
En kulturanalytisk medieforskning

AV ALF ARVIDSSON OCH MARIANNE LILIEQUIST

den kvantitativt inriktade medieforskningens dominans håller sakta på att brytas i Sverige och mer en kvalitativt inriktad, tolkande diskurs gör sitt intåg. Den samhällsvetenskapligt orienterade masskommunikationsforskningen har alltsedan 1950-talet och fram till 1980-talet fyllt upp en stor del av det internationella forskningsfältet. Denna forskning hämtade sin inspiration främst från amerikanskt håll och den utgjordes mestadels av publikundersökningar av två slag: survey-undersökningar och behaviouristiskt influerade laboratorieexperiment. I början handlade denna forskning mest om marknadsundersökningar, för att så småningom övergå till att ställa samhällsrelevanta frågor om televisionens effekter på tittarna, särskilt vad gäller barn och ungdom. När den kvalitativt inriktade medieforskningen gjorde sina första inbrytningsförsök var det frågan om innehållsanalyser, där man såg på mediebudskapet som en text. Denna forskning har främst bedrivits med hjälp av teoribildningar från filmvetenskapligt och litteraturvetenskapligt håll.

Länge hade etnologer en kritisk hållning till massmedier. Skillingtryck, psalmböcker och kistebrev sågs mest som störande element för den muntliga traditionen. De

första generationerna som för några decennier sedan fick en genomtänkt skolning i fältarbete fick lära sig att stänga av radioapparater för att de inte skulle störa dokumentationen av folklig litteratur. I extrema fall som Ingemar Stenmarks andra åk kunde man titta på TV tillsammans med sina informanter för att skapa förtroende, men knappast som ett självklart inslag i fältarbetet.

I och med att etnologin blivit samtidsorienterad har också helt nya förutsättningar uppstått för att bedriva massmediestudier inom etnologin. Hur används medier i de dagliga processerna att konstituera kön, klass, ålder, generation, etnicitet, yrke och andra aspekter av kulturell identitet? Hur skapar massmedierna sina egna meningsfyllda världar? De nya innovationerna inom informationsteknologin accentuerar behovet av att utveckla etnologiska förhållningsätt till massmedier, såväl på teoretisk som på empirisk nivå. Det har förvisso inte saknats ansatser de senaste tjugofem åren, men det mesta har varit i form av separata bidrag, främst inom nordisk folkloristik. Under de senaste åren har dock ett mer allmänt intresse för medier växt fram. Arbetet inom HSFR-programmet Jämförande kulturforskning, som avsatte antologin *Medier och kulturer* (Hannerz 1990), och ett pågående samnordiskt projekt inom ramen för NIF

(Nordiska institutet för folkdiktning) är de mest synliga yttringarna. För att ytterligare manifestera denna inriktning anordnade därför etnologiska institutionen i Umeå den 1–2 november 1994 ett symposium med titeln "Etnologiska perspektiv på masskommunikation", där etnologer mötte representanter från andra ämnen, främst medie- och kommunikationsforskning. I detta nummer av *Kulturella Perspektiv* publiceras några av inläggen under symposiet.

Filmvetaren Monica Dofs Sundins tolkning av barnprogrammet Björnes magasin i artikeln "Den infantiliserade björnen" och etnologen Magnus Bergs analys av boken *Inte utan min dotter* i "Betty Mahmoodys oförklarliga huvudvärk" utgör båda exempel på den innehållsanalytiska medieforskningen. I "Medieetnografiska kulturstudier" diskuterar Göran Bolin vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation i Stockholm, den inriktning inom den kvalitativa medieforskningen som tar sin utgångspunkt i brukarens läsning av mediet. Återigen riktas fokus mot publiken, men den här gången studeras den med kvalitativa metoder, där kontexten kring informanten och djupet i intervjun får ersätta kvantiteten.

Till denna inriktning borde etnologerna ha en del att bidra, eftersom vårt vanligaste sätt att hämta material är med hjälp av etnografiska metoder: djupundersökningar och deltagande observation. I detta nummer representeras det etnologiska sättet att arbeta, vare sig det gäller media eller andra områden, av Elisabeth Tegnér's artikel "Rave på högfjället", som bygger på fältarbete bland rave-ungdomar, Marianne Liliequists "Såpoperan och dess brukare", där djupintervjuer utgör utgångspunkten för analysen, och Carina Sjöholms "Biografen som mötesplats", om vad som händer runt omkring biogåendet.

Att dela upp det kvalitativa medieforsk-

ningsfältet mellan ämnena, och t.ex. definiera etnologin som den vetenskap som sysslar med brukarna medan filmvetenskap och litteraturvetenskap ses som mest lämpade för att utföra innehållsanalyser, skulle innebära en onödig begränsning i sökandet efter fruktbara kvalitativa forskningssätt. Exempelvis kan etnologernas kunskap om folkloristiska teorier kring berättandet med fördel utnyttjas i medieanalyser och litteraturvetenskapliga teorier kan användas i undersökningar av brukarna, vilket inte minst Janice Radway har visat i sin smått klassiska studie av amerikanska kvinnors användning av romantikböcker, *Reading the Romance* (1984). Man kan kombinera innehållsanalysen med etnografi och låta teorierna gå i dialog med fälterfarenheterna. Det finns även en möjlighet att, som Radway har visat, låta ett kvantitativt material komplettera de kvalitativa metoderna. Den kvalitativa medieforskningen är och bör vara ett tvärvetenskapligt fält och det finns ingen anledning att i början av en forskningsinriktnings etablering låsa fast sig vid ämnesmässiga begränsningar. Låt oss i stället inspirera varandra (för all del även avskräckas av varandra) att kombinera olika metoder och teoretiska synsätt. Fram för en kulturanalytisk medieforskning!

Litteratur

- Hannerz, Ulf (red.), 1990. *Medier och kulturer*. Stockholm: Carlsson Förlag.
 Radway, Janice A., 1984/1994. *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London/New York: Verso.

Summary

In this issue of *Kulturella Perspektiv* we want to present some examples of media research with a more qualitative approach than the traditional mass communication research with its quantitative sociological orientation.