

Medieetnografiska kulturstudier

Metodologiska problem inom medieforskningen

AV GÖRAN BOLIN

S om en följd av den under senare delen av 1980-talet alltmer tilltagande tendensen bland medieforskare att vända sig till etnografiska studier har denna inriktning också i allt högre grad kommit att problematiseras. Först brukar man konstatera inriktningens popularitet och dess metodologiska fruktbart, sedan kritiserar den för att utföra alldeles för lite av empirisk forskning (t.ex. Lull 1988, Drotner 1993 a, 1993 b, 1994). Lite tillspetsat brukar det sägas att den amerikanska medieforskaren Janice Radway och hennes brittiske kollega David Morley är de enda två som faktiskt varit i kontakt med "verkliga" personer ur mediepubliken (Lull 1988:240). Referenser till dessa två forskares pionjärstudier (Radway 1984/1987, Morley 1980, 1986) är faktiskt legio inom s.k. receptionsforskning i allmänhet och inom det vidare fältet av Cultural Studies i synnerhet. Men de som framfört denna kritik har haft förvånansvärt svårt, möjligen undantaget amerikanen James Lull, att redovisa några egna, konkreta forskningsresultat, vilket gör att deras artiklar bara blir ytterligare flera i raden av teoretiska diskussioner inom ett område som med visst fog redan kan anses som överteoretiserat. Det kan förvisso hävdas att jag gör mig skyldig till exakt samma misstag och ytterligare späder på den textmassa som redan producerats, men jag vill då

försvara mig med att jag åtminstone håller på med en dylik studie, även om den inte är slutförd.

Det tycks således bland dagens medieforskare finnas en bred konsensus om nödvändigheten av att utföra etnografiska studier (vad det nu innebär), utan att man för den skull nödvändigtvis måste se denna metod som den enda möjliga. De flesta skulle nog kunna enas om att forskningsområdet inte är i behov av någon "etnografisk fundamentalism", för att använda ett uttryck som den danska medieforskaren Kirsten Drotner (1993 b:11) begagnat om den inställning som bl.a. företräds av hennes holländska kollega Ien Ang (1990, 1991). Medieforskning kan och bör också i vissa fall genomföras utan användande av etnografiska metoder, däremot är medieaspekten svårare att undvika i en etnografisk studie eftersom medier i allt ökande grad genomsyrar våra liv (Hannerz 1990, jfr Fornäs 1994).

Den kritik som redovisats mot etnografisk forskning i mediestudier ovan tar alltså fasta på det ringa antalet utförda undersökningar, inte på metoden som sådan. Användningen av etnografibegreppet inom medieforskningen har dock stött på en annan form av kritik, denna gång för att begreppet används på ett alldeles för slapt sätt — att det är väldigt få mediestudier av publiker som kan kallas etnografiska i egent-

lig mening (Drotner 1993b). Att begrepp kan urvattnas och mista sin precisa innebörd till förmån för ett mer "alldagligt" användande finns det otaliga exempel på. När ett nytt mediefenomen träder fram på marknaden ropas det numera om "moralisk panik" så fort en antydning till kritik mot fenomenet kan skönjas. Detta är särskilt fallet om kritiken är riktad av lärare eller föräldrar mot ungdomar eller mot populärkulturella fenomen. Stanley Cohen (1972), som myntade uttrycket i sin numera klassiska bok *Folk Devils and Moral Panics* i 1970-talets början, hade dock en avsevärt snävare definition. Enligt denna definition, som bl.a. har som krav att det i samhället skall finnas en närmast total avsaknad av personer som ställer upp och försvarar fenomenet i fråga, har det inte inträffat några moraliska paniker i Sverige sedan början av 1980-talet då videovåldet var måltavla för ett enhetligt samhälleligt fördömande. Och man kan även hävda att inte ens detta var en moralisk panik i egentlig mening eftersom det trots allt fanns personer, om än de var få, som faktiskt manade till besinning.

Nu vore det dock förmätet av mig att kritisera eller beklaga att begreppet moralisk panik används på fel sätt, och att alla som inte är bokstavstroga mot Cohens definition borde vara tysta. Språket befinner sig ju hela tiden i utveckling och är väl snarast att betrakta som en process än något som är klart och tydligt fastslaget en gång för alla. Beroende på kontext kan man ställa olika krav på exakthet i sin begreppsanvändning. Det innebär dock inte att man inom den vetenskapliga diskussionen skall acceptera begreppsglidningar och definitionsupplösningar. För att efter denna omväg återvända till etnografibegreppet så vore det olyckligt om det skulle användas på olika sätt inom olika discipliner. Eftersom jag själv är en vän av tvärvetenskapliga studier och tror på deras förmåga att skänka bredare och djupa

insikter om olika fenomen vill jag naturligtvis se att man över ämnesgränserna kan diskutera så att man förstår varandra.

I denna artikel skall jag ta upp och problematisera etnografibegreppet som det används inom medieforskningen. I denna diskussion kommer jag främst att använda mig av exempel hämtade från ett eget forskningsprojekt om ungdomar och videovåld. Jag tänker då ta fasta på och diskutera de benämningar man kan ha för att beskriva vad jag faktiskt gör inom projektet. Olika begrepp kan ju passa bra för olika ändamål, beroende på vilket syfte man har med en framställning och vilken aspekt av forskningen man vill lyfta fram. Därför behöver det inte med nödvändighet finnas någon motsättning mellan begreppen, t.ex. mellan medieetnografi och kulturstudier. De anger bara skilda aspekter av ett forskningsområde. Medieetnografibegreppet ställer det metodologiska i förgrunden, medan kulturstudiebegreppet lyfter fram studieobjektet, dvs. man studerar olika kulturer eller kulturella uttryck.

Innan jag ger mig i kast med denna diskussion kan det vara på sin plats att ge en kortfattad bakgrund till hur man inom medieforskningen studerat publikerna genom tiderna — alltså vad som lett fram till denna "etnografiska vändning".

Forskning om publikerna

Forskning om (mass)mediepubliker har förekommit sedan seklets början, men denna forskning har tagit sig olika uttryck genom åren. Både frågeställningar och metoder har varierat. En av de första frågor som väcktes var vilka effekter de rörliga bildmedierna hade på sin publik, och framför allt vilka effekterna var på den ungdomliga delen av publiken. Under 1920-talet genomfördes ett stort upplagt forskningspro-

gram i USA som allmänt brukar gå under benämningen Payne Fund Studies. Det medium som stod i fokus var biograffilmen och utgångspunkten var en oro för att ungdomar skulle ta skada av att titta på excesser i våld och sexuell lössläpphet. När resultaten från Payne Fund Studies redovisades hade man dock svårt att slå fast några entydiga effekter av ungdomarnas tittande, vilket kan sägas vara kännetecknande för de resultat man fått när man studerat denna frågeställning allt sedan dess (Lowery & DeFleur 1983/1988). Även i Sverige initierades en sådan debatt på ett så tidigt stadium som 1905, vilket ledde till att Sverige som första land i världen år 1911 fick en biografcensur (jfr Skoglund 1971).

Nu är ju inte effekter av våld det enda som studerats, även om våldsforskningen är den mest omfattande medieforskningen. Andra typer av effekter har också utforskats, som förändringar i opinioner, värderingar, på socialisationen och världsuppfattningen, förhållande till andra kulturer och mycket mer.¹ Den poäng jag vill framhålla med denna korta introduktion till publikforskningen är av metodologisk art: de flesta av dessa studier har genomförts av behaviouristiskt influerade psykologer och av sociologer, och man har begagnat sig av inom dessa ämnen vanliga metoder, dvs. laboratorieexperiment respektive surveyundersökningar. Den amerikanska dominansen har varit stark, liksom det samhällsvetenskapliga inflytandet på teori och metod, och befast den inriktning som i dag brukar kallas fältets mainstreamfära.

Jag menar nu inte att raljera över dessa metoders begränsningar, såsom ibland brukar ske när man skall inta en ståndpunkt i förhållande till något. Framför allt surveyundersökningar har sitt givna värde om man vill ha tillgång till ett representativt material som kan göra anspråk på en viss grad av generaliserbarhet. Kvantitativa stu-

dier måste dock utföras med full vetskap om metodernas begränsningar (något som för övrigt gäller alla typer av metoder). De passar alltså endast för att ge svar på vissa typer av frågor. Dessa frågor rör företrädesvis sådant som *hur mycket*, *när* och *vad* folk tittar, läser eller lyssnar på, för att ta den indelning som användes inom den numera bortrationaliserade publikforskningsavdelningen på Sveriges Radio. Däremot är det svårare att ur ett sådant material uttala sig om vilken *mening* publiken skapar i sitt möte med mediet. Den danske medieforskaren Klaus Bruhn Jensen (1991:4f) har pekat på att den traditionella, kvantitativt inriktade, medieforskningen fokuserade på den *produkt* som skapas i mötet mellan en text och dess mottagare medan den nyare, kvalitativa diton snarare är intresserad av den *process* som aktiveras i detta möte. De som studerat meningsproduktionen och dess processkaraktär har som en följd av detta använt sig av andra metoder.

Grovt sett kan man se den medieforskning som intresserar sig för meningsaspekter ur två huvudsakliga infallsvinklar. Den första av dessa är den som tar sin utgångspunkt i "texten" och med hjälp av denna bildar sig en uppfattning om publikens reaktioner eller tolkningar. Denna infallsvinkel är t.ex. vanlig inom litteratur- och filmvetenskap (som i stort sett hämtat det mesta av sin teori från just litteraturvetenskapen). Det andra angreppssättet är det som inriktar sig på det motsatta ledet i processen av meningsskapande, dvs. den faktiska publik som tar del av radio- eller TV-programmet, filmen eller boken. Denna infallsvinkel återfinns vanligen inom ämnen som (mass)kommunikationsforskning, sociologi, etnologi och Cultural Studies. Det är denna sistnämnda inriktning som jag främst kommer att beröra i det följande, även om jag också skall diskutera vissa beröringspunkter dem emellan.

Som framgår använder jag textbegreppet i vid bemärkelse såsom det använts av post-strukturalistiska forskare. Enligt detta synsätt är TV-program, filmer likväl som bilder, litteratur, serietidningar att betrakta som texter öppna för "läsning", dvs. tolkning (jfr Derrida 1967/1976). Det finns uppenbara poänger med ett sådant brett textbegrepp. En av dessa är anspelingen på den form en muntlig utsaga får vid utskrift av en intervju — den blir helt enkelt till text i och med att den tecknas ner. Själva analysarbetet utförs ju på en *utskrift* (jfr Clifford 1986a). Även om man tar hänsyn till fältanteckningar som komplement till intervjuerna är de ju faktiskt också nedtecknade. För att utvidga textbegreppet ännu mer kan man hävda att man direkt kan läsa personer eller grupper av personer som texter (jfr Hebdige 1979/1988). Den diskussionen kan vi dock lämna därhän så länge.

Etnografiska metoder inom medieforskningen brukar ofta diskuteras i samband med receptionsforskning och många använder begreppen synonymt. Inom medieforskningen kom denna typ av forskning fram som ett led i det ökande intresset för kvalitativa metoder. Receptionsforskning har dock inom medieforskning kommit att stå för mycket mer än, och inte primärt för, användandet av etnografiska metoder. Exempelvis ryms under detta begrepp en undersökning av Jensen (1994) där man studerat tolv familjers TV-tittande genom att låta en videobandspelare stå på och registrera familjernas kanalbyten.

Den amerikanska filmvetaren Janet Staiger (1992) har gjort en förtjänstfull uppdelning av receptionsforskningen inom litteraturvetenskapen i tre kategorier som på ett tydligt sätt framhåller skillnader vilka även kan tillämpas på receptionsforskning inom annan medieforskning. För det första ser hon en grupp av forskare som hon menar analyserar meningsproduktion utifrån ett

textaktiverat synsätt. Enligt detta synsätt finns mening inbyggd i texten och ligger där och väntar på att läsaren skall tolka den rätt — ungefär som man löser ett korsord. För det andra urskiljer hon en grupp forskare med ett *läsaraktiverat* synsätt vilket innebär att texten ses som faktiskt existerande, men att läsaren i mötet med denna kan skapa avvikande betydelser och läsningar beroende på sociala, kulturella eller psykologiska dispositioner. Mening produceras i läsarens uttolkning, och den kan ge utrymme för variationer beroende på vem som tolkar. Det tredje synsättet, den *kontextaktiverade*, menar Staiger inte har uppnåtts av någon forskare egentligen, men att det finns en potential hos båda föregående synsätten att utveckla en sådan infallsvinkel. Texten och läsaren ses här som jämbördiga vad gäller meningsproduktion, och kontexten — framför allt i det moment själva kommunikationsakten sker — betraktas som extra betydelsefull för den aktuella produkten. Staiger betonar att med detta synsätt blir den *historiska* dimensionen viktig för förståelsen av den mening som produceras i mötet mellan en text och dess läsare, dvs. i vilken historisk kontext detta möte sker (Staiger 1992:35 ff). En film som uppfattas på ett sätt 1942 behöver inte uppfattas likadant när den åter visas 1992 vilket man förmodligen skulle kunna fastställa om man studerade publikens responser vid premiären respektive nypremiären av *Casablanca* (1942). Metodologiskt följer på denna uppdelning att den grupp forskare som intresserar sig för textaktiverande läsningar vänder sig till textanalytiska metoder medan de som betonar läsaraktiviteten vänder sig till "empiriska" publikationer för att där utröna den betydelse som skapats. Har man ett kontextaktiverat synsätt blir det nödvändigt att ta hänsyn till båda dess faktorer, jämte en rad andra — t.ex. frågor rörande under vilka produktionsförhållanden en text framkom-

"Att använda sig av olika typer av material kan berika förståelsen av det fenomen man vill studera. Både de videofilmer som ungdomar tittar på och — som på denna bild — de fanzines de producerar själva bör därför ingå i analysmaterialet."
Omslaget till fanzinet Violent Vision, nr 1:1994.

mit och huruvida detta har påverkat receptionen.

Kirsten Drotner (1993b) argumenterar för att man inte skall betrakta medieetnografi som en del av receptionsforskningen utan snarare som ett alternativ till den — även om hon i ett annat sammanhang varit lite mer svävande på målet och menat att det snarare är fråga om en revidering av receptionsteorin (Drotner 1993:35). Hon pläderar för användandet av ett snävt medieetnografibegrepp som skall ta sin utgångspunkt i en bestämd grupp människor (snarare än i ett specifikt medium), och där dessa personer definieras som brukare av medier snarare än mottagare, vilket innebär att man förskjuter tyngdpunkten från att endast ta hänsyn till mediekonsumtion till att även inbegripa kulturell produktion. Vidare bör dessa brukare studeras i olika vardagliga sammanhang, och för det fjärde skall man uppehålla sig så länge i gruppen att man börjar omvärdera de inställningar man från början haft med sig i mötet med sina informanter (Drotner 1993b:11), en något mildare formulering än den gängse inom etnografisk metod där man går längre och menar att det är självuppfattningen eller den egna identiteten som skall utsättas för omprövning snarare än ens kulturella fördomar.

Den kvalitativa vändningen

I sin artikel "Media ethnography: an other story" redogör Kirsten Drotner (1993a) väl för den historiska bakgrunden till framväxten av receptionsforskningen i slutet av 1970-talet och det ökande intresset för medieetnografien. Hon särskiljer här tre olika utvecklingstrender som kan sägas ha utvecklats parallellt. För det första nordamerikansk medieforskning influerad av etnometodologi (Harold Garfinkel), symbolisk interaktionism (Harold Blumer) och fenomenologi

i Ervin Goffmans, Peter Bergers och Thomas Luckmans anda. I England utvecklades ungefär samtidigt en inriktning mot kvalitativa mediastudier främst i kretsarna kring Centre for Contemporary Cultural Studies i Birmingham där influenserna likt sin amerikanska motsvarighet kom från Chicagoskolans kvalitativa sociologi/kriminologi, men i den brittiska varianten även med starka influenser från feministisk teori, fransk strukturalism och gramsciansk och althusseriansk marxism. En tredje utvecklingstrend menar hon har skett inom de nordiska länderna med ursprung i främst feministisk forskning, men även sådan som fokuserats på ungdom och etnicitet. Det som särskiljer den nordiska inriktningen från de två övriga är att man tagit intryck av tysk kritisk teori i Frankfurtskolans efterföljd och psykoanalys (Drotner 1993a:25 ff).

Första gången etnografibegreppet används inom kommunikationsforskningen lär enligt Drotner (1993a) — vars historisk skrivning jag i det följande i stora drag återger — vara 1964 i och med publiceringen av amerikanerna J.J. Gumpertz' & Dell Hymes' bok *The Ethnography of Communication* (1964). Detta verk behandlar dock inte främst medierad kommunikation utan interpersonell sådan (jfr Gumpertz & Hymes 1972). Det dröjer dock ända till 1980-talet innan man kan säga att trenden slår igenom inom masskommunikationsforskningen i och med publiceringen av David Morelys studie av publiken till TV-programmet *Nationwide* (Morley 1980) och James Lulls (1980) anmodan till medieforskare att inrikta sig på etnografiska metoder. Redan så tidigt som 1914 genomfördes dock en receptionsstudie av tyska biobesökare av Emilie Altenloh (1914), där hon använde sig av både intervju- och surveymetoder.²

Och visst, all den forskning Drotner refererar till ryms måhända inom receptions-

forskningens ramar, men det är nog ingen av studierna som kan inordnas under den snävare medieetnografiska definition som Drotner själv pläderar för (vilket hon i och för sig inte heller påstår). Vissa har studerat läsarbrev (Ang), andra har använt sig av intervjuer (t.ex. Radway och Hobson), men ingen av dem har gjort några omfattande deltagande observationer eller stannat med sina informanter under en längre tidsperiod. Drotner har visserligen i en senare serie av danska ungdomars egna videoproduktion tillämpat etnografiska metoder (Drotner 1991), men inte i det arbete hon redogör för här. Inte heller David Morleys (1980) pionjärinsats inom området kan sägas rymmas under detta snäva medieetnografibegrepp eftersom han studerade publiken i en konstruerad miljö — en TV-studio — och inte i en vardagskontext (vilket han dock gjort i senare arbeten, t.ex. i Morley 1992).

Det är tydligt att vad som är receptionsforskning inte alltid är likställt med etnografisk forskning, åtminstone inte enligt en snävare definition av begreppet. Detta brukar också stundtals framhållas av reflexivt inställda forskare som Ellen Seiter m.fl. (1989), men brukar samtidigt glömmas bort av det stora flertalet inom fältet. I själva receptionsbegreppet ligger också inbyggt en prioritering av (TV-)mediets överhöghet och antyder en individ som mer eller mindre passivt tar emot, eller receperar, ett budskap eller en text.

Som Drotner (1993a) påpekar har man inom nordisk forskning legat närmare det medieetnografiska tillvägagångssätt hon förordar. Forskare som intagit ett holistiskt perspektiv på medieanvändning och vardagsliv är t.ex. Johan Fornäs, Ulf Lindberg & Ove Sernhede (1988) som studerade tre rockband under drygt två år, Odd Are Berkaaks (1989) studie av norska ungdomars musikspelande samt danska Tove Arendt Rasmussens (1990) studie av unga killars tittande på actionfilm.

Mot bakgrund av denna genomgång övergår jag nu till att kort beskriva det projekt jag själv för närvarande är involverad i, en studie av ungdomars användning av våldsamma videofilmer och den kulturella produktion en sådan praktik kan generera.

Ungdomar och videovåld

Undersökningen har sin upprinnelse i ett tidigare projekt som docenten i filmvetenskap Olle Sjögren och jag utförde för ett par årtionden sedan på uppdrag av Våldsskildringsrådet och Arkivet för ljud och bild (ALB). Projektet syftade till att kartlägga vilka filmer och videogram som censurförbjudits och/eller förklarats olagliga enligt den s.k. videovåldslagen under 1980-talet. I uppdraget ingick att göra en genreindelning av filmerna och videogrammen med utgångspunkt i vilka typer av våld som förekommer i dem samt om detta våld kunde sägas ha ökat under den aktuella perioden. Projektet finns avrapporterat i Bolin (1993) och Sjögren (1993). Arbetet med att lokalisera och få ta del av filmerna och videogrammen visade sig problematiskt eftersom många av de videogram som varit föremål för domstolsbehandling inte finns arkiverade hos ALB eller hos Statens biografbyrå. Av detta skäl fick vi leta upp dessa filmer på annat håll vilket förde oss i kontakt med ungdomar som samlar på denna typ av film. På så sätt väcktes intresset att gå vidare och studera på vilket sätt dessa killar (och ett fåtal tjejer) använde och brukade detta våldsamma material.

Ungdomarna, som jag väljer att kalla *filmbytare* i enlighet med det mest karakteristiska draget för deras verksamhet, kan beskrivas på flera olika sätt beroende på vilken aspekt av deras verksamhet man vill fokusera. De verkar för det första inom ett slags nätverk, där byte av film utgör det sammanhållande kittet. Givetvis finns det även en smakkom-

ponent involverad — det är endast vissa typer av filmer som har högt värde på denna bytesmarknad. Även andra grupper som t.ex. filmvetarstudenter byter filmer sinsemellan, men inom filmbytaskulturen har man en faiblesse för våldsamma filmer med explicita skildringar av fysiskt våld eller dess följder, ofta med makabra drag vad gäller filmernas skildringar av moraliska ställningstaganden och sexualitet. Kort sagt filmer som verkar inom smala genrer som gore (excellerande i inälvor och kroppsutsöndringar), splatter (grafiska, närgångna skildringar av t.ex. knivmord), kannibalfilmer (filmer om "ociviliserade" naturfolk med smak för människokött), etc.³ För det andra kan de beskrivas i termer av tolkningsgemenskap, då deras förhållande till den filmiska texten är likartat. Det går också bra att diskutera i termer av delkultur, eller kanske snarare subkultur om man vill betona den smakmässiga underordningen (jfr Bolin 1994b). Ett annat begrepp som använts inom liknande forskning i USA (Jenkins 1992) och Tyskland (Eckert m.fl. 1991, Vogelgesang 1991) är "fans", vilket jag dock har något svårare för då det antyder en värderande och patologiserande hållning gentemot dessa individer såsom "fanatiska tillbedjare av populärkulturella artefakter" (jfr Jensen 1992). Vilket begrepp man använder för att beskriva ungdomarna beror till syvende og sidst på vilken aspekt av kulturen man vill lägga tonvikt vid.

Detta projekt som jag, tillsammans med min institutionskollega Mark Comerford, är involverad i syftar till att studera hur ungdomar använder sig av ett populärkulturellt material — i detta fall våldsamma filmer på video. Fokus är här inställt på att, för det första, "kartlägga" i vilka sammanhang tittandet sker, även om vi inte hyser några illusioner om att kunna göra någon total inventering. För det andra är det intressant att studera vad detta mediebeteende kan

betyda för ungdomarnas sociala kontakter i en vardagssituation, dvs. hur de genom kommunikativt handlande skapar en gemensam kultur. Dessa kontakter rör inte bara den interpersonella relationen till kompisar utan också medierat umgänge inom hela den kultur som filmbyterna utgör. Nätverks- och tolkningsgemenskapsperspektivet framstår här som viktiga aspekter att ta hänsyn till. Särskilt intressant är hur ungdomarna med hjälp av olika smakstrategier positionerar sig gentemot varandra inom kulturen och gentemot andra kulturer (jfr Bolin 1994b). Pierre Bourdieus (1979/1989) teorier om smakernas distinktionskraft har här fungerat som en teoretisk utgångspunkt.

En tredje infallsvinkel syftar till att studera processen från användare av medier — i detta fall videofilmer — till medieproducent. Här har tagits fasta på två olika kulturella kretslopp: dels de som producerar sina egna videofilmer inspirerade av det de sett, och dels de som producerar fanzines — specialtidsskrifter "av fans för fans". Det har under senare tid alltmer uppmärksammats att det inom det populärkulturella fältet är svårt att särskilja produktion och konsumtion, varför denna infallsvinkel kan vara väl motiverad (Bolin 1994b). Bourdieu har själv hela tiden motsatt sig en sammanblandning av produktions- och konsumtionsfält, men har i en sentida artikel öppnat för möjligheten av en sådan gränsupplösning (Bourdieu 1994). Med användare och producent avses här inte bara användandet av videofilmer och produktion av fanzines eller egna videofilmer, utan också användandet av andra kommunikationsteknologier som har betydelse för sammanhållandet av kulturen. Jag tänker här närmast på kommunikation via datorer, brev, fax, telefon etc. Tidigare forskning har främst haft ett medium, oftast TV, i fokus. I detta projekt är avsikten dock att all medieanvändning ungdomarna prak-

tiserar skall beaktas, även om videomediet står i fokus då det är detta som ytterst förenar ungdomarna.

En fjärde aspekt på tittandet är hur det verkar subjektivt i konstruktionen av maskulin identitet. Intresset för denna typ av filmer har ju en stark manlig slagsida, varför en sådan infallsvinkel kan bedömas vara fruktbar. I enlighet med Drotner och andra forskare menar jag att ett användande av metodologisk och teoretisk triangulering kan ge en djupare förståelse av fenomenet i fråga (Drotner 1993b:17f, jfr Jankowski & Wester 1991:62f). Begreppet triangulering, som ursprungligen myntades av lantmätare för att beskriva den metod som gick ut på att ställa upp tre punkter utifrån vilka man sedan beräknade geografiska avstånd, kan dock vidgas till att även innefatta triangulering av forskare, att flera forskare tolkar materialet, samt triangulering av data, dvs. användandet av flera sorters data om ett fenomen (Denzin & Lincoln 1994:214f).

Applicerat på projektet om ungdomar och videovåld innebär den *teoretiska* och *metodologiska* trianguleringen att vi förutom att hämta inspiration från (mass)kommunikationsforskning också använder oss av filmvetenskapliga metoder och teorier. Det har inom just filmvetenskapen utvecklats en avancerad teoribildning kring hur åskådarsubjektet konstrueras av filmtexten. Inom detta teoretiska fält är man inte intresserad av "verkliga", eller "empiriska" publikar och hur dessa kan tänkas uppfatta filmer, utan ser den teoretiska konstruktionen av åskådarpositionen som "mer verklig" än den faktiska upplevelsen eller erfarenheten (jfr Stacey 1994a:23). Snarare än att avskärma sig från, och avfärda detta synsätt som reduktionistiskt, borde man öppna diskussionen och inbjuda till en konstruktiv kombination av dessa subjektsteorier med andra metoder och teorier — helt enkelt se dem som hypoteser om publiken som kan utsät-

tas för empirisk prövning. Varje empirisk studie utgår ofrånkomligt från ett antal antaganden om studiens möjliga utfall, liksom varje teoretisk konstruktion bygger på slutsatser dragna av tidigare erfarenheter. Att kapa av den ena delen av denna dialektiska process vore att måla in sig i ett hörn. Följaktligen är det dumt att helt förkasta de teorier som bygger på textanalytisk tradition. Det är bättre att dra fördel av några av dess antaganden och betrakta dem som arbetshypoteser vid analysen — snarare än att betrakta dem som konkurrerande bör man se metoderna som komplementära. En förståelse av dessa killars könssocialisation kan nog svårligen uppnås utan att noga ta hänsyn till innehållet i de filmer de tittar på, och en grundlig närläsning av dessa framstår därför som i högsta grad nödvändig. Olika metoder och teorier anpassas således efter den nivå vi vill undersöka — den objektiva, sociala, kulturella eller den subjektiva nivån.

Forskarmässig triangulering uppnås inom projektet i och med att vi är två personer som samlar in och tolkar materialet och triangulering av *data* får vi genom att samla in material i form av intervjuer, fältanteckningar, fanzines, videofilmer (både de egenproducerade och de som filmbytarna tittar på).

Triangulering kan dock knappast hänföras till att vara en specifikt etnografisk metod. Snarare är det ett tvär- eller mångvetenskapligt tillvägagångssätt (jfr Drotner 1993b, Jankowski & Wester 1991:62f).

Analys och förståelse

James Lull har beskrivit syftet med den etnografiska metoden som "to allow the researchers to grasp as completely as possible with minimal disturbance the 'native perspective' on relevant communicative and

sociocultural matters indigenous to him or her" (Lull 1980/1990:31). Hur man skall förhålla sig till denna "minimala störning" har det inom receptionsforskningen och medieetnografen rått delade meningar om. Vissa hävdar att forskaren av hänsyn till sina informanter inte kan sätta sig över dem genom att tolka in något annat i deras ut-sagor än vad de på ett denotativt plan fak-tiskt säger, samt att generaliseringar innebär en reduktion av vardagslivets komplexitet (t.ex. Hermes 1993a, Ang 1991:164). Andra, till vilka jag skulle vilja ansluta mig, menar att det visserligen finns en risk för reduktion eller patronisering inbyggd i analysarbetet som sådant, men att man inte skall kapitulera inför denna risk — att forskning trots allt handlar om att blottlägga strukturer eller synliggöra tendenser och bakomliggande drivkrafter (Stacey 1994b, Schröder 1993). En tredje ståndpunkt är den poststrukturalistiska som innebär att en tolkning endast genererar en ny text, dvs. forskarens. Och detta stämmer visserligen, men framstår inte som något tungt vägande skäl för att avstå. Problemet kvarstår även om man *inte* gör någon tolkning utan endast redovisar en utskrift av intervjuer eller samtal med tillhörande kontextuell beskrivning. Givetvis kan man inte med en sådan beskrivning fånga hela den komplexitet som under-sökningsfältet erbjuder. Precis som James Clifford så insiktsfullt påpekat angående det konstruktivistiska i den etnografiska metoden bör vi inte avhålla oss från att återge våra narrativa konstruktioner på grund av detta: "If we are condemned to tell stories we cannot control, may we not, at least, tell stories we believe to be true" (Clifford 1986b:212).

Inbyggt i hela det poststrukturalistiska tänkandet ligger således den begränsning som innebär att den nedtecknade utsagan — texten — aldrig kan fånga hela det rika spektrum som utsagan utgör. När väl ut-

sagan är nedtecknad är den redan en ny text, som filterats genom forskaren, och som i sig kräver en ny tolkning. Kravet på att inspelade intervjuer eller videoupptagningar skall skrivas ut som *text* kan förefalla som en kvarleva från förderridiansk tid, då text sågs som registrerat talspråk. Detta är enligt Derrida (1967/1976) en missuppfattning. Han menar i stället att talat och skrivet språk är två olika uttryck för en bakomliggande struktur, en arkiskrift. Det bör dock noteras att Derrida själv har svårt för att frigöra sig från den logocentriska ordning han kritiserar då han själv faktiskt i sina begrepp, t.ex. *arki-skrift* (fra: *archi-écriture*), betonar just det skrivna. Här framstår han själv som offer för den struktur han studerar. Jag skall dock inte fördjupa mig vidare i dessa komplicerade filosofiska resonemang, men vill ändå peka på en teoretisk och analysmässig snårighet som framstår som synnerligen svårhanterbar. Denna insikt bör alltså inte få oss att kapitulera och sluta forska på grund av det futila i att fånga hela "verkligheten". På *en* nivå bidrar ju trots allt dessa studier till en ökad förståelse för olika fenomen, även om det är omöjligt att fånga hela sanningen om fenomenet i fråga, precis i linje med vad Clifford Geertz skriver i *The Interpretation of Cultures*: "it is not necessary to know everything in order to understand something" (Geertz 1973:20). Genom att blottlägga dessa problem blir det möjligt att ta hänsyn till materialets begränsningar i analysarbetet.

Ett sätt att gardera sig mot att trampa i dessa fällor är att förhålla sig reflexivt till sin egen position i forskningsprocessen (jfr Lieberg 1994, Ehn & Klein 1994). En vetenskap om att kunskap alltid formeras inom olika maktdiskurser gör visserligen inte att dessa diskurser blir neutraliserade och därmed möjliga att undfly. Men, genom att blottlägga strukturer för maktutövning möjliggör man för andra att ta del av, och följaktligen kunna kritisera, ens slutledningar och

tolkningar. Reflexivitet har på senare ord blivit ett nyckelbegrepp inom humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning, och i allt fler studier förhåller sig forskarna reflexivt till sitt material och till sin forskarroll. Ett av de projekt som gått längst i detta avseende är Johan Fornäs m.fl. (1990) där forskarna "utvärderar" sitt tidigare forskningsprojekt kring rockspelande ungdomar. I denna uppföljande studie fick de utforskade själva komma till tals och kommentera analyser och tolkningar. Med detta vill jag inte säga att man löst alla problem vad gäller patronisering etc. Det visar sig vid en genomläsning av de utforskades kommentarer i denna studie att det inte är alla av de utforskade som tagit vara på denna möjlighet att kommentera sina utforskare och/eller deras analyser. Föga förvånande är det de två grupper med högst utbildningskapital som tar vara på tillfället, medan den socialt mest stigmatiserade gruppen reagerade genom "tigandets taktik" (1990:57 ff). Det är på de förras språk rapporten är skriven och det är de som har störst förutsättning att läsa den och bemöta eller omtolka dess argument och analyser. I makthänseende kan dessa sägas ligga närmare sina utforskare än vad det med lägre social status och utbildningskapital gör.

Ett ytterligare problem att ta hänsyn till är vilken status man skall tillskriva utsagan. Det går här att dela upp den medieetnografiska forskningen i två läger där det man inom det ena betonar informanternas "vanlighet" (t.ex. Hermes 1993 a, 1993 b), medan man inom det andra tar sin utgångspunkt i hängivna medieanvändare av en viss genre (Vogelgesang 1991), ett visst TV-program (Jenkins 1992) eller en viss stjärna (Fiske 1989). Starkt förknippat med det första synsättet är begreppet "vardagsliv", definierat av Kirsten Drotner som "a view upon the world, a way of acting in the world, that crosses social registers of private and public

space" (Drotner 1994:354). De vanligaste argumenten från dem som betonar vardagslivet går ut på att fans inte är representativa för några andra än sig själva, att de tillhör en mycket speciell tolkningsgemenskap, eller med Hermes' (1993 a) ord att de har en mycket speciell tolkningsrepertoar. Å andra sidan kan det argumenteras för att det bland fans är lättare att urskilja förhållningssättet till medierna skilt från vardagslivets brus eftersom mediebruket utgör en så pass stor del av deras vardag. Följaktligen har jag valt ut informanter som av vissa skulle betecknas som fans eller "högkonsumenter" av skräck- och våldsfilmerna.

Själv har jag ganska svårt att fånga motsättningen mellan dessa båda synsätt. Att studera "vanliga" människor för att på så sätt få ett mer generaliserbart material framstår för mig som en lika stor omöjlighet som att låta fans representera något annat än sig själva. Det är förmodligen få personer som skulle gå med på att etiketteras som "vanliga". I vardagslivets praktiker har nog alla sina små egenheter för sig och man trampar i en fälla om man menar att kvalitativ etnografisk forskning skall syfta till generaliserbarhet. I stället bör förståelsen av enskilda handlingar lyftas fram som just specifika uttryck för *ett av många möjliga* sätt att handskas med en vardagssituation.

Det är dessutom svårt att fastslå var vardagslivets begränsning går, och vad som skulle utgöra dess motsats. Rimligen borde denna vardagens motsats vara "fest" eller någon annan händelse som bryter mot invanda rutiner. Redan av det skälet är det intressant att studera det som *inte* är vardag för att på så sätt få reda på något om vad vardagen är i förhållande till vad den *inte* är. Vardagen ser också olika ut för olika människor, varför det redan av den anledningen är nödvändigt att i en empirisk studie redogöra för hur just denna specifika vardag är konstruerad.

Det är rimligt att se på detta förhållande som två olika frågeställningar, med två olika studieobjekt: att studera vardagslivets praktiker så holistiskt som möjligt, respektive att studera själva medieinslaget i denna vardagspraktik. Av detta följer att det senare blir en snävare studie, men den behöver inte framstå som sämre för det. Skulle vi avfärda all forskning som inte intar en allomfattande utgångspunkt, skulle många forskare bli arbetslösa.

Den studie jag utför faller i denna dikotomi in under den senare kategorin. Syftet är inte att greppa dessa ungdomars hela vardagspraktik. I stället har vi valt att studera kommunikationsaspekten ur ett flertal positioner — något som inte skulle vara lika lätt om vi koncentrerade oss på ett fåtal personer. Även om dessa ungdomars mediebeteende i form av ett kopiöst tittande på videofilm för de flesta människor skulle framstå som synnerligen ovanligt, så är det för dem ett normalt inslag i *deras* vardagsliv. Så fort man kommer hem knäpps TV:n i gång och står sedan på oavsett annan aktivitet. Åtminstone på så sätt att de själva inte förefaller att reflektera över sitt beteende mer ingående — undantaget sällsynta stunder av "självrannsakan" som snarast kan sägas ingå i distingerande strategier gentemot andra grupper och individer — utan just kan sägas uppfylla två av de karakteristika Drotner (1994:352) har på vardagen, nämligen repetition och igenkännande (recognition). Eftersom det intresse den grupp ungdomar vi studerar här är smalt och att det därför rör sig om en geografiskt sett utspridd grupp personer, har vi inte möjlighet att träffa de flesta av dem tillräckligt ofta för att fånga hela deras vardagsliv, om det nu över huvud taget är möjligt att göra detta. De av våra informanter som bor i Stockholmstrakten träffar vi följaktligen oftare än de som bor utanför detta område — ett område som sträcker sig från Lund i söder till Umeå i

norr. Det kan dock hävdas att vi i vårt projekt ändå uppfyller det kriterium Drotner ställt upp angående den tidsperiod man skall vistas inom gruppen eller kulturen. Om vi med "vistas inom gruppen" inte bara avser fysiskt umgänge, utan även medierat sådant, kan man hävda att kravet är fyllt. Detta medieumgänge rör sig i vårt fall av bl.a. telefonsamtal, brevskrivande och prenumeration på fanzines — precis på samma sätt som våra informanter kommunicerar med varandra. Och, om nu forskningen lett fram till en syn på individen som aktiv och konstruktiv i sitt umgänge med medier, varför skulle då forskare vara undantagna? Det autenticitetstänkande som hävdar det personliga mötets primat förefaller inte särskilt fruktbart, även om det givetvis finns dimensioner i detta personliga möte mellan forskare och informant som är svåra att fånga i medierad form. Skall man vara riktigt petnoga är dessutom den etnografiska analysen utförd på en medieförmedlad utsaga, själva bandinspelningen och den utskrift som gjorts från den. Ur mediefilosofisk synpunkt har utsagan redan förändrats när den återuppspelas på bandspelaren. Beroende på bandspelarens tekniska kvalitet försvinner olika register ur rösten vilket i vissa fall kan påverka tolkningen.⁴

Medieetnografiska kulturstudier

I en ofta citerad artikel har Janice Radway (1988) skisserat ett hypotetiskt projekt som avser att med etnografiska metoder ta ett helhetsgrepp på människors vardag. Hennes infallsvinkel rör sig från det traditionella kommunikationsstudiet mot det holistiskt etnografiska. Publikstudier, menar hon, tar endast fasta på en aspekt av vardagslivet och ger därför endast en begränsad kunskap (jfr Ang & Hermes 1991:321). Om man i likhet med vad hon skisserat lämnar det explicita

och ensidiga fokuset på mottagandet, receptionen eller användningen av ett visst medieinnehåll för att i stället koncentrera sig på en förståelse av det förhållande olika grupper av människor har till sitt vardagsliv, kan man med fog kalla det man gör för en kulturstudie där medieanvändningen ingår som en aspekt av detta vardagsliv. En dylik kulturstudie skulle med andra ord innebära att man helt utforskade den kulturaspekt som kortfattat av Raymond Williams har beskrivits som "a particular way of life" (Williams 1961:41 ff). En etnografisk studie innebär här per definition en kulturstudie. Av praktiska skäl framstår dock inte ett sådant projekt, hur vällovligt syftet än må förefalla, vara praktiskt genomförbart.

När forskningsfältet utvidgats från ett fokus på medierna till en pretention att på ett övergripande sätt fånga den totala summan av vardagslivets praktiker, av vilka en del eller till och med ganska många, är kopplade till olika användningar av medier, uppstår dock frågan vilken poäng det är med att införa ett specifikt medieetnografiskt begrepp. Kan man inte i så fall lika gärna prata om etnografisk forskning utan att vidare specificera sig? Som nämnts ovan är medieaspekter ofrånkomligen en del av vardagslivets praktiker, men det legitimerar inte i sig en användning av ett specifikt medieetnografibegrepp. Kirsten Drotner argumenterar i sin snävare definition av begreppet för att man skall ta sin utgångspunkt i en bestämd grupp människor snarare än i ett visst medium. Denna förskjutning får dock inte gå så långt att medierna blir helt frikopplade från den frågeställning man avser att besvara. Snarare borde det göras en precisering där man tar utgångspunkt i en viss grupp människor och deras förhållande till ett eller flera medier (kanske till och med deras totala medieanvändning), för att det över huvud taget skall vara försvarligt att instifta ett specifikt medieetnografibegrepp.

Noter

- ¹ Att redogöra för den massiva mängd forskning som gjorts om mediepubliker, främst TV-publiker, skulle ta upp alltför stort utrymme här och egentligen föra bort från mitt resonemang. Den intresserade kan söka sig till några av översiktsverken inom området, t.ex. McQuail (1994).
- ² Den studie som vanligtvis brukar räknas som startpunkten för receptionsforskningen är Herta Herzogs (1944) av amerikanska kvinnors lyssnande på tvåloperor i radio. Ytterligare milstolpar som Drotner räknar upp är Dorothy Hobsons (1980) studie av brittiska hemmafruars medievanor, Charlotte Brunsdons (1981) studie av publiken till likaså brittiska TV-serien *Crossroads*, amerikanskan Tania Modleskis (1985) studier av kvinnlig tvåloperapublik, holländska Ien Angs (1985) studie från tidigt 1980-tal om receptionen av *Dallas*, Janice Radways (1984/1987) legendariska studie av romantikbokläsande amerikanskor samt sin egen forskning om engelska flickors veckotidningsläsande från samma tid (Drotner 1983).
- ³ Utförligare beskrivningar av dessa, och ytterligare några filmtyper finns i Bolin (1993).
- ⁴ För en mer utförlig diskussion kring olika utsagors förändring beroende på i vilket medium de framförs, se Bolin (1994 c).

Litteratur

- Altenloh, Emilie, 1914. *Zur Sociologie des Kino: die Kino-Unternehmung und die sozialen Schichten ihrer Besucher*. Leipzig: Spamerschen Buchdruckerei.
- Ang, Ien, 1985/1991. *Watching "Dallas". Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London & New York: Routledge.
- Ang, Ien, 1990. "Culture and communication: towards an ethnographic critique of media consumption in the transnational media system." I: *European Journal of Communication*, vol. 5, s. 2—3, 239—260.
- Ang, Ien, 1991. *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- Ang, Ien & Hermes, Joke, 1991. "Gender and/in media consumption." I: Curran, James & Gurevitch, Michael (eds.): *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold, s. 307—328.
- Berkaak, Odd Are, 1989. *Erfaringer fra risikozonen: opplevelse, utforming og traseringsmønster i rock and roll*. Oslo: Institute of Social Anthropology.
- Bolin, Göran, 1993. *Videovåld i Sverige. En kommenterad filmografi*. Stockholm: JMK.

- Bolin, Göran, 1994a. "Väldsinriktade gemenskaper. Ungdom, våldsvideo och internationell kommunikation." I: Fornäs m.fl. (red.): *Ungdomskultur i Sverige*, FUS-rapport nr 6. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, s. 143—170.
- Bolin, Göran, 1994b. "Beware! Rubbish! Popular culture and strategies of distinction." I: *Young*, vol. 2:1, s. 33—49.
- Bolin, Göran, 1994c. "Vad är ett medium? En guide till mediegalaxen." I: Carlsson, Ulla; von Feilitzen, Cecilia; Fornäs, Johan; Holmqvist, Tove; Ross, Sven & Strand, Hans (red.): *Kommunikationens korsningar. Möten mellan olika traditioner och perspektiv i medieforskningen*. Göteborg: Nordicom-Sverige, s. 213—228.
- Bourdieu, Pierre, 1979/1989. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre, 1994. "Medialt spinnande hotar kulturdebatten." I: *Dagens Nyheter* 6.2. 1994.
- Brunsdon, Charlotte, 1981. "Crossroads: notes on soap opera." I: *Screen*, vol. 22, s. 32—37.
- Clifford, James, 1986a. "Introduction: Partial truths." I: Clifford, James & Marcus, George E. (eds.): *Writing Culture: Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press, s. 1—26.
- Clifford, James, 1986b. "On ethnographic allegory." I: Clifford, James & Marcus, George E. (eds.): *Writing Culture: Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press, s. 98—121.
- Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S. (eds.), 1994. *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- Derrida, Jaques, 1967/1976. *On Grammatology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Drotner, Kirsten, 1983. "Schoolgirls, madcaps and air aces: English girls and their magazine reading between the wars." I: *Feminist Studies*, 1, s. 33—52.
- Drotner, Kirsten, 1991. *At skabe sig — selv: ungdom, æstetik, pædagogik*. Köpenhamn: Gyldendal.
- Drotner, Kirsten, 1993a. "Media ethnographic: an other story?" I: Carlsson, Ulla (red.): *Nordisk forskning om kvinnor och medier*. Göteborg: Nordicom, s. 25—40.
- Drotner, Kirsten, 1993b. "Medieetnografiske problemstillinger — en oversigt." I: *Mediekultur*, nr 21, s. 5—22.
- Drotner, Kirsten, 1994. "Ethnographic enigmas: 'the everyday' in recent media studies." I: *Cultural Studies*, vol. 8:2, s. 341—357.
- Eckert, Roland; Vogelgesang, Waldemar; Wetzstein, Thomas A. & Winter, Rainer, 1991. *Grauen und Lust — Die Inszenierung der Affekte. Ein Studie zum abweichenden Videokonsum*. Pfaffenweiler: Centaurus.
- Ehn, Billy & Klein, Barbro, 1994. *Från erfarenhet till text. Om kulturvetenskaplig reflexivitet*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Fiske, John, 1989. *Reading the Popular*. Boston: Unwin Hyman.
- Fornäs Johan, 1994. "Mirroring meetings, mirroring media." I: *Cultural Studies*, vol. 8:2, s. 321—340.
- Fornäs Johan; Lindberg, Ulf & Sernhede, Ove, 1988. *Under rocken: musikens roll i tre unga band*. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Fornäs Johan, Lindberg, Ulf & Sernhede, Ove, 1990. *Spelad ungdom. Forskningsreception i tre rockband*. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Gumpertz, J.J. & Hymes, Dell, 1964. *The Ethnography of Communication*. Menasha, WI: American Anthropological Association.
- Gumpertz, J.J. & Hymes, Dell (eds.), 1972. *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Hannerz, Ulf, 1990. "Genomsyrade av medier." I: Ulf Hannerz (red.): *Medier och kulturer*. Stockholm: Carlsson Bokförlag, s. 7—28.
- Hebdige, Dick, 1979/1988. *Subculture — The Meaning of Style*. London & New York: Routledge.
- Hermes, Joke, 1993a. "Media, mening and everyday life." I: *Cultural Studies*, vol. 7:3, s. 403—506.
- Hermes, Joke, 1993b. *Easily Put Down. Women's Magazines, Readers, Repertoires and Everyday Life*. Amsterdam: Department of communication.
- Herzog, Herta, 1944. "What do we really know about daytime serial listners?" I: Lazarsfeld, P.F. & Stanton, F.N. (eds.): *Radio Research 1942—1943*. New York: Duell, Sloan & Pearce, s. 3—33.
- Hobson, Dorothy, 1980. "Housewives and the mass media." I: Hall, Stuart et.al. (ed.): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, s. 105—114.
- Jankowski, Nicholas & Wester, Fred, 1991. "The qualitative tradition in social science inquiry: contributions to mass communication research." I: Jensen & Jankowski 1991, s. 44—74.
- Jenkins, Henry, 1992. *Textual Poachers. Television fans & Participatory Culture*. New York & London: Routledge.
- Jensen, Joli, 1992. "Fandom as pathology: The consequences of characterization." I: Lewis, Lisa A. (ed.): *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London & New York: Routledge, s. 9—29.
- Jensen, Klaus Bruhn, 1991. "Introduction: the qualitative turn." I: Jensen, Klaus Bruhn & Jankowski, Nicholas W. (eds.): *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London & New York: Routledge, s. 1—12.

- Jensen, Klaus Bruhn, 1994. "Reception as flow: the 'new television viewer' revisited." I: *Cultural Studies*, vol. 8:2, s. 293—305.
- Lieberg, Mats, 1994. "Att forska om ungdom. Om kunskapssökande och reflexivitet bland deltagande ungdomsforskare." I: Fornäs m.fl. (red.): *Ungdomskultur i Sverige*, FUS-rapport nr 6. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, s. 171—200.
- Lowery, Shearon A. & DeFleur, Melvin L., 1983/1988. *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. New York & London: Longman.
- Lull, James, 1980. "The social uses of television." I: *Human Communication Research*, vol. 6:3, s. 195—209 (ingår även i James Lull: *Inside Family Viewing. Ethnographic research on Television's Audiences*. London: Routledge, s. 28—48).
- Lull, James, 1988. "Critical response: the audience as nuisance." I: *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 5:3, s. 239—243.
- McQuail, Denis, 1994. *Mass Communication Theory: An Introduction*, (3rd edition). London: Sage.
- Modleski, Tania, 1985. *Loving with a Vengeance. Mass-produced Fantasies for Women*. New York & London: Routledge.
- Morley, David, 1980. *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Morley, David, 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, David, 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London & New York: Routledge.
- Radway, Janice, 1984/1987. *Reading the Romance*. London & New York: Verso.
- Rasmussen, Tove Arendt, 1990. "Tror du kun det er dig, der har øjne": actionfilm og drengekultur. Aalborg: Department of Communication.
- Schrøder, Kim, 1993. "Den etnografiske bølge og receptionsforskningen." I: *Mediekultur*, nr 21, s. 70—76.
- Sjögren, Olle, 1993. *Inte riktigt lagom? Om "extremvård", filmcensur och subkultur*. Uppsala: Filmförlaget.
- Skoglund, Erik, 1971. *Filmcensuren*. Stockholm: Pan/Norstedts.
- Stacey, Jackie, 1994a. *Star Gazing. Hollywood Cinema and Female Spectatorship in 1940s and 1950s Britain*. London & New York: Routledge.
- Stacey, Jackie, 1994b. "Minnesbilder. Metodologi, historia och kvinnliga åskådare." I: *Filmhäftet*, nr 86, s. 5—16.
- Vogelgesang, Waldemar, 1991. *Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Williams, Raymond, 1961. *The Long Revolution*. London: Chatto & Windus.

Summary

Media Ethnographical Cultural Studies Methodological Problems within Media Studies

In his article Göran Bolin discusses the implications of introducing a specific concept of media ethnography as has been suggested by Kirsten Drotner. Against a historical background of audience studies within the field of (mass) communication studies and related disciplines he argues — against Drotner's and others' holistic demand for media ethnography to comprise all aspects of everyday life — that to make sense media ethnography has to be grounded in both the active uses of media by its audience and in the media themselves. In this discussion examples from a study of young peoples' use of extremely violent films on video — so-called "video nasties" — are used to emphasize the theoretical dilemmas of ethnographic research on media audiences.

Övers. Stephen Fruitman