionelle indlevelse i handlingen er mulig for mennesker af alle aldre, køn og sociale klasser. Alle er i stand til at skabe en betydning ud af handlingen og historien.

## Den klassespecifikke diskurs

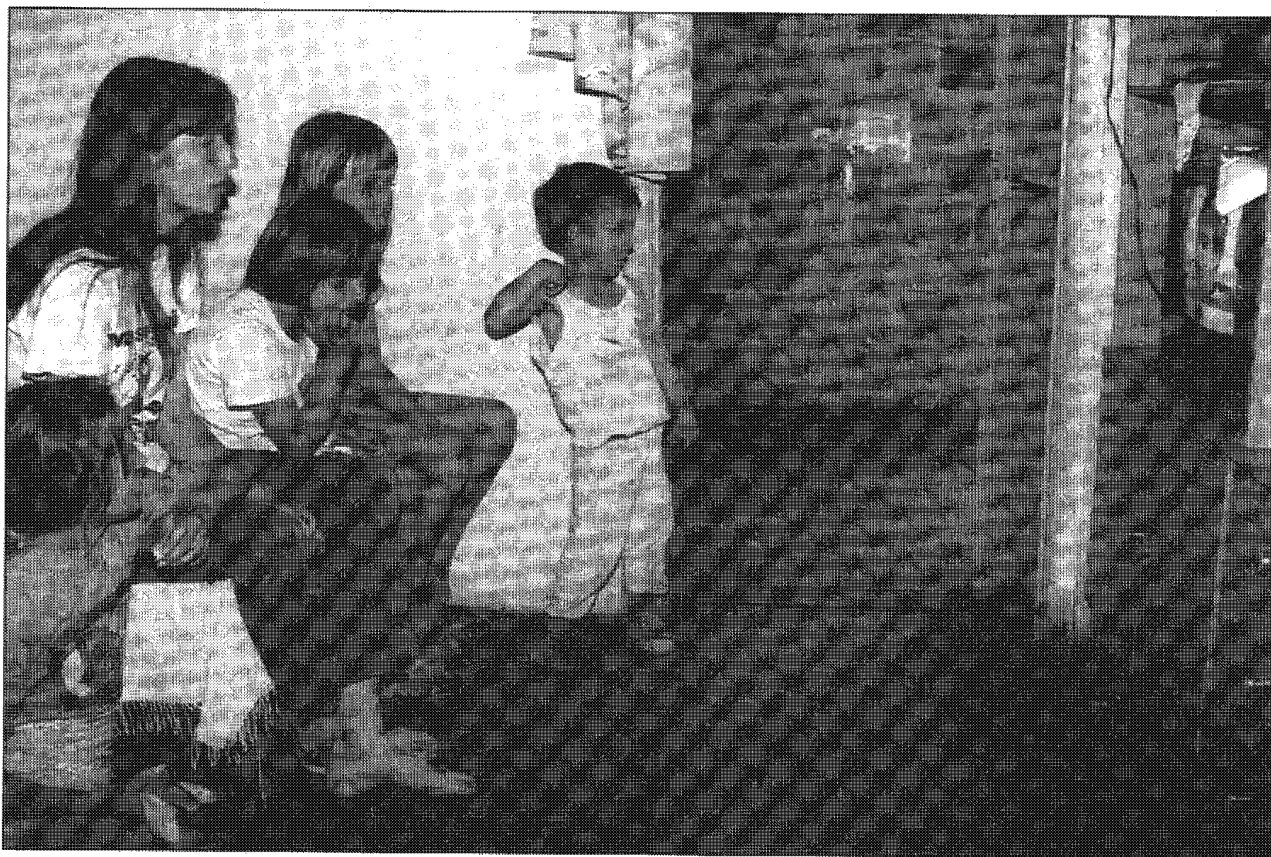
...den fattige er meget ydmyget, meget trådt på, vi er ikke regnet for nogensomhelst, vi er regnet som dyr. Samfundet accepterer os ikke, det er derfor, vi lider så meget, som vi gør, ik'. Sådan var også hendes historie (*Klunserdronningen* Maria do Carmos, red.). Hun steg takket være megen opofrelse, afkald og alt. Men før, da hun endnu var fattig, blev hun mobbet i skolen, ligesom mine børn... (Eva, 32 år, Canoas)

Klassediskursen i *Klunserdronningen* er tydelig for mine interviewpersoner, selv om begge hovedpersoner karakteriseres som rige. Identifikationen med Maria do Carmo er i høj grad en klassespecifik identifikation. For 13-årige Estella, som bor i samme område som Eva, skabte klunserdronningens arbejde en klar identifikation, idet det mindede om det arbejde, mange i Estellas boligkvarter udfører:

Mange lever af at klunse, også her i området. Maria do Carmos liv ligner meget det liv, som folk her lever – ikke hele hendes liv, men en del af det ligner... Papirarbejderne overlever på det, de samler sammen... ja der er endda eksempler på folk, som formåede gradvist at skaffe sig penge til at bygge en skønhedsklinik op blot ved at klunse. Så der er altså meget her i området, der foregår som i novelaen, hvor hende og hendes far gradvist »steg« mere og mere, lige indtil hun fik bygget sin store firma-bygning og var meget rig. Hun skaffede sig alt det gradvist ved at samle affald og sælge det (Estella, 13 år – Canoas; mine citationstegn)

Både Eva, Estella og alle mine andre interviewpersoner bruger udtryk som »at stige i livet«. Den sociale mobilitet opad, som Maria do Carmo gennemgår i løbet af historien, bliver karakteriseret ved disse udtryk. Omvendt er Laurinha »født i en guldvugge«, dvs født til et liv i luksus, til et liv »deroppe«. Under det meste af novela-historien befinder Maria do Carmo sig også »deroppe«, rent økonomisk, men hun har ingen social status, påpeger Eva.

Der er en klasse-mæssig ambivalens i identifikationen med Maria do Carmo. Hun er »lige-som os fattige«, samtidig med at hun befinder blandt de rige. At kvinderne klassespecifikt identificerer sig med Maria do Carmo – selv når hun ligesom Laurinha lever et liv med store huse, biler og tjenestefolk – skyldes Laurinhas og Maria do Carmos forskellige livsstile. De kommer til udtryk i påklædningen og i deres forhold til arbejde, fritidsbeskæftigelser og i deres forhold til tjenestefolk. Den sociale mobilitet, som Maria do Carmo gennemgår i *Klunserdronningen*, er således knyttet til social prestige mere end til materielle værdier.



Estella og hendes søskende ser tv – i baggrunden døren ud til gaden.

## Receptionernes mangfoldighed

Min receptionsanalyse viser, at der ikke er nogen entydig reception af telenovelaer blandt de 13 kvinder, som undersøgelsen omfatter. Tværtimod. Karakteren af deres receptioner kan gradueres fra meget oppositionelle (så som Eva) til de foretrukne afkodninger (jvf Hall 1980). En klar tendens er, at distancen og en ideologisk betonet kritik af novelaen var tydeligst blandt kvinder med et højt socialt engagement i fx beboerforeninger, fagforeninger, kvindegrupper og basismenigheder. De af kvinderne, som formulerede sig mest politisk og kritisk i samtalerne om telenovelaer, var de mest socialt engagerede, tydeligst med 32-årige Eva, en kirkeligt og politisk meget aktiv kvinde. Omvendt var de kvinder, som levede sig mest ind i historien frem for at distancere sig i deres reception, ofte hjemmegående og uden større sociale kontakt. 20-årige Ana, som boede alene med sin gamle mor og sin lillebror var et eksempel på dette.

Med fare for at lægge for instrumentelle og objektivt målelige kompetencer i folks sociale aktivitet, kan jeg konkludere, at karakteren af kvindernes tv-reception var afhængig af karakteren og omfanget af socialt netværk og engagement. Ved at snakke med andre om det set, blev det reflekteret og fortolket. Fortolkningen blev forskellig afhængig af den sociale kontekst, hvori samtalerne fandt sted.

Receptionen var desuden afhængig af kvindernes livssituation og livshistorie og erfaring. Et eksempel på livshistoriens betydning for en telenovelas succes kan ses i novelaen Pantanal's succes. Det var en telenovela, som gik i 1990 (og igen i 1992), hvor handlingen udspiller sig i et naturskønt område. Den er meget naturalistisk og romantiserer livet på landet. For mange byboere i de fattige områder mindede det dem om deres egen fortid på landet. Romantiseringen af det landlige ramte lige ind i seernes længsler og drømme om fortiden.

Diskursanalysen viser således, at den mening, som et medieprodukt giver sin seer, konstrueres i et dialektisk samspil imellem afsenderen og modtageren, hvor seerens specifikke socio-kulturelle kompetencer er determinerende.

## Konklusion

Tv er en magtfaktor i det brasilianske samfund i dag. Store kommercielle og politiske interesser har været medvirkende til, at der idag er et tv for hver ottende indbygger i landet. Tvs massive tilstedeværelse i hverdagslivet er imidlertid ikke kun ideologisk og økonomisk bestemt. Der bliver også set meget tv, og især telenovelaer fordi brasilianerne kan lide at blive underholdt.

I denne artikel har jeg forsøgt at påpege, på hvilke måder tv-apparatet og -flowet indgår som social og kulturel aktør i brasilianske kvinders hverdagsliv. Det fylder meget i deres hverdagsliv. Den socio-kulturelt og delvist økonomisk bestemte gråzone, som tv indgår i, er måske det mest centrale rum i brasilianernes hverdagsliv. Som enhver aktør, der indgår som del af gråzonen, spiller tv en central rolle i betydningsproduktionen, såvel som i hverdagslivets konstituering i øvrigt.

Telenovelaernes flow i gråzonen er et kultur-fænomen, der ideologisk bidrager til at fastholde seernes indplacering i et socialt hierarki, samtidig med, at det forløser social energi og spænding i kraft af aktiv og mangefacetteret brug og forbrug af tv-flowet. Den mening, seeren skaber via tv-seningen, skabes i et samspil imellem 1) de interpersonelle relationer seeren indgår i, 2) indholdet i det flow som strømmer udi hjemmet og 3) Den kontekst, receptionen foregår i, både den konkrete seersituation og – mere vigtigt – den socio-kulturelle kontekst, seeren lever i og udspringer af. Eksemplerne med den udadvendte og aktive Eva og den mere indadvendte Ana viser dette.

Formålet med denne artikel har været at søge at indkredse de samfundsmæssige forandringspotentialer, der måtte være i at se telenovelaer. Kan novela-kiggeri bidrage til grænseoverskridende handlinger og ændringer af samfundets status quo? Der er intet entydigt svar. Jeg gør mig ikke til talsmand for hverken kulturpessimistiske betragtninger om tv-mediets ideologiske dominans, ej heller for det modsatte. Svaret ligger midt imellem. Når brasilianske kvinder ser telenovelaer, frigøres der ofte nogle energier hos dem, som bidrager til løsningen af hverdagslivets problemer, først og fremmest i familien. Det er godt, og kan berige deres hverdagsliv. Heri ligger samtidig kimen til



grænseoverskridende handlinger, der kan true samfundets status quo. Men selve samfundsforandringen afgøres af sociale, kulturelle og historiske faktorer, som ligger udenfor tv'et.

## Noter

1. Rede Globo har siden slutningen af 1960'erne domineret det brasilianske marked og eksisteret som en monopollignende medieindustri i Brasilien. Udover tv-stationen består Rede Globo af aviser, tidsskrifter, mange radioer, bog- og musikforlag, mm. Ejeren, den 85-årige Roberto Marinho, regnes af mange for den mest magtfulde mand i Brasilien.
2. Det 12 timer lange søndags-talk show af Silvio Santos er det mest populære af disse.
3. Det er ikke så ofte, at kvinderne gør rent samtidig med tv-kiggeri: rengøring kobles ofte med radio og foregår om dagen, så man kan se skidtet i krogene, for husene er ofte meget dårligt oplyst.

## Litteratur

- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Ang, Ien (1990) Culture and communication: "Towards an ethnographic critique of media consumption in the transnational media system", *European Journal of Communication*, vol. 5.
- Ang, Ien (1991) *Desperately Seeking the Audience*. London, New York: Routledge.
- Bech-Jørgensen, Birte (1988) »Hvorfor gør de ikke noget« i Bloch, Charlotte et al: *Hverdagsliv, kultur og subjektivitet*, Akademisk Forlag, kultursociologiske skrifter nr. 25.
- Bondebjerg, Ib (1988) »Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning« i *Mediekultur* 7.
- Bondebjerg, Ib (1989) »Tekst, reception og samfund. Argumenter for et kritisk helhedsperspektiv«, i Højbjerg (red): *Reception af Levende Billeder*, Akademisk Forlag, s. 194-210.
- Bovin, Mette (1988) "On Provocation Anthropology", *The Drama Review*, vol. 32, nr.1. London.
- Canclini, Nestor García (1990) *Culturas híbridadas - Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, Mexico.
- Drotner, Kirsten (1991) *At skabe sig - selv: Ungdom æstetik, pædagogik*, Copenhagen, Gyldendal.
- Drotner, Kirsten (1993a) "Ethnographic Enigmas: The Everyday in recent media studies". (in press) *Cultural Studies*.
- Drotner, Kirsten (1993b) "Media Ethnography: An other story" i Ulla Carlsson (red); *Feministiska perspektiv på mediaforskningen*. Göteborg: Nordicom 1993 (in press).
- Egger, Gert (1983) *Dannelsens forvildelse*. København.
- Fadul, Anamaria (1989) "Cultura e Comunicacao: A Teoria Necessária" i M. Kunsch og F.A. Fernandes: *Comunicacao, Democracia e Cultura*, INTERCOM e Loyola, Sao Paulo.
- Fernandes, Ismael (1987) *Memoria da telenovela brasileira*, Brasiliense, Sao Paulo.
- Fiske, John (1987) *Television Culture*, London.
- Fuenzalida, Valerio (1987) La Gente es lo mas importante, i *Comm. America Latina*, nr 17.
- Hall, Stuart (1980) "Encoding/Decoding" i Hall, Stuart, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis: *Culture, Media and Language*, London: Hutchinson. Opr. 1973.
- Hobson, Dorothy (1989) "Soap Operas at Work", i Seiter et al (red): *Remote Control*, Routledge.
- Jensen, Klaus Bruhn & Jankowski, Nicholas (eds) (1991) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Routledge.
- Jensen, Solvej, Finn Rasmussen og Thomas Tufte (1989) *Oplysningsarbejdets Dialektik*, Institut for Kultursociologi, Reproserien, nr. 6.
- Leal, Ondina Fachel (1986) *A Leitura Social da Novela das Oito, Vozes*, Petropolis. Opr. 1982 som mastersafhandling.
- Leal, Ondina Fachel (1990) "Popular Taste and Erudite Repertoire: The Place and Space of Television in Brazil" i: *Cultural Studies*, UK
- Lins da Silva, Carlos Eduardo (1985) *Muito Alem do Jardim Botânico*, Summus Editorial, Sao Paulo.
- Lull, James (1980) "The Social Uses of Television", *Human Communication Research* 6, 3: 195-209.
- Lull, James (1988) "Cultural Variation in Family Television Viewing" i Lull, 1990.
- Lull, James (1990) "The Social Uses of Television", i Lull: *Inside Family Viewing*, Routledge. Opr. 1980.
- Martin Barbero, Jesus (1989) "A comunicacao no projeto de uma nova cultura política" i Jose Marques de Melo (org): *Comunicacao na America Latina - desenvolvimento e crise*, Papirus.
- Martin Barbero, Jesus (1990) "Comunicacion, Campo cultural y proyecto mediador", i *Dialogos* nr 26, s. 6-16.
- Mattelart, Michele og Armand (1989) *O Carnaval das Imagens - a ficcao na TV*. Editora brasiliense, Sao Paulo.
- Morley, David (1980) *The "Nationwide" Audience*, London: British Film Institute.
- Morley, David (1981) "The 'Nationwide' Audience - A Critical Postscript" i *Screen education*, 39.
- Morley, David (1989) Changing paradigms in audience studies, i Seiter et al (red): *Remote Control*, Routledge.
- Ortiz, Renato et al (1989) *Telenovela - historia e producao*. Brasiliense, Sao Paulo.
- Radway, Janice (1983) "Women Read the Romance: The Interaction of Text and Context" i *Feminist Studies* 9, nr.1.
- Radway, Janice (1984) *Reading the Romance*, Chapel Hill: University of North Carolina.
- Radway, Janice (1988) "Reception Study: Ethnograph-



- hy and the Problems of Dispersed Audiences and Nomadic Subjects”, *Cultural Studies* 2, 3: 359-76.
- Rasmussen, Finn og Tufte, Thomas (1991) »Mod en tværfaglig receptionsanalyse« i *Tendens*, nr 3: 29-38.
- Seiter, Ellen et al (red) (1989) *Remote Control*, Routledge.
- Silverstone, Roger (1991) “From Audiences to Consumers: The household and the Consumption of Communication and Information Technologies”, i *European Journal of Communication*.
- Tarp, Elsebeth (1983) »Kvindekamp og kulturkamp i Mexico«, *Den Ny Verden*, 17. årgang, nr. 4.
- Tarp, Elsebeth (1985) *Hverdagsliv kontra traditionel forskning*, forelæsning v. Hverdagslivsseminar på Institut for Kultursociologi, nov. 1985.
- Tufte Thomas et al (1990) *Jurema & Co i Brasilien – Selvfølgelig gør de modstand! Hverdagsliv og udvikling, slum og bevægelse*, Institut for Kultursociologi, Reproserien, no.4.
- Tufte, Thomas (1992) »Brasilianske tv-drømme« i *Information*, Juli 1992.
- Tufte, Thomas (1993a) »Hverdagens behagesyge tv-tæppe« i *Kristeligt Dagblad*, Februar 1993.
- Tufte, Thomas (1993b) “Everyday life, women and telenovela in Brazil” i *Serial Fiction in TV; the latin american telenovelas with an annotated bibliography of brazilian telenovelas*, redigeret af Anamaria Fadul, Sao Paulo, 1993.
- Turner, Graeme (1990) *British Cultural Studies. An Introduction*, Boston: Unwin Hyman.
- Vink, Nico (1988) *The Telenovela and Emancipation – a study on TV and social change in Brazil*, Royal Tropical Institute, Amsterdam.
- Willis, Paul (1980) Notes on Method, 1976 i Hall et al: *Culture, Media, Language*.
- Thomas Tufte er kultursociolog og nu ph.d-studerende ved Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab.