

Bourdieu i Danmark

Som angivet i artiklens titel er formålet her at fremlægge nogle erfaringer med at operationalisere habitus-teorien og arbejde med den i praksis. Det kan der være gode grunde til alene ud fra Bourdieus status som stor, nulevende sociolog, men for medieforskere er der den ekstra grund, at Bourdieus navn ofte høres i diskussioner om smag og massekultur (selvom vigtige bidrag af sociologisk observans ofte bygger på Giddens. Se Hjarvard 1994, Bruhn Jensen 1995).

Udgangspunktet for det empiriske arbejde med Bourdieu i Danmark er Aim Nielsens værdi-survey RISC (Research Institute on Social Change), hvis hovedresultat er det såkaldte værdikort. Som det vil fremgå, er der nemlig bemærkelsesværdige ligheder mellem Bourdieus samfundsbeskrivelse og de dimensioner, der ligger under RISC-kortet. I dette kort måles 52 værdier, som afbildes i et såkaldt værdikort. Værdikortet for den netop afsluttede 1994/95 undersøgelse ses i figur 1.

Man kan karakterisere standard RISC-modellen som helt individualistisk på det metodemæssige plan, og som objektivistisk i den forstand, at den foretager en rent ekstern beskrivelse af værdier uden skelen til, om disse værdier eksisterer eller ik-

ke eksisterer i bevidstheden hos det enkelte individ.

Værdierne dannes ved at lade besvarelsene af tre til fem underspørgsmål, der konstituerer værdien, omdanne til en individuel score. Den fjerdedel af respondenterne, der har den højeste score på værdien, får derefter tilordnet den pågældende værdi, mens de resterende tre fjerdedele ikke får den. Det betyder, at RISC-kortet er kalibreret til, at alle værdier i den færdige undersøgelse indehaves af 25 procent af totalbefolkningen. Man kunne kalibrere det til alt muligt andet, og i alle tilfælde ville det betyde, at det eneste interessante derfor er at studere *forskellen* mellem totalbefolkningen og udvalgte målgrupper.

Samtlige værdier fra samtlige respondenter indgår derefter i en multivariat analyseteknik, der hedder *korrespondanceanalyse*. Populært sagt kan denne analyseteknik håndtere samtlige besvarelser (typisk ca. 2500) i forhold til, i hvor høj grad svarmønstrene ligner hinanden, og samtidig kan den levere en *grafisk afbildning af denne sammenhæng*. Det er det sidste, der har givet analyseformen sit navn, for i den grafiske afbildning er der en direkte korrespondance mellem afstanden mellem to værdier og den hyppighed hvormed de optræder sammen i de enkelte skemabesvarelser. Jo tættere to

Fig. 1: Det danske værdikort 1995

