

MASSKOMMUNIKATION SOM ÄMNESOMRÅDE  
Ett försök till empirisk bestämning  
Presentation vid seminarium i Umeå  
25 April 1991

av  
Lennart Weibull  
ARBETSRAPPORT NR 12

1991

ISSN 1101-4679

INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK OCH MASSKOMMUNIKATION  
Göteborgs universitet  
91-04-25

MASSKOMMUNIKATION SOM ÄMNESOMRÅDE  
Ett försök till empirisk bestämning

Presentation vid seminarium i Umeå 25 april 1991

Lennart Weibull

1. Introduktion

När Kjell Nowak som ung forskare vid Handelshögskolan i Stockholm år 1963 publicerade översikten **Masskommunikationsforskning i Sverige** var medier och kommunikation ett relativt begränsat ämnesområde. I de nordiska länderna var det då endast i Finland fanns något slag av etablerad forskning, medan det i övriga länder bilden var mera splittrad. I Sverige förekom sådan forskning i större skala utöver Handelshögskolan endast vid statsvetenskap i Göteborg och litteraturvetenskap i Lund.

Bilden ändrade sig knappast under 1960-talet. När den nordiska dokumentationscentralen för masskommunikationsforskning (NORDI-COM) inledde sin verksamhet arbete år 1972 var det just uppsplittringen av fältet som motiverade bildandet. Men det har hänt mycket under de gångna decennierna. Inom masskommunikationsområdet är det tre huvudtendenser som gjort sig gällande:

- \* en kraftig expansion av massmedieystemet genom tillkomsten av fler medier

- \* en övergång från en situation med några få dominerande massmedier till en med ett ökande antal små medier
- \* en teknologisk förändring som minskar skillnaden mellan direkt kommunikation och masskommunikation
- \* ett ökat marknadsberoende för i stort sett samtliga massmedier

Inom forskningen om medier och kommunikation kan tre huvudtenden-  
ser urskiljas:

- \* en kraftig expansion av den akademiska forskningen om medier och kommunikation i hela Norden, delvis som en följd av mediasystemets expansion
- \* en institutionell etablering av forskningsområdet genom tillkomsten av ett antal stora forskningsinstitutioner, delvis som en följd av medieexpansionens ökade krav på forskning.
- \* en utveckling av den kommersiella medieforskningen bl a som en följd av ökad konkurrens mellan enskilda medier

Mot denna bakgrund är det uppenbart att förutsättningarna för svensk forskning om medier och kommunikation kommit att kraftigt förändras: medan det i början av 1970-talet var problem att få fram relevant material från forskningen, är det nu problem med att sälla ut det som relevant ur den ökande forskningsmängden. Till detta kommer att forskningsområdet har vidgats från ett institutionellt perspektiv på medier och kommunikation till en kommunikationsperspektiv. Detta gör områdesgränserna suddiga.

Mot bakgrund av förändringarna i mediasystemet och expansionen hos de akademiska forskningen om medier och kommunikation har frågan om vad som utmärker masskommunikation som forskningsområde aktualiserats. I det följande är avsikten att försöka ange ett

slags bestämning av medier och kommunikation som ämnesområde.

## 2. Svensk masskommunikationsforskning

I sin bok *Vetenskapens struktur och förändring* (1981) pekar sociologen Thomas Brante på att ett vetenskapsområde utvecklas på tre nivåer: de teoretiska, den sociologiska och den psykologiska. Något förenklat menar han med teoretisk nivå det grundläggande synsättet inom en vetenskap (det kognitiva systemet), med sociologisk nivå de institutionella förhållandena och med psykologisk nivå de 'aktörer' som är 'bärarna' av ämnet (s 24f).

Varje vetenskapligt system utvecklas, enligt Thomas Brante, på samtliga tre nivåer. Utvecklingen behöver dock inte försiggå parallellt på de tre nivåerna. Låt oss då med utgångspunkt från detta studera hur den svenska masskommunikationsforskningen växt fram som vetenskaplig disciplin.

När professor Karl Erik Rosengren (Rosengren, 1987) på den sjunde nordiska konferensen för masskommunikationsforskning 1987 kommenterade de nordiska forskningsöversikterna pekade han särskilt på den institutionalisering och professionalisering som ägt rum i dansk och norsk masskommunikationsforskning och som var på väg i Sverige. Samtidigt ställde han vissa frågor om det ämnesmässiga innehållet.

Rosengrens betoning av professionalisering och institutionalisering antyder att forskningen om medier och kommunikation främst expanderat på de sociologiska och psykologiska nivåerna. Det finns många forskare som identifierar sig med fältet och det organisationer för att utveckla sådan forskning har vuxit fram. Detta är också den bild som framträder i de forskningsöversikter som vid ett flertal tillfällen gjorts under 1970- och 1980-talen.

I den senaste forskningskatalogen från NORDICOM-Sverige 1989 bekräftas att den institutionella mångfalden inom svensk masskommunikationsforskning består. Det finns ett stort antal "bärare"

av ämnesområdet, fördelade inom olika traditionella discipliner. Totalt redovisar katalogen 97 större forskningsprojekt och 29 avhandlingsarbeten fördelade på ett 40-tal olika forskningsinstitutioner. Detta tyder på en betydande uppsplittring. Men det är lika uppenbart av NORDICOM-statistiken att finns en hög grad av koncentration av projekten till vissa institutioner. Av de 97 projekten faller 2/3 på fem enskilda institutioner: Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning (PUB), Stockholm, Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet, Avdelningen för kommunikationssociologi, Lunds universitet samt Avdelningen för pressforskning, Lunds universitet.

Bilden präglas således av både koncentration och mångfald: fem stora institutioner står för hälften av projekten, medan den andra hälften är fördelad på 35 institutioner. I detta avseende har det hänt anmärkningsvärt litet på de senaste tio åren. År 1975 svarade de fem största institutionerna för ca 65 procent av projekten. Detta var f ö i praktiken samma fem institutioner. Det som tycks ha inträffat är snarast att mångfalden ökat något, inte minst genom en ökat intresse inom litteraturvetenskap. Mellan 1987 och 1989 har antalet institutioner där åtminstone någon medieforskare är verksam har ökat från 35 till 40.

Samma undersökning från 1975 uppgav att drygt 200 personer som kunde karakteriseras som masskommunikationsforskare i Sverige. Drygt tio år senare är det 140. Utvecklingen tycks således vara katastrofal. Det äldre siffran var dock kraftigt överdiven, eftersom den inkluderade i stort sett alla projektmedarbetare. Men antalet projektansvariga är också 1989 lägre än totalantalet forskningsverksamma. Enligt NORDICOM:s bedömning har antalet aktiva masskommunikationsforskare under hela 1980-talet hållit sig omkring 130. Även om det finns uppenbara svårigheter att definiera vem som är aktiv forskare torde det dock kunna påstås att det idag är något fler personer som sysslar med masskommunikationsforskning och att dessa gör det inom större projekt med en mera långsiktig målsättning än tidigare.

Det mest utmärkande draget för 1980-talet sista år är att institutionaliseringen även tagit sig klara organisatoriska uttryck. Visserligen skedde starten redan 1980 då den första professuren inom området inrättades vid samhällsvetenskapliga fakulteten, Göteborgs universitet, och Centrum för masskommunikationsforskning etablerades vid Stockholms universitet. År 1986 kom en professur i sociologi med inriktning på kommunikation vid Lunds universitet och året därpå bildades en Avdelning för informationsvetenskap vid universitetet i Umeå.

Det som drivit på utvecklingen under de senaste åren är grundutbildningens krav. Besluten att inrätta forskningsanknutna informations- och journalistutbildningar - d v s ett treårig utbildning som skall ge behörighet för forskarutbildning - har härvid spelat en avgörande roll. Grundutbildning och forskning har kommit att arbeta närmare samman, vilket i sin tur skapat en viktig förutsättning för diskussioner om kommunikation som en disciplin. De hittills mest konkreta uttrycken för den ökade anknytningen mellan grund- och forskarutbildning är de två institutionerna för Journalistik, medier och kommunikation vid Stockholms universitet (bildad 1989) respektive Journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet (1990).

De två institutionerna rymmer både en journalistutbildning och ämnesteoretisk grundutbildning i medie- och kommunikationsvetenskap (det tidigare informationskunskap respektive informationsteknik). De har även två professorer vardera. I Stockholm benämns dessa journalistik respektive masskommunikationsforskning, i Göteborg journalistik och massmedieforskning. I vad mån de andra professorer som tillkommit - i Lund respektive Umeå - kan komma att bli utgångspunkt för institutionsbildningar är en intressant fråga.

### 3. Är masskommunikation en disciplin?

Om vi på nytt anknyter till Thomas Brantes tre nivåer är det mot

den redovisade bakgrunden rimligt att fastslå att forskningen om journalistik, medier och kommunikation etablerats på den psykologiska och den sociologiska nivån - men hur är det med den teoretiska? Finns det verkligen en gemensam ämnesbas?

På denna punkt har meningarna varit delade. Skiljelinjen i diskussionen har gått mellan dem som menar att masskommunikation är ett forskningsfält som måste belysas genom forskare med bakgrund i olika discipliner, och dem som menat att det finns en teoretisk kärna som i sin tur motiverar att masskommunikation etableras som sin egen disciplin. Inte oväntat har den förstnämnda uppfattningen hävdats av företrädare för etablerade ämnen, medan den senare framförts av dem som specialicerat sig i forskning om medier och kommunikation.

Enligt min mening finns det inte en enkel lösning. Det förefaller uppenbart att en bred belysning av masskommunikations roll och villkor i samhället kräver att forskare från en rad discipliner ägnar sig åt fältet. Men det tycks lika uppenbart att det måste finnas ett slags kärna som söker problematisera själva masskommunikationsprocessen som fenomen genom att integrera kunskaper från olika fält i en mera utvecklade teoretisk ram. Det som ibland tenderar till en fråga om 'antingen eller' borde således hellre besvaras genom ett 'både och'.

Enligt min uppfattning finns det således en ämneskärna. Frågan är då vad denna innehåller och hur fältet i sin helhet bör avgränsas, något som är betydligt svårare att svara på. Ett sätt att nalkas problemet är dock att skilja på ämnets (1) objekt, (2) centrala frågor och (3) metod.

I Sverige har det gjorts ett försök till avgränsning av objektet. Denna har framhållit att det masskommunikation avser sådana kommunikationsprocesser som är

- (1) medierade, d v s innefattar något inslag av teknisk produktion av meningsbärande material,

- (2) organiserade, d v s innefattar något slag av formella organisationer och
- (3) offentliga, d v s i princip är tillgängliga för alla medlemmar inom större eller mindre sociala system.

Innebörden är således att masskommunikation inte kan göra anspråk på att belysa all kommunikation. De kommunikationsprocesser som här avgränsats är främst knutna till de traditionella medierna, men områdesavgränsningen innefattar samtidigt alla slags tekniska medier, organiserade för kommunikation inom olika slags offentligheter - från företag och organisationer till nationella och globala samhällen. Definitionen lägger tonvikten på kommunikation som process. Det innebär att den även omfattar samspelet mellan medierad och personlig kommunikation. En sådan vid definition är särskilt viktig med hänsyn till den tekniska utveckling som idag sker inom medieområdet och som det är en viktig del av masskommunikationsforskningen.

Inom denna ram finns det en rad självständiga problemområden. Den traditionella masskommunikationsforskningen har i första hand varit inriktad på kommunikationens roll för individen och i samhället och satt frågor om mediernas verkningar i centrum. En annan gren är den strukturellt orienterade sk pressforskningen där villkoren för mediernas verksamhet, ofta i ett historiskt perspektiv, stått i centrum. På senare år har termen journalistikforskning börjat användas för att beteckna studier av produktion och förmedling av redaktionellt medieinnehåll.

Den redovisade begränsningen, även om den i sig är ganska allmän, är inte okontroversiell. Men enligt min mening medför en ambition att ta med med allt som avser kommunikationsfrågor i vid mening - något som framförts av många forskare under 1980-talet -till att överskådligheten totalt försvinner.

Exempelvis menar jag att språklig kommunikation i sig inte är ett relevant tema, även sådan i vissa avseenden kan anses vara intressant från ett masskommunikationsperspektiv. Detsamma gäller



bildkommunikation i allmänhet. Å andra sidan är det uppenbart att gränsdragningen alltid kommer att bli något godtycklig.

En annan aspekt på avgränsningen är att objektet inte nödvändigtvis är nyheter eller information. Nyckeln är mediering, inte vad som medieras. Det medierade kan givetvis vara fiktion eller musik. På denna punkt finns det emellertid en viktig skillnad mellan masskommunikation och journalistik. Det är masskommunikation som står för det vidare synsättet som inkludrar allt slags mediering, medan journalistik är avgränsat till nyheter och andra typer av redaktionellt innehåll.

#### 4. De centrala frågorna

Låt oss nu försöka göra ytterligare avgränsningar. Detta kan ske i två steg. Det första steget är att vi sätter in detta i något slag av teoretisk ram och det andra att vi försöker se det mera pragmatiskt.

Den teoretiska avgränsningen har jag valt att låta utgå från det jag tycker vara den rimligaste framställningen av masskommunikationsteori i vid mening, nämligen Denis McQuail's 'frame of reference for studying mediation' (McQuail, 1987:53f). Den referensram som McQuail visualiserat avser i första hand att klassificera teorier på olika nivåer inom masskommunikationsforskningen. I mitten ligger medierna som ett slags kärna i schemat. Ett medium framträder i tre skepnader: som en samhällsinstitution, som en organisation och som ett erbjudet innehåll. Det finns då teoretiska föreställningar om hur medier som sådana fungerar, men enligt min mening ligger här forskningsmässigt den stora mängd deskription som forskare och andra regelbundet producerar och som ger oss kunskap om **mediesystemets struktur och innehåll**. Den synes ställt utom allt tvivel att detta är ett centralt tema för forskningen inom fältet.

Kring medierna som fenomen kan knytas teoretiska föreställningar som går åt två olika håll. Å ena sidan finns makronivån, med

teoretiska föreställningar om hur medier som institutioner förhåller sig andra slag av samhällsinstitutioner, t ex politiken, ekonomin och familjen. Det finns här olika synsätt på i vad mån medierna är beroende av dessa respektive dessa i sin tur är beroende av medierna. Med den terminologi som tidigare använts i Sverige skulle detta rubriceras som en fråga om massmediernas villkor.

Å andra sidan har vi den roll medierna spelar i relation till publiken, både genom att skapa ett auditorium för sitt utbud respektive att svara mot de behov som publiken har. Detta handlar således i princip om en mikronivå, om än abstraherad till mediepubliken som kollektiv. För mig handlar detta i hög grad just om massmediernas roll.

Mycket av McQuail's tankegångar hänför sig i första hand till nationella samhällssystem. Detta är dock inte nödvändigt. Givetvis är det möjligt att här knyta till det som i det föregående sades om att vi är intresserade av medierad kommunikation inom alla slags system, där medierad kommunikation förekommer, både det globala, regionala och lokala samhället eller inom en social institution, t ex företag, myndighet eller organisation. Om vi skiljer ut studier som tar sikte på att belysa mediestruktur och medieinnehåll, sådana som avser politiska, ekonomiska, kulturell och andra villkor för medier samt sådana som studerar mediernas roll - både användning och effekter samt releterar detta till olika system där medier förekommer får vi följande schema:

---

		SYSTEMNIVÅ:		
		Global	Nationell	Organisa- tion
PROBLEMMOMRÅDE I MASSKOMMU- NIKATIONS- PROCESSEN:	Struktur/ innehåll	1	2	3
	Villkor	4	5	6
	Roll	7	8	9

---

Schemat ger oss nio delområden. Områdena 2, 5 och 8 är det ofta definierar masskommunikation i traditionell mening, d v s samhällselig opinionsbildning. Att det medier inom det globala kommunikationssystemet också skall ingå är tämligen naturligt. Däremot kan man diskutera organisationskommunikationens roll. Det synes dock tämligen naturligt att också den mediering som sker inom företag och organisationer, t ex personalinformation och personaltidningar, är en viktig del av fältet. Detta senare område är samtidigt ett av de mest expansiva vad gäller tillämpning av medie- och kommunikationsvetenskap.

Problemet i en teoretisk avgränsning av detta slag är att den egentligen inte ger så mycket vägledning för praktiskt arbete. När den skall omsättas i praktiken kan man i och för sig utgå ifrån att det är medier som en del av en, ibland bara tänkt, kommunikationsprocess som kan vara objektet samt att det skall handla både om makro och mikro. Men det kvarstår ändå den praktiska avgränsning som har att göra med (a) vilka medier det skall handla och (b) i vilket avseende de är mest relevanta.

Inom projektet MedieSverige i Göteborg har vi arbetat något också med dessa praktiska avgränsningar. Utgångspunkten har där varit ett schema av följande slag:

---

<u>Medier</u>	<u>Steg i medieringsprocessen</u>					
	Produk- tion	Organi- sation	Utbud	Innehåll	Distri- bution	Publik Effekt
Dagspress						
Populär- press						
Tidskrif- ter						
Radio						
TV						
Video						

---

Kabel-  
satellit

Datorer

m fl

---

Vårt resonemang har här varit att de två axlarna har hjälpt varandra att 'inringa' vad som faktiskt bör betraktas som medier i kommunikationsprocessen. När man har fått något medium, av de ovan redovisade eller andra, har det ansetts relevant då det anknyter till något av stegen i medieringsprocessen. Detta betyder att teknologin i sig är ointressant, men inte innehålllet i sig. Vidare framgår att varje kanal som fyller något slags medieringsfunktion i ett system kan betecknas som ett medium.

#### 5. Forskningens inriktning

En återkommande fråga inom inte bara svensk masskommunikationsforskning har gällt det relativa förhållandet mellan samhällsvetenskapliga och humanistiska ansatser vad gäller frågorna. Humanister har tenderat att fokusera struktur och innehåll, medan samhällsvetare ofta utgått från process (Fiske, 1978). Till detta kommer vetenskaps- och kunskapsteoretiska skiljelinjer som jag inte här skall gå in på (jfr Burrell-Morgan, 1979). I detta avsnitt skall förhållandet mellan dessa två huvudtraditioners utveckling belysas.

Går vi tillbaka i tiden finner vi att den humanistiskt inriktade forskningen tidigt börjat undersöka den aspekt på 1800-talets expanderande mediasystem som gick under rubriken 'periodisk litteratur'. Under denna ingick dagstidningar och tidskrifter. Huvudintresset låg i beskrivningar av tidningarnas karaktär och innehåll. Under 1920-talet breddades inriktningen till att gälla om vad som styrde tidningsutvecklingen, varvid både politiska och ekonomiska faktorer belystes av forskare inom humanistiska ämnen som litteraturhistoria och allmän historia.

Svensk forskning om medier kan således sägas ha en äldre historia som delvis är präglad av tysk Zeitungswissenschaft (jfr Sylwan, 1924). Denna äldre medieforskning som fortsatt att utvecklas inom den moderna litteraturvetenskapen och som inte är unik för Sverige utan snarast var det typiska i en rad europeiska länder (jfr Nordenstreng, 1978 kap 11; Hardt, 1977) är anmärkningsvärt litet uppmärksammat i dagens försök att utveckla en europeisk forskningsprofil (jfr McQuail, 1990). Istället har masskommunikationsforskning kommit att i första hand framträda som en amerikansk, samhällsvetenskaplig tradition med rötter i sociologen Paul F Lazarsfelds, psykologen Carl I Hovlands och statsvetaren Harold Lasswells arbeten.

Å andra sidan är det riktigt att den amerikanska samhällsvetenskapen med stor kraft svepte in över Sverige på 1950- och 1960-talen. Statsvetaren Jörgen Westerståhl var en av portalfigurerna när det gällde att introducera processororienterade frågeställningar i masskommunikationsforskning och en kvantitativ metodansats. En motsvarande roll spelade Karl Erik Wärneryd inom ämnet ekonomisk psykologi. Det är mot denna bakgrund knappast oväntat att 1970- och 1980-talens masskommunikationsforskning i stor utsträckning kom att handla om nyhetsförmedling samt om publikmönster och publikreaktioner och främst förekommit inom samhällsvetenskapliga ämnen som sociologi eller statsvetenskap.

Om vi ser på situationen vid 1980-talets slut är bilden, åtminstone i kvantitativa termer i stort sett densamma. Den av NORDICOM publicerade projektkatalogen från 1989 har en klar majoritet för samhällsvetenskapligt inriktade projekt. Nu måste en sådan statistik användas med försiktighet, i första hand med hänsyn till att mycket av den humanistiska forskningen inte drivs som s k projekt blir resultatet mindre intressant. Överhuvudtaget förefaller en kvantifiering ge föga i detta avseende. Det kvalitativt mest intressanta är istället att nytillskotten har kommit på det humanistiska området, i första hand i musikvetenskap. En studie av forskningsanslagens fördelning till olika masskommunikationsämnen visar f ö att musikvetenskap har den

största anslagsökningen mellan 1977 och 1987 (Carlsson, 1987a). Musik visar sig samtidigt vara ett integrerande tema mellan humaniora och samhällsvetenskap vad gäller masskommunikationsforskning, något som jag senare skall återkomma till.

Om vi lämnar skiljelinjen mellan samhällsvetenskap och humaniora i sig och mera ser på forskningens intresse att belysa masskommunikation som innehåll respektive som process är det uppenbart att frågor om struktur och innehåll länge stod i centrum, medan relationen innehåll-publik var mindre uppmärksam. En trolig förklaring ligger i det svenska mediasystemets natur: en dagspress med hög spridning och ett icke-kommersiellt radio-TV-system har gjort frågor om publikintressen mindre aktuella. Samtidigt är det uppenbart att publikaspekten varit mera framträdande beträffande radion och televisionen, som också byggt upp sin egen publik- och programforskningsavdelning (PUB), än i fråga om pressen.

Inom svensk masskommunikationsforskning har det senaste decenniet funnits många exempel på försök till broslagningar mellan de två huvudansatserna. Inte minst har de nya utbildningsstrukturer som byggts upp under 1980-talet verkat pådrivande i detta avseende. Också inom de specialiserade avdelningarna och centrumbildningen har funnits samma ambition. Men det har inte varit okomplicerat att etablera en bas för forskning kring hela masskommunikationsprocessen. För detta har fordrats något slag av integrerande perspektiv.

Nordicom-Sverige:s projektkatalog visar samtidigt att det 1989 nu har kommit igång ett relativt stort antal projekt inriktade på kommunikationsprocessen i sin helhet - i själva verket nästan en fjärdedel av de redovisade projekten. I redovisningen från 1975 var motsvarande typ av projekt endast några få (Kronvall, 1976:26f). Nu går det visserligen att ifrågasätta om samtliga de redovisade projekten i praktiken omfattar både struktur, innehåll, användning och effekter - Ulla Carlsson pekar också i sin inledning på att det finns definitionsproblem. Men poängen är ändå att den teoretiska ansatsen uttrycker en vilja att studera

hela masskommunikationsprocessen. Det som fram till början av 1980-talet kännetecknades av ambitioner till överbrygning har successivt kommit att avlösas av försök till helhetsanalyser.

Den som studerar projektöversikten från 1975 finner att mer än 10 procent av projekten då handlade om struktur- eller sändarstudier. Projektkatalogen från 1989 har endast fyra projekt i denna kategori. En naturlig förklaring är att strukturansatsen blivit bredare och "sändarprojekt" oftare än förr tar in både innehåll och mottagare. Detta framgår även i projektkatalogen: åtta projekt som kopplar struktur och innehåll inom ett projekt. Denna senare koppling representerar samma slag av vilja till överbrygning som nämnts i det föregående. Samma tendens återkommer i de projekt som inom sig rymmer både innehålls- och mottagarstudier.

Vad slutligen gäller kategorin publik- eller mottagarstudier är denna anmärkningsvärt stor - 37 projekt. Detta förklaras huvudsakligen av att det stora antalet PUB- projekt (21), varav en del är relativt begränsade. Mera intressant är då kanske att det också är ganska många högskoleprojekt (16) som tagit upp studier av publiken, vilket är en ökning med fem bara sedan 1987. Till detta kommer att de flesta projekt som har det bredare kommunikationsperspektivet också inkluderar publiken. Detta är en väsentlig ändring sedan 1975, då endast ett fåtal högskoleprojekt inkluderade studier av användare. Omvänt förhållande gäller studier av endast innehåll, som 1975 var det stora området (över 40 procent av projekten), vars andel minskat betydligt - 1989 mindre än en fjärdedel.

Det är rimligt att fråga sig vad som förklarar de redovisade förändringarna. Jag vill särskilt peka på tre faktorer, som jag menar spelat en viktig roll för att bidra till en förstärkning i kommunikationsperspektivet. De första två är i första hand inomvetenskapliga:

- \* utvecklingen av masskommunikationsforskning från att vara en del av andra discipliners teori- och metodtradition till att bli ett eget ämnesområde har stimulerat en breddad

ansats.

\* en ämnesmässig fördjupning som inneburit att det blivit naturligt att utgå från att kommunikationsfenomen är en del i en större process, som måste belysas i sin helhet

Den tredje är utomvetenskaplig och tar sikte på att breddningen till ett kommunikationsstudium främst har sin bakgrund i att publikstudier fått ett ökat utrymme. Detta torde till stor del förklaras av förändringar i det nationella mediasystemet som i sin tur har sin bakgrund i det ökade marknadsintresset hos ett flertal mediegrupper. Parallellt med detta har högskolorna öppnats för uppdragsforskning, vilket således medfört att en del av denna forskning bedrivs inom den akademiska ramen.

#### 6. Centrala tema vid 1990-talets början

Bredare forskningsansatser inom projekt är givetvis inte liktydigt med nya idéer i forskningen. Frågan är om det också finns några nya strömningar eller spännande ideer i 1989 års projekt.

En allmän tendens bland projekten förefaller vara att etablera tidsserier av olika slag. Många projekt ställer frågor om utveckling. Detta har stimulerat både en historiskt inriktad forskning och en framtidsorienterad av ett slag som var ovanlig under 1970-talet. Vad gäller det historiska utvecklingsperspektivet är detta särskilt framträdande. Ett flertal projekt om mediestructur och medieinnehåll, medieanvändning och kommunikationsprocesser har en sådan infallsvinkel. Den tidigare påtalade historielösheten förefaller inte i lika stor utsträckning som förr präglade masskommunikationsforskningen. De framåtblickande tendenserna är mest framträdande i PUB:s sk barometrar och publikräkningar, men finns även i flera äldre och nyare högskoleprojekt, t ex Mediapanel (Avdelningen för kommunikationssociologi, Lund) och Dagspresskollegiet (Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborg) samt i flertalet kabel-TV-projekt.



Att tidsserier på detta sätt etableras måste anses vara värdefullt. En kritisk betraktare kan i en del fall undra om inte arbetet med tidsserier ibland tillgrips som substitut för annat. Brister i teoretiskt eller metodologiskt avseende tycks kunna kompenseras med likformigt genomförda mätningar över tid. På detta sätt kan "utvecklingen" belysas. Vad denna 'utveckling' egentligen står för är inte alltid lika klart.

En annan tendens är att masskommunikationsforskningen i Sverige, liksom i flera andra länder har kommit att förskjutas från frågor om politik och samhälle till frågor om samhällets kultur och dess förutsättningar. Medan undersökningar om massmedier under lång tid begränsades till studier av informationsöverföring i snäv mening - nyheter, politisk propaganda eller reklam - har konfrontationerna mellan humaniora och samhällsvetenskap medfört en vidgning av perspektiven. Under 1970-talet var demokrati- och politiskt deltagande ofta ett integrerande perspektiv i svensk masskommunikationsforskning. Tio år senare har masskommunikation i allt högre grad kommit att studeras som en del av kulturen i ett samhälle, och då i första hand som en del av populärkulturen. Underhållning, bilder och musik har blivit viktiga objekt för masskommunikationsforskarna (jfr Carlsson, 1987b).

Mot bakgrund av vad som framhållits i det föregående är det viktigt att tillfoga att även skett en vidgning av kulturbegreppet. Kultur är inte bara en fråga om ett 'utbud' utan även en 'lived culture'. Med hänsyn till detta är det inte oväntat att frågor om livsstilar och subkulturer har blivit centrala inom fältet under andra hälften av 1980-talet. I mycket av denna forskning finns det en polemisk udd mot den mera kognitivt orienterade opinionsforskningen där nyhetsjournalistik och politisk kommunikation var återkommande tema. I populärkulturforskningen söker man nu fånga upp frågor som tidigare negligerades därför att de inte var 'fina' nog. Det är i ljuset av detta man skall se intresset för den forskning om medierad musik, som tidigare påtalades. Uppmärksamheten för sådana frågor återspeglas även i det faktum att den svenska NORDICOM-centralens antologi om populär-

kulturforskning från 1987 (Carlsson, 1987a) sålts i över 3000 exemplar.

Ett annat utmärkande drag för 1980-talet är att de internationella perspektiven i stor utsträckning lyst med sin frånvaro. Då det talas om kultur är denna i första hand lokal, regional eller nationell, medan 'kulturimperialism' och liknande termer kommit ur bruk. Det finns överhuvudtaget i denna utveckling en svag tendens till att strukturfrågor kommit i skymundan. Både begreppet struktur och begreppet kultur kan sägas anknyta till masskommunikation som en process. Strukturansatsen handlar primärt om massmediernas betydelse som förmedlare av olika budskap, medan kulturansatsen söker belysa egenskaper hos den samhälleliga kommunikationsprocessen i allmänhet. Ett problem i detta sammanhang är att fokuseringen av kulturperspektivet som det skett under de senaste åren i Sverige ofta leder till att mediestrukturen får en underordnad roll. Enligt min mening kan detta äventyra det framväxande masskommunikationsämnets identitet; utan ett medieperspektiv kan en del av masskommunikationsforskningen komma att utvecklas till allmän kulturforskning.

I början av 1990-talet finns det samtidigt motsatta tendenser. De nya forskningsinstitutionerna i Stockholm och Göteborg har återuppväckt ett intresse för forskning kring journalistikens roll och villkor (jfr Carlsson, 1988). Det finns också klara tendenser att den internationella kommunikationens villkor och roll på nytt aktualiseras.

### 7. En exkurs: den göteborgska situationen

Beskrivningen av den svenska forskningsutvecklingen i fråga om medier och kommunikation har redan klart visat att Göteborgs universitet spelat en central roll. Otto Sylwans verksamhet mellan 1901 och 1931 satte tidigt Göteborg i centrum för svensk medieforskning. Sylwans perspektiv breddades från att bara handla om 'periodisk litteratur' till att inkludera politiska och ekonomiska ramar för pressens utveckling.

Den andra - och på sikt helt dominerande - utvecklingslinjen representeras av Jörgen Westerståhls och Bo Särilviks forskning om politisk opinionsbildning vid Statsvetenskapliga institutionen. Till skillnad från litteraturvetarna som hade medieinstitutionen i centrum var Westerståhl och Särilvik främst intresserade av själva kommunikationsprocessen - 'effekten av den politiska propagandan'. De studerade i både medieinnehåll och mottagarreaktioner. De påbörjade sin forskning i början av 1950-talet, i första hand genom massdatastudier. Senare förskjuts fokus för intresset till studier av medieinnehållet och dess förutsättningar: man försöker bl a belysa olika frågor om mediernas villkor.

På detta sätt kom statsvetarna i Göteborg att utveckla en forskning om medier och kommunikation som skiljde sig föga från den inom sociologi eller ekonomi. Institutionen fick även bli administrativt ansvarig för den svenska avdelningen av den nordiska dokumentationscentralen för masskommunikationsforskning (NORDICOM-Sverige). Den senare byggdes 1979 ut till ett nordiskt informationscentrum för masskommunikationsforskning. Följden av en riksdagsmotion samma år var att landets första professur i 'massmedieforskning' skulle inrättas vid samhällsvetenskapliga fakulteten i Göteborg. Professuren skulle enligt sin benämning avse både villkoren för mediernas verksamhet och mediernas roll i samhället. Vidare skulle professuren ha ansvar för forskningsanknytning av den grundläggande utbildningen i information och journalistik. Med detta markerades indirekt skapandet av ett masskommunikationsämne.

Förste innehavare av tjänsten blev Karl Erik Rosengren, Sociologiska institutionen i Lund. Genom honom tillfördes medieforskningen i Göteborg ett kulturperspektiv. Medan den av statsvetenskapen präglade massmedieforskningen hade varit huvudsakligen inriktad på medierna som struktur och att den genom Rosengren också blev en fråga om medierna som kultur.

Forskningen i masskommunikation i Göteborg är i slutet av 1980-talet inriktad på i huvudsak fyra områden:

1. **Massmediernas struktur och publik.** Detta är den forskning som syftar till att belysa den svenska mediestrukturen, t ex ekonomi och organisation samt frågor om hur allmänheten använder medier samt vad som bestämmer medieanvändningen. Sådan forskning bedrivs idag inom forskningsprogram som Dagspresskollegiet, Medieprojektet och Västgötaprojektet.

2. **Journalistik.** Journalistikforskningen har främst bedrivits vid Journalisthögskolan, särskilt inom forskningsprogrammet Nyheterna och verkligheten. Området som har en mycket stor relevans för den utökade journalistutbildningen är under uppbyggnad. Vid Masskommunikation förekommer likartade frågeställningar inom projektet Publicistisk sed. Journalistikforskningens nära anknytning till praktisk verksamhet ger även grund för ett mera praktiskt inriktat utvecklingsarbete.

3. **Masskommunikation och kultur.** Forskningen om masskommunikation och kultur avser att belysa de kulturella värden som kommer till uttryck i och som förmedlas genom alla slag av medieinnehåll, både nyheter, musik och reklam. Området inkluderar även samspelen mellan medier och olika livsstilar. En sådan inriktning förekommer bl a inom projektet Internaliserad kultur samt inom den video-, musik- och teaterforskning som bedrivs. En ytterligare vidgning till andra populärkulturformer är planerad.

4. **Planerad kommunikation.** Planerad kommunikation avser forskning kring informationsverksamhet. Det kan gälla både extern information/Public relations eller intern information, t ex personaltidningar. Forskningsområdet är under uppbyggnad som en följd av kunskapsbehoven inom grundutbildningen i Medier och kommunikation/Informationsteknik.

Vid institutionen skall givetvis även bedrivas allmän metodforskning av relevans för ämnesområdet, exempelvis av det slag som

görs inom det metodinriktade projektet Mått på mätning.

Utvecklingen av de fyra områdena är beroende på bl a fasta forskartjänster, forskarnas intresseinriktning och forskningsanslag. Vad gäller framtida utveckling gäller det i första hand att få till stånd fasta forskartjänster med inriktning på journalistik, populärkultur och planerad kommunikation.

Vad gäller forskarutbildning i masskommunikation finns det två examina: fil lic och fil dr. Fil lic-examen omfattar 80 poäng och fil dr 160 poäng. Detta innebär en normalstudietid på två respektive fyra år.

### 8. Paradigm i uppbrott?

Trots att det finns intressanta strömningar är ändå ett huvudintryck av 1989 års katalog över forskningsprojekt inom medier och kommunikation att svensk masskommunikationsforskning uppvisar en hög grad av traditionalism. Visserligen har verksamheten breddats både i tiden och rummet men det är ändå i huvudsak samma ansatser, både teoretiskt och metodologiskt, som det alltid har varit. Begränsade teoriansatser och en kraftig empirisk orientering är det karakteristiska draget. En förklaring till 'traditionalismen' torde finnas i masskommunikationsforskarnas bindning till sina "moderännen". Det humanistiska kunskapsintresset har traditionellt gällt mediernas karaktär och egenskaper och det samhällsvetenskapliga frågor om användning och effekter. Teoretiska och metodologiska överväganden har hämtats från samma håll. Men det har också skett en tyngdpunktsförskjutning över tiden. I Sverige dominerade frågor om struktur och innehåll en bra bit in på 1960-talet. Vid denna tid, då samtidigt forskningsområdet växte kraftigt, kom frågor om innehåll, användning och effekter, att bli dominerande. Detta skedde i stor utsträckning under inflytande av amerikansk funktionalistisk forskningstradition med rötter i 1930- och 1940-talens medieundersökningar.

I en sammanfattande översikt från mitten av 1980-talet sades att att det inom svensk masskommunikationsforskning dominerande paradigmet hörde hemma i den funktionalistiska traditionen: det utgick från en 'objektivistisk' beskrivning av verkligheten och präglades av en konsensusorienterad föreställning av samhället (Weibull, 1985). Utgångspunkten för inplaceringen var den karakteristik av samhällsforskningens vetenskapsteoretiska ansatser som presenterats av sociologerna Burrell och Morgan (1979) och som vidareutvecklats för masskommunikationsforskningen av Karl Erik Rosengren (1983 och 1985). Denna karakteristik utgår från elva dimensioner efter vilka en forskningsinriktning kan klassificeras. Successivt reduceras dessa till två huvuddimensioner: synen på vetenskapen ('objektivism' kontra 'subjektivism') och synen på samhället - om detta präglas av 'konflikt' eller 'konsensus'. På grundval av en enkel dikotomisering av varje dimension skapas en typologi som skiljer ut fyra huvudsakliga forskningsinriktningar.

Den dominerande synen inom svensk masskommunikationsforskning hade således sina rötter i ett 'objektivistiskt' förhållningssätt till verkligheten. Detta var kännetecknande för i stort sett all 1960- och 1970-tals forskning om användning och effekter och huvuddelen av den som gäller innehåll. Visserligen fanns samtidigt ett 'subjektivistiskt' perspektiv, särskilt hos forskare med humanistisk bakgrund, men det samhällsvetenskapliga synsättet var i stor utsträckning stilbildande. Det gemensamma för båda synsätten var dock en konsensusorienterad föreställning om samhället. Forskare med ett kritiskt perspektiv var få, men fanns huvudsakligen inom den 'subjektivistiska' traditionen. Sverige avvek här från Danmark eller Finland där det alltid rått en större balans mellan olika perspektiv (jfr Rosengren 1985).

Kan då de olika traditionerna förenas så att inriktningen hos svensk masskommunikationsforskning breddas? Med andra ord: går det att åstadkomma en tvärvetenskaplig masskommunikationsforskning? Rosengren menade i sin artikel från 1983 att det finns ett komplementärt förhållande mellan de olika inriktningarna, som gör att de praktiskt kan samverka. Enligt hans mening är det forskare

med ett kritiskt perspektiv ('konfliktorienterade') som har de spännande teorierna och som ställer de viktiga frågorna. Men det är forskarna i den 'objektivistiska' traditionen - funktionalismen - som har bästa kunskapen om hur man skall kunna gå till väga för att svara på frågorna.

Även om Rosengren 1983 inbjöd till dialog så mötte han kritik, inte minst därför att han ibland ansågs tilldela forskare inom funktionalistisk tradition ett slags tolkningsföreträde i fråga om kriterier för god metod; traditionell samhällsvetenskaplig metod kom därmed att ges ett kunskapsteoretiskt företräde. Men Rosengrens syn reflekterade en successiv förändring inom svensk masskommunikationsforskning och som klarast kommit till uttryck främst inom ramen för den kulturorienterade forskningen. Fem år senare blir detta också bekräftat i en ny artikel på samma tema av Rosengren (1989), publicerad i del 1 av antologin *Rethinking Communication*. Här finns en mera fördjupad analys som mera visar på vad som förenar traditionerna än vad som skiljer dem. Rosengren vill inte längre tala om fyra paradign utan om fyra 'schools' på väg mot ett paradign.

Rosengrens perspektiv från 1989 och hans förhoppning om ett 'paradign regained' i jämförelse med hans skiljelinjer 1983 speglar i stor utsträckning en sinnesändring som skett inom svensk masskommunikationsforskning. Populärkulturforskning, särskilt den om musik och ungdomskultur, journalistikforskning och forskning om medieanvändning, särskilt receptionsforskning, är områden där broar slagits mellan humanistiska och samhällsvetenskapliga forskare till stor genom att tolkande och funktionalistisk ansats närmast sig till varandra; i användningsstudier konfronteras en litteraturvetenskaplig tolkningstradition med metoder från sociologisk funktionalism och i innehållsstudier har en semiologiskt orienterad ansats kommit att komplettera kvantitativ innehållsanalys.

I de nya ansatserna har utgångspunkten varit det som förenar, t ex problemställningen och kunskapsintresset, inte på det som skiljer ut. I flera av de nya projekt som startat under slutet av 1980-talet, inte minst vid Institutionen för journalistik, medier

och kommunikation i Stockholm - en institutionen som f ö har anknytning till både humanistisk och samhällsvetenskaplig fakultet, har detta varit ett karakteristiskt drag.

### 9. Behovet av en svensk tradition

I sin översikt av hur den amerikanska masskommunikationsforskningen skriver Jesse Delia (1987) att det egentligen var först i mitten på 1960-talet som det kom att utvecklas ett slags identitet i masskommunikationsämnet. Det var då de gamla ämnenas företrädare lämnat fältet och en nya generation tagit över. De äldre talade i den situationen på samma sätt som Berelson om att masskommunikationsforskningen 'was withering away', men det som faktiskt hände var att nytt ämne växte fram i korsbefruktningen mellan å ena sidan humaniora och samhällsvetenskap och å andra sidan vetenskapen och grundutbildningens krav (Delia, 1987:77). Och detta ämne alstrar en första generation forskare som har masskommunikation som sin identifikation.

Däremot gäller att denna nya generation inte vuxit fram under en gemensam ämnesbenämning. På grundutbildningsnivå ryms ett i stort sett likartat ämnesteoretiskt innehåll under namn som Informationsteknik, Kommunikationslära eller Medier och kommunikation samt inom de särskilda informations-, PR- respektive journalistlinjerna. Ämneskärnan är densamma men namnet på ämnet, ofta beroende av lokala omständigheter, inte sällan blivit olika. På forskarutbildningsnivå har journalistik, masskommunikation och massmedier var tre skilda benämningar som knappast varit ömsesidigt uteslutande.

Den nya expansionen går inte att innehållsligt avgränsa i fråga om fakultetsområde. Masskommunikation har lika stor hemmahörighet vid samhällsvetenskaplig som vid humanistisk fakultet. Att det har utvecklats en samhällsvetenskaplig huvudtradition som i Finland, Norge och Sverige, eller en humanistisk som i Danmark är närmast en fråga om olika tillfälligheter. Den centrala frågan är istället är hur bryggor skall kunna utvecklas.



En viktig fråga är i detta sammanhang själva ämnesbenämningen. Masskommunikation har under alltför lång tid uppfattats som en samhällsvetenskaplig tradition. Ordet "mass" anknyter dessutom till en annan mediedefinition än den som framförts i det föregående. Masskommunikation borde därför på sikt mönstras ut och ersättas av medie- och kommunikationsvetenskap. En sådan beteckning ger en bättre uppfattning av ämnet handlar om: det gäller medier som del i en kommunikationsprocess.

Kan då medie- och kommunikationsvetenskap utvecklas i Sverige? Indirekt ger den ovan citerade artikeln av Jesse Delia underlag för optimism. Det amerikanska 1960-tal som han beskriver är egentligen en svensk situation vid 1990-talets början. Berelsons utsaga återklingar bland svenska traditionalister inom både humaniora och samhällsvetenskap som hyser tvekan inför utvecklingen och talar om vikten av 'moderämnena', om problem med tvärvetenskap och om brister i kvalitet. Inte minst förefaller många samhällsvetare känna sig som företrädare för den klassiska masskommunikationsforskningen genom återkommande hänvisningar till Paul F Lazarsfeld. Men problemet i detta är att vi undanskymmer vår egen nationella tradition och ställer in oss en som uppkom av andra behov och fick en annan riktning. Med all respekt för Lazarsfeld synes det vara på tiden att vi upptäcker vår egen forskningshistoria som har sina kontinental-europeiska rötter (jfr Hardt, 1977). Det kommer då med all säkerhet att visa sig att det finns en svensk tradition. Om vi återupptäcker denna bör det bli lättare att återöva och vidareutveckla medier och kommunikation som utbildnings- och forskningsområde i Sverige.

#### REFERENSER

- Brante, Thomas (1980) *Vetenskapens struktur och förändring*. Karlshamn, Doxa
- Burrell, Gibson, Morgan, Gareth (1979): *Sociological Paradigms and Organization Analysis*. London, Heineman

- Carlsson, Ulla (1987a) **Svensk masskommunikationsforskning 1977-1987**. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Carlsson, Ulla (1987b) **Forskning om populärkultur**. En antologi från Nordicom-Sverige. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Carlsson, Ulla (1988) **Forskning om journalistik**. En antologi från Nordicom-Sverige. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Delia, Jesse G (1987): **Communication Research: A History**. I Berger, C, Chaffee, S (Eds.): **Communication Science**. Newbury Park, Beverly Hills-London-New Dehli, Sage
- Fiske, Johan (1978) **Kommunikationsteorier**. Stockholm, W&W
- Hardt, Hanno (1977) **Social Theories of the Press**. London-Beverly Hills, Sage
- Kronvall, Kai (1976) **Massmedieforskning i Sverige**. Stockholm DsU 1976:15
- Lindahl, Rutger, Magusson-Linden, Ulla, Weibull, Lennart (1986): **Informatörer i Sverige**. Yrkesroll Arbetsmarknad Framtidsutsikter. Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet. Rapport nr 7
- Masskommunikationsforskning i Sverige 1987**. En projektkatalog Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Masskommunikationsforskning i Sverige 1989**. En forskar- och projektkatalog, Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- McQuail, Denis (1987) **Mass Communication Theory**. Second edition. London-Newbury Park-Beverly Hills-New Dehli, Sage
- McQuail, Denis (1990) **Communication Research Past, Present and Future: American Roots and European Branches**. I Ferguson, Majorie (Ed.): **Public Communication. The New Imperatives**. London-Newbury Park-California, Sage
- Nowak, Kjell (1963) **Masskommunikationsforskning i Sverige**. Ekonomiska forskningsinstitutet, Handelshögskolan i Stockholm
- Rosengren, Karl Erik (1983): **Communication Research: One Paradigm or Four**. *Journal of Communication*.
- Rosengren, Karl Erik (1985): **Kommentar till Pertti Hemanus inlägg**. **NORDICOM-INFORMATION** nr 3-4, 1985
- Rosengren, Karl Erik (1987): **Kommentar till forskningsöversikterna**. I **NORDICOM-INFORMATION** nr 3-4, 1987
- Rosengren, Karl Erik (1989) **Paradigms Lost and Regained**. I Dervin, B, Grossberg, L, O'Keefe, Barbara, Wartella, E (Eds.): **Rethinking Communication Vol. 1**. Newbury Park,

Sage

- Sylwan, Otto (1924) **Den svenska pressens utveckling under det nittonde århundradet.** Stockholm, PA Norstedt
- Weibull, Lennart (1985): **Masskommunikationsforskningen i Sverige 1985.** Några reflektioner om läget. Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet. Arbetsrapport nr 5
- Weibull, Lennart (1987): **Masskommunikationsforskningen i Sverige 1987.** Några reflektioner om läget. Nordicom-Information nr 3-4, 1987