

*Journalisterne gav forskerne fingeren, for hvad vidste
de om det virkelige liv ude på redaktionerne?
I bedste fald forskede de sig frem til noget, som
enhver journalist godt vidste i forvejen.
(Information, 04.12.2004, e02db02b)¹*

Mediebilledet af dansk medieforskning

Charlotte Wien, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet

Der eksisterer et sært forhold mellem medie- og journalistikforskere og journalister. Forholdet kan formentlig forklares ud fra de to professioners gensidige respekt på nogle områder og mangel på samme på andre. Formålet med denne artikel er at udforske denne betragtning. Jeg tager udgangspunkt i en kvalitativ tekstanalyse og undersøger, hvordan medierne beskriver journalistik- og medieforskningen, og gennem analysen diskuterer jeg de forestillinger og stereotyper, der afspejles i mediernes dækning heraf.

Min analyse viser, at mediedækningen af medieforskningen med rimelighed kan deles op i tre forskellige overordnede kategorier efter, hvilken rolle medieforskningen og medieforskerne spiller: Den første er medieforskningen som leverandør af "sandhed om medierne" i form af statistik og tal. Den anden kategori består af artikler, som omtaler forskningsresultaterne for den del af medieforskningen, der analyserer, hvordan medierne påvirker publikum, og endelig er der en sidste gruppe af artikler, der omhandler den del af medie- og journalistikforskningen, som beskæftiger sig med nyhedsmedierne og journalistik.

Indledning

Ved åbningen af Center for Medievidenskab ved Syddansk Universitet 24. august 2004 holdt direktøren for TV 2 Fyn, Ove Mulvad, en tale. I den sagde han bl.a., at han havde det lidt ligesom kromanden i H.C. Andersens eventyr om Lille Klaus og Store Klaus. Den kromand havde nemlig en forunderlig sygdom, som betød, at han ikke kunne tåle at se en degn: Kom der en sådan for hans øjne, blev han ganske rasende.

Sådan – sagde Ove Mulvad – havde han det med medieforskere. Det var modige ord ved det arrangement, da publikum hovedsageligt bestod af medieforskere. Men vi lo alle hjerteligt.

Når vi kunne le, var det, fordi det, Ove Mulvad sagde, var noget, vi alle kunne nikke genkendende til: Der eksisterer et sært forhold mellem medie- og journalistikforskere og journalister.

I denne artikel vil jeg udforske dette forhold. Artiklen kunne have mindst tre forskellige tilgange: Den kunne søge at forklare medieforskningens syn på journalistikken med medieforskningsbriller på. Det er det, som – i hvert fald den del af medieforskningen, der beskæftiger sig med journalistik – traditionelt gør. Den kunne også tage et social- eller arbejdspsykologisk udgangspunkt og udforske forskellene i teorier og metoder mellem de to professioner. Men et sådant udgangspunkt falder ved siden af formålet med denne artikel. Den tilgang, jeg i stedet har valgt, er at undersøge, hvordan danske medier beskriver dansk journalistik- og medieforskning. Gennem analysen vil jeg diskutere de forestillinger om og repræsentationer af medieforskningen, der afspejler sig i mediedækningen heraf i perioden fra 1998 til 2008.

At perioden 1998 til 2008 er valgt skyldes, at dansk medieforskning fik en "lillebror" i 1998: Journalistikforskningen. Før 1998 blev journalister hovedsageligt uddannet på Danmarks Journalisthøjskole i Århus, og forskning i medier og journalistik foregik overvejende ved de humanistiske institutter eller centre for medieforskning ved Københavns eller Aarhus Universitet eller ved de samfundsvidenskabelige statskundskabsuddannelser de samme steder. Med oprettelsen af to nye journalistuddannelser ved Syddansk Universitet og ved Roskilde Universitetscenter fødtes også kravet om forskningsbaseret undervisning af journaliststuderende og dermed en egentlig dansk journalistikforskning (Petersen & Lund 1999).

Begrebsmæssigt udgangspunkt

Da undersøgelsens mål er at afdække, hvordan medierne beskriver medieforskningen, rummer denne tekst ikke en diskussion af eller refleksion over, hvad medieforskning i "virkeligheden" er, i stedet nøjes jeg med at definere medieforskning operationelt, som det, nyhedsmedierne kalder medieforskning.

Tidligere undersøgelser af nyhedsmediernes beskrivelser af forskning har søgt at "måle" afstanden mellem mediernes beskrivelser af forskningsområdet og forskernes egen opfattelse heraf (Hammersley 2003). Denne undersøgelse søger hverken at finde eller måle en sådan afstand. Den fokuserer i stedet udelukkende på mediernes fremstilling af medieforskningen.

Når det er interessant at undersøge, skyldes det, at tidligere forskning har vist, at medierne igennem deres fremstillinger af forskellige emner og grupper i samfundet er med til at forme vores holdninger og adfærd (fx Gamson & Modigliani 1989; Donovan & Leivers 1993; Hurtz & Durkin 2004; Wyn 2005; Paterson 2006; Slater 2007; Bleakney, Hennessy et al. 2008). Studiet af mediernes beskrivelser af sociale grupper i samfundet eller særlige emner over tid kan dermed tilvejebringe viden om samfundet og dets udvikling (se fx Paterson 2006; Slater 2007; Bleakney, Hennessy et al. 2008).

Flere forskellige forskningstraditioner knytter an til studiet heraf. Således dækker begrebet "medierepræsentationer" over en interessant dobbelttydighed: På den ene side er medierepræsentationer fremstillinger af fiktive eller virkelige fænomener, og på den anden side er de en slags konstruktioner skabt af medierne med det formål at træde i stedet for fænomenerne (Gipsrud 2005:22).

I denne definition afspejles et slægtskab mellem forskning i medierepræsentationer, mediesteretypier og dele af forskning i framing: Eksempelvis blev frames oprindeligt defineret som "schemata of interpretation" (Goffman 1974:21). Begrebet "schemata" er hentet fra psykologien, hvor det benyttes til at beskrive de kognitive kategorier, som vi bruger til at organisere vores hukommelse og til at genfinde og kategorisere information (Stangor 2000:6; Tajfel & Forgas 2000:50). Desuden benyttes begrebet "schemata" inden for socialpsykologien som overbegreb for stereotyper.

Både frames og stereotyper anses generelt som vanskelige, men ikke umulige, at ændre over tid (Gitlin 1980:7; Stangor 2000:13): En række undersøgelser af stereotyper dokumenterer dette (fx. Donovan & Leivers 1993; Devine & Elliott 2000; Wien 2005; Covert & Dixon 2008). Og tilsvarende konklusioner er blevet nået af forskere, der har udført longitudinale studier af ændringer i mediernes framing af særlige emner (f.eks. Semetko & Valkenburg 2000; Schulz & Zeh 2005; Scheufele & Tewksbury 2007).

Begrebet "stereotype" benyttes primært om overdrevet homogeniserede beskrivelser, der tjener til at dømme *mennesker* som medlemmer af en særlig gruppe snarere end som individer (Hinton 2000:5; Pickering 2001:10) og benyttes således normalt ikke om emner eller temaer.

Når jeg alligevel refererer til forskning i stereotyper i denne sammenhæng, skyldes det, at denne undersøgelse er beslægtet med undersøgelser af mediesteretypier: Den sigter mod at afdække og destillere forskellige grundlæggende forestillinger, sådan som de kommer til udtryk i medierne, om hvad medieforskningen er: Men for det første udøves medieforskning af en gruppe af mennesker, og for det andet kan begrebet "stereotype" sagtens udstrækkes til også at dække overdrevet homogeniserede beskrivelser af andre fænomener, som fx et helt fagområde.

Metode

Udgangspunktet for denne undersøgelse er eksplorativt, og hensigten med analysen er ikke at teste eksisterende teoridannelser eller tidligere forskning på området (Harboe 2006:32). I stedet vil jeg fremsætte en byggesten til en fremtidig teoridannelse i form af en hypotese. Det vil være op til den videre forskning på området at teste denne. En væsentlig årsag til, at denne metode er valgt, er, at emnet er underbelyst i forskningslitteraturen. Det betyder også, at fremlæggelsen af data forbliver på et deskriptivt niveau.

Undersøgelsen er en kvalitativ tekstanalyse, som i sit udgangspunkt er induktiv (Bryman 2004:400). De kategorier, som datamaterialet placeres inden for, er således ikke fastlagt på forhånd, men udvikles gennem analysearbejdet, og det er dermed de kategorier, som fremkommer gennem analysen, der udgør undersøgelsens egentlige resultat (Dahler-Larsen 2002:26; Bertrand & Hughes 2005:201). Kategorierne er fremkommet ved, at materialet er gennemlæst og kodet gentagne gange, indtil tre overordnede kategorier, som kunne omfatte hele materialet, var etableret (Bryman 2004:400). De kategorier, der fremkommer gennem analysen, benyttes som det strukturerende element i selve datafremlæggelsen.

Analysens datamateriale er indsamlet gennem en søgning i avisdatabasen Infomedia i samtlige kilder. Jeg søgte efter forekomster af ordene "medieforskning" eller "medieforskningen" i perioden fra 1998 til 2008.²

Søgningen blev udført 12. september 2008 og gav 290 artikler. Efter at dubletter og artikler, som ikke handlede om medieforskningen, var fjernet, var der 206 artikler tilbage. Disse udgør undersøgelsens analysemateriale.

Man kan diskutere, om det er rimeligt at foretage en sådan undersøgelse på baggrund af skrevne medier og udelukke radio og tv. Argumentet herfor er, at dagbladene udgør den formative kraft i mediebilledet (Lund 2000; Jensen 2003; Schudson 2003; Lund 2008). Der er således ingen grund til at tro, at mediebilledet af medieforskningen er væsentligt anderledes i de øvrige medier.

Analysen af de 206 avisartikler viste, at de kan opdeles i tre forskellige overordnede kategorier efter hvilken rolle medieforskningen og medieforskerne spiller: Den første kategori af artikler rummer beskrivelser af medieforskningen som leverandør af "fakta om medier" i form af statistik og tal. Den anden kategori består af artikler, der omtaler forskningsresultaterne for den del af medieforskningen, som beskæftiger sig med, hvordan medierne og deres publikum påvirker hinanden, og endelig består den sidste gruppe af artikler, der beskæftiger sig med den del af medie- og journalistikforskningen, som har nyhedsmedierne og journalistikken som objekt. I de følgende tre afsnit vil jeg illustrere, uddybe og begrunde denne opdeling af materialet.

Den gode og gavnlige medieforskning

Den første – og største³ – af de tre kategorier består af artikler, hvor en sætning som fx "medieforskning viser, at ..." bliver brugt til at fremsætte en række "fakta". Der er hovedsagelig tale om korte nyheder eller notelignende stof.

Det er kendetegnende for artiklerne i denne kategori, at der ikke bliver sat spørgsmålstejn ved gyldigheden af medieforskningens teoretiske og metodiske grundlag samt dens resultater. Et eksempel på en sådan artikel ses nedenfor:

TV: Mænd og kvinder så næsten lige meget OL, men de unge ville hellere lave noget andet

De unge mellem 15 og 24 år gad ikke se OL fra Beijing. Det gjorde til gengæld deres forældre. Og noget overraskende brugte mænd og kvinder lige lang tid foran tv-skærmen. Det viser en analyse af seertallene under OL, som DR Medieforskning har lavet.

Mændenes daglige OL-seertid var 45 minutter mod kvindernes 42 minutter, mens de unge så 11 procent mindre end ved legene i Australien.

– På grund af de skæve sendetider var det mange dage "Nihao Aften-OL", der blev det mest sete OL-program, og også her var kønsfordelingen nærmest fifty-fifty. En af forklaringerne på det kan være, at disse programmer snarere havde karakter af nyhedsstof frem for rene sportsresultater, siger medieforsker Niels Marslev fra DR Medieforskning. (Nordjyske Stiftstidende Vendsyssel 04.09.2008, e1326bc. Min understregning.)

Artiklens anslag udgøres af en række faktuelle oplysninger om hhv. mænds, kvinders og unges tv-vaner i forbindelse med de olympiske lege i 2008. Læseren bliver ved hjælp af minuttal og procentvise ændringer oplyst om, hvad undersøgelsen har vist: Resultaterne fremlægges ikke til diskussion, men til orientering.

Mod slutningen gør journalisten et forsøg på at årsagsforklare den del af undersøgelsens resultater, der forventes at overraske læseren: Kvinder brugte næsten lige så meget tid på at se OL som mænd i 2008. Ifølge medieforskeren kan dette årsagsforklares ved, at OL-programmerne mere havde karakter af nyhedsstof end af sportsresultater. Heri må vi altså underforstå, at kvinder ikke normalt interesserer sig for sportsresultater, men nok for nyheder.

Hvilket teoretisk grundlag, hvilke tidligere forskningsresultater eller hvilke grundantagelser om mænds og kvinders tv-vaner, der ligger bag årsagsforklaringen, gøres der ikke rede for. Det ligger dog snublende nært at antage, at det er medieforskerens personlige forestillinger om kvinder og kvinders tv-vaner, der udgør fundamentet for hans fortolkning af undersøgelsens resultat.

Jeg har andetsteds argumenteret for, at nyhedsjournalistik i lighed med hverdagstænkningen er positivistisk inspireret (Wien 2005). Det vil forenklet sige, at man som journalist opfatter det sådan, at man kan sikre sig, at man er objektiv, hvis man holder fast i udelukkende at gengive fakta. Det modsatte af fakta er vurderinger, og de er subjektive: Gengiver en journalist andet end rene fakta, må han referere til en kilde, der dermed "tager ansvaret" for de subjektive elementer i det journalistiske produkt. I denne forståelse kan journalisten således fremlægge fakta og bede andre fortolke dem for sig uden at være gået på kompromis med sin professions ideal om objektivitet.

Og det er netop, hvad der sker i det ovenstående eksempel: Journalisten fremlægger fakta, og medieforskeren sætter dem ind i en fortolkningsmæssig ramme baseret på hans viden og indsigt. Journalisten kunne forbedre sit produkt, såfremt han forholdt sig kritisk til den fortolkningsramme, som medieforskeren giver data, men det gør han ikke.

Denne mangel på reference til årsagsforklaringens fundament eller kritisk stillingtagen hertil kendetegner ikke blot medierne og journalistikken, men også vores hverdagstænkning (Schudson 1990). Set i en positivistisk inspireret hverdagsoptik bliver det ofte opfattet som forskningens opgave at levere fakta. Som forklaring på, hvorfor journalisten ikke forholder sig kritisk til medieforskeren i det ovenstående eksempel, er det derfor nærliggende at antage, at det gør han ikke, fordi medieforskeren leverer den vare, som journalisten forventer at få: Fakta.

Hovedparten af de artikler, hvor medieforskningens resultater fremlægges uden en kritisk diskussion af det metodiske og teoretiske udgangspunkt eller med en kritisk stillingtagen fra journalisternes side, er artikler, der refererer til det arbejde, som DR Medieforskning udfører.⁴ Det er uklart, om medierne selv skelner mellem dette og de øvrige dele af medieforskningen i Danmark, men publikum har formentlig svært derved. Det er dog værd at bemærke, at sammenblandingen kun forekommer i kildecitater eller debatindlæg. Man kan derfor ikke på grundlag af dette materiale hævde, at det (kun) er journalisterne, der ikke kan skelne.

Som eksempel på sammenblandingen af den universitetsbaserede medieforskning og det arbejde, der foregår i DR medieforskning, spurgte en journalist i *Information* den 5. november 2004 om "Drengene fra Angora" savnede "de gode gamle dage". Rune Tolsgaard svarede:

“Ja! For 10 år siden var det hele anderledes” mener Rune Tolsgaard. “Den gang bestemte programmedarbejderne, hvad der blev sendt i fjernsynet. De fik alle de gode ideer. I dag styrer medieforskningen nærmest det hele. Reality-programmer og boligprogrammer har været et hit i USA og England, og straks siger medieforskerne, at vi skal have det samme herhjemme. Og i løbet af ingen tid har man strøet de her ens programmer ud på alle danske tv-kanaler [...] Det er jo faktisk sket med universiteternes indtog” siger Simon Kvam [sic]. “Det er humanistisk uddannede mennesker, der sidder og styrer det hele. De har sikkert aldrig fået en eneste ide til et godt tv-program [...]” (Information 05.11.2004, e02a9651, min understregning).

Som læser skal man være godt orienteret om dansk medieforskning for ikke at opfatte teksten sådan, at det er den universitetsbaserede medieforskning, der styrer de danske tv-kanalers programflade.⁵

Den interessante effekt- og receptionsanalyse

I 70erne oplevede man, at medierne var en magtfuld størrelse og derfor gav en ensidig påvirkning af brugerne [...]. I dag er man meget mere bevidst om, at tingene påvirker brugerne forskelligt, og det hele derfor er meget mere kompliceret end man troede i starten. (Berlingske Tidende 22.09.1999, AZ963530)

Citatet er af professor Ib Bondebjerg fra Institut for Film- og Medievidenskab ved Københavns Universitet. Det definerer den del af dansk medieforskning, der vender analysekikkerten væk fra medievirksomhederne og i stedet følger medieproduktet hjem til brugeren og ser nærmere på, hvad brugerne gør ved medierne, og hvad medierne gør ved dem. Medier skal i denne sammenhæng opfattes meget bredt og inkluderer både nyheds- og underholdningsmedier (inkl. computerspil etc.) samt kommunikationsmedier (fx mobiltelefoner). I mit analysemateriale udgør artikler om denne del af medieforskningen den næststørste gruppe. I denne del af materialet er det hovedsageligt resultaterne af forskere med tilknytning til universiteternes forskningsmiljøer, der refereres til.

Journalisterne forholder sig generelt neutralt, tenderende mod det positive og respektfulde til denne del af forskningen: Det er tydeligt, at emnet interesserer dem, og forskerne får medvind i form af venlige boganmeldelser⁶ og omtaler af nye eller nyligt afsluttede forskningsprojekter.⁷ I denne gruppe af artikler er der en relativt stor del, der omtaler forskningsprojekter, der analyserer, hvordan kvinder⁸ og børn/unge⁹ påvirkes af medierne.

Medievold skader især de svageste børn

Mens eksperterne er nogenlunde enige om virkningerne af vold på film og i tv, laves først nu undersøgelser af om voldelige computerspil virker på samme måde. [...] Hvis børn i forvejen er sårbare, fordi der er problemer i familien og det halter i skolen, så kan medievold være et skadeligt tidsfordriv.

Sådan siger medieforskningen foreløbig. [...] Birgitte Holm Sørensen, der er forsker og lektor på Danmarks Lærerhøjskole, er gået i gang med at undersøge, hvorfor børn bliver draget af voldelige computerspil, og hvordan det påvirker deres indbyrdes adfærd. "Vi vil finde ud af, om det er spillets præmisser, der tiltrækker dem. Er de bare fascinerede af legen i spillene, eller er det volden, de går efter? Det behøver ikke at være et enten – eller, det kan også være et både – og", siger Birgitte Holm Sørensen. I 1995 var hun formand for et udvalg, der på Kulturministeriets vegne skulle undersøge "levende billeders eventuelle skadelige påvirkninger af børn og unge". Det kom der en rapport ud af. Den har titlen Medievold - Børn og Unge. Den gennemgår en stor mængde af dansk og udenlandsk forskning og konkluderer blandt andet, at der næppe er "belæg for, at voldsskildringer på levende billeder i sig selv kan afføde voldelig adfærd hos normalt fungerende børn og unge". (Politiken 28.04.1999, Z4162510)

Der gøres en del ud af at understrege Birgitte Holm Sørensens formelle kvalifikationer og nuværende status. Herved giver journalisten hende autoritet. Hun optræder i artiklen i den klassiske ekspertrolle, hvor hun i et direkte citat bekræfter artiklens vinkel umiddelbart efter, den er fremsat. Som oftest er det journalisten selv, der både i arbejdsprocessen (Albæk 2004) og i produktet vælger artiklens vinkel (Wien 2001), men i dette tilfælde bliver det reelt Birgitte Holm Sørensen selv, der både definerer vinklen og efterfølgende bekræfter den.

Artiklen fortsætter med loyalt at referere rapportens konklusioner og lader løbende Birgitte Holm Sørensen komme til orde for at forklare og uddybe både rapportens konklusioner, og hvad det nye forskningsprojekt kommer til at gå ud på. Journalisten stiller ingen kritiske spørgsmål til projektets metodiske, teoretiske eller økonomiske grundlag.¹⁰ Artiklen rundes af med et blødt og handlingsanvisende indspark, som skal hjælpe eventuelle nervøse forældre:

Kirsten Drotner mener, at forældre bør forholde sig til indholdet i computerspil og medievold i stedet for bare at sige nej uden at vide, hvad de siger nej til. "Vi skal lære at se mediebrug som grundlæggende for børns kultur og deres dannelse af identitet. Vi skal give dem kvalitetsmodspil, så de har mulighed for også at få den gode historie og se medier som den ressource de er for 99,9 procent af befolkningen. Med computerspil skal man selv prøve at spille. Man skal vide, hvad man forholder sig til. Man skal prøve at reflektere over, hvordan man selv reagerer. Og man skal tale med sine børn om det", Kirsten Drotner [sic]. "Forældre, skole og samfund burde også reflektere over, hvorfor man har behov for at give andre skylden. I USA burde man hellere kigge på våbenlovgivningen end på spil, der spilles af millioner af mennesker verden over, uden de af den grund begår voldelige forbrydelser", siger hun. (Politiken 28.04.1999, Z4162510)

At mediedækningen af denne del af medieforskningen tenderer mod det positive er dog ikke ensbetydende med, at den altid er ukritisk: Stine Liv Johansens projekt om "Seere i bleer" får en del medieopmærksomhed. Hun konkluderer bl.a., at børn har brug for "hjernedød" underholdning

efter otte timer i en børnehave (fx e09d66b). Denne konklusion finder flere journalister tydeligvis så tilpas kontroversiel, at eksempelvis *Jyllands-Posten* lader en ernæringseksperter, der advarede mod at placere børn inaktive foran tv, komme til orde i dækning af sagen (e0811fc2).

Ligeledes har *Kristeligt Dagblad* i flere omgange anfægtet det, avisen kalder "den generelle holdning i dansk medieforskning" som ifølge den er, at medievold ikke "gør døv og blind og følelseskold over for virkelighedens vold".¹¹ Begge eksempler viser, at når medieforskerens konklusion "skurrer i ørerne", lader journalisterne ikke den enkelte forskers resultater stå uimodsagt hen.

Medieforskerne er også selv flittige skribenter: De præsenterer deres forskningsresultater i kronikker og klummer, hvor de oftest konkluderer, at der ikke er fare på færde, og at medierne derfor ikke behøver udøve nogen yderligere form for selvrensning.¹² Måske derfor medfører disse kronikker og klummer sædvanligvis ingen efterfølgende mediedebat. Endelig optræder denne gruppe af medieforskerne også som eksperter. Enten i anmelderrollen i forbindelse med store tv-satsninger¹³ eller som politiserende eksperter, der fx forsvarer DR mod politisk betingede nedskæringer.¹⁴

Med andre ord: Der synes at være tale om parløb mellem journalister og medieforskere. De bruger og lader sig bruge af hinanden: Forskerne optræder som eksperter, de lader journalisterne fremlægge deres forskningsresultater eller gør det selv. Journalisterne på deres side giver forskerne spaltepads, men tillader ikke, at forskerne står uimodsagt hen. Og i det omfang de to professioner kan støtte hinanden og fremme hinandens interesser, synes det at ske. Parløbet mellem denne del af medieforskningen og journalistikken synes at være professionelt og båret af gensidig respekt.

De virkelig irriterende debattører i forskningsklæder

Den sidste gruppe af artikler er dem, der beskæftiger sig med medieforskningen i nyhedsmedierne, herunder medieledelse og journalistik.

Her bliver der ikke lagt fingre i mellem: Medieforskerne beskylder journalisterne for at være indsigtsløse, forfængelige, venstreorienterede og overfladiske flokdyr uden selvkritik.¹⁵ Journalister og redaktører beskylder på den anden side medieforskerne for at være ubegavede, venstreorienterede, grædekoner og flokdyr, som underlægger sig tilfældige modeluner.¹⁶

Hvor hård tonen er, kan illustreres med nedenstående eksempel hentet fra *Berlingske Tidendes* "Groft sagt":

De tyndeste gætterier. Danmarks andendummeste medieforsker, professor Jørgen Poulsen, RUC, der stadig mentalt befinder sig i armod efter lukningen af Demokraten, Ny Dag, Aktuelt og Det Fri Aktuelt og ser kommercielle medier som almindeligt skadeligt virkelighedsforvrængende, har – ikke overraskende – også en kommentar til den aktuelle spareplan i Det Berlingske Officin. Til Børsen udtaler professoren med yderste bestemthed, at det er helt uundgåeligt, at den kommende spareplan, der løber over to år, nødvendigvis vil blive fulgt op af en ny spareplan i direkte forlængelse af den aktuelle. Uden mindste form for dokumentation herfor og naturligvis uden kendskab til konsekvenserne af den kommende spareplan, mener professoren at vide, at det profitmål – hvilket er det værste ord

han kender i sin almene mediebedømmelse – som Berlingskes nye ejer har sat for virksomheden, umuligt kan nåes [sic] uden nye sparerunder. Dette vrøvl, der ikke kan kaldes medieforskning, ikke kan kaldes medieanalyse og slet ikke kan kaldes en valid kommentar til aktuelle begivenheder, spreder Jørgen Poulsen kun af én eneste årsag, nemlig en håbefuldhed vedrørende kommercielle mediers snarlige sammenbrud, som han har prædikeret for sine sædvanligvis slumrende studerende i årevis. Det er egentlig ret så patetisk. Og ikke en universitetsprofessor værdig! (Berlingske Tidende 17.12.2006, e08243f2)

Et andet eksempel er hentet fra en leder med titlen “Mortensen” i *JP Århus*:

I vore dage er de skriftkloge ikke teologer, men medieforskere, og i Århus udbreder et særligt orakel sig – professor Frands Mortensen. Han spørges pr. automatik hver gang, der sker noget på det århusianske avismarked. Det gør der tit, for det er en dynamisk branche. Så fremsætter Frands Mortensen sine bud, og selv om han er professor i medievidenskab, giver det ham jo ikke forstand på at lave avis. Tag nu *JP Århus+*, den seneste nyskabelse i Århus. Næppe var avisen delt ud, før professoren overraskede TV 2 Østjyllands seere med sit budskab om, at konkurrencen var “hamrende ufornuftig” og “fjøllet”, kostede bladhusene flere hundrede millioner og hold nu fast: Den gavtede heller ikke læserne. Frands Mortensen påstod ligefrem, at journalistikken i Århus ikke var blevet bedre. Her må vi spørge: Hvad handler medieforskning egentlig om, professor Mortensen? Er det et eller andet forkældt marxistisk speciale med sin egen dogmatiske facitliste, der siger, at et samfund er bedst tjent med kun én avis, én tv-station og én sandhed? Pravda betød jo i de gode, gamle dage simpelthen sandheden. [...] Frands Mortensens økonomiske teser er så overraskende, at der må vente en Nobelpris i økonomi. Frands Mortensen er jo den omvendte Milton Friedman, og amerikaneren fik sin i 1976. (*JP Århus* 21.12.2004, e02ed618)

De to eksempler ligner hinanden en del: Tonen er nedladende og ironiserende. De to professorer beskrives begge som småt begavede og naive. Det antydes i begge tilfælde, at professorerne politisk befinder sig på venstrefløjen, og at de lader deres forskning påvirke af deres politiske overbevisning. I forhold til den sidste pointe skyder begge aviser formentlig ved siden af: I begge tilfælde er professorerne blevet bedt om at kommentere konkrete ledelsesmæssige tiltag på de to redaktioner. Man må formode, at deres kommentarer er baseret på deres videnskabeligt funderede viden om medierne og deres erfaringer hermed, men næppe på egentlige egne undersøgelser i forhold til de konkrete forhold.

Det er også kendetegnende, at aviserne gør udfald mod medieforskere, der har udtalt sig kritisk om ledelsesmæssige beslutninger: Jørgen Poulsen angribes af *Berlingske Tidende* efter at have udtalt sig kritisk om en spareplan i Det Berlingske Officin – Frands Mortensen angribes af *JP Århus* efter en kritisk bemærkning om *JP Århus*. Eksemplerne illustrerer dermed også, at medieverdenen bliver provokeret, når medieforskere forholder sig kritisk til mediernes strategiske beslutninger.

Men det er ikke kun journalisterne, der er personlige i deres angreb på modparten. Angrebene går også den anden vej. Eksempelvis skriver lektor Michael Bruun Andersen fra RUC bl.a.

I det seneste nummer af foreningens blad *Dansk Presse (DP)* og i kommentaren 9.10. i *Politiken* tager Ebbe Dahl bladet fra munden: "... mangelen [sic] på profit", skriver han i *DP*, er "netop en af årsagerne til at det mange steder har været nødvendigt at slutte sig sammen i grupper med færre ejere ...". Han tilføjer: "for at kunne opretholde mangfoldigheden". Det sidste får han imidlertid svært ved at føre sandhedsbevis for. [...] Den 'Besserwissen' og manglende forståelse for teoretiske og empiriske argumenter i medieforskningen, som Dahl repræsenterer, bidrager til opretholdelsen af en ensidig profit-tankegang, med de resultater vi ser: stadig færre selvstændige stemmer i den offentlige debat, og endnu færre ejere/udgivere. [...] (*Politiken* 26.10.2002, Y3654879)

Det er i lyset af denne del af "pingpong-spillet" mellem medieforskerne og medierne, at Ove Mulvads reference til Store Klaus og Lille Klaus skal forstås. Det er dog også værd at bemærke, at materialet rummer relativt få af denne slags angreb, og at de fleste af dem udspringer af diskussioner om, hvorvidt medieforskerne har forstand på medierne og i særdeleshed mediedrift, eller diskussioner om, hvorvidt medierne har forstand på medieforskning.

Men selvom tonen er hård, eksisterer der alligevel et symbiotisk forhold mellem de to parter. I lighed med andre forskere optræder denne gruppe af medieforskere også i mere traditionelle forskerroller, hvor de præsenterer egne og andres forskningsresultater eller teoridannelser¹⁷, eller hvor de som ekspertkilder bruges til at give journalistiske produkter troværdighed eller til at spå om den fremtidige udvikling (Wien 2001; Albæk, Christiansen et al. 2002; Arnoldi 2005).¹⁸

Enkelte steder peger materialet i retning af, at medieforskerne og medierne samarbejder intenst og på en ganske subtil måde. Denne pointe vil jeg illustrere gennem en sag, der startede i august 2004, og som min undersøgelses materiale rummer talrige referencer til.

Anledning var udgivelsen af festskriftet til Jørn Henrik Petersen ved hans 60 års fødselsdag. Festskriftet er redigeret af hans ven og kollega, professor Anker Brink Lund (Lund, Normann et al. 2004). Det indeholder bl.a. et bidrag fra den tidligere chef for Rockwoolfonden, Gunnar Viby Mogensen (Mogensen 2004). I indlægget konkluderer Mogensen, at P1 Orienterings billede af de problemer, der vedrørende integration af indvandrere, er både sløret og ligger milevidt fra, hvad forskning på området har vist.

Den 20. august bragte *Berlingske Tidende* en kronik af Gunnar Viby Mogensen. Kronikken er en forkortet version af indlægget i festskriftet.¹⁹ Kronikken blev den egentlige udløsende faktor for et sagsforløb i medierne, der har mange ligheder med en mediestorm (Wien 2009).²⁰ I lighed med de ovenstående eksempler er tonen i debatten ganske hård: Eksempelvis kalder *Berlingske Tidende* Gunnar Viby Mogensen for en "skvadderabe".²¹

Alligevel besluttede DR's bestyrelse den 31. august 2004, at "DR skal ses efter i sømmene for at finde ud af, om TV-stationen lever op til sin Public Service-forpligtelse" (e0264dfb), og kort efter opfordrede DR's bestyrelsesformand, Jørgen Kleener, politikerne til at give flere penge til uvildig forskning i dansk public service-virksomhed. I et debatindlæg skrev han bl.a.

Hvem skal kontrollere kontrollanterne? [medierne]. Det skal vi alle som frie borgere. Det skal journalisterne selv. Det skal den frie forskning. Det skal pressenævn og domstole. (Politiken 13.09.2004, e026900f)

Hermed gav han en bold op til medieforskerne. Bolden blev hurtigt grebet af Anker Brink Lund, der i *Berlingske Tidende* den 9. september bakkede Jørgen Kleeners forslag op. I samme indlæg blev diskussionen af finansieringen af forslaget bragt op: Michael Bruun Andersen gjorde sig til talsmand for, at medierne selv skulle betale (hvilket ikke vinder stor opbakning i den videre diskussion i medierne). Anker Brink Lund for, at det offentlige skulle finansiere det.²²

Frem til november 2004 rummer materialet kun spredte og lidt uklare henvisninger til sagen. En af dem findes i en kronik af Anker Brink Lund i *Jyllands-Posten* den 21. november 2004. Her foreslog han, at staten skulle give 1 kr. pr. dansker til "granskning af nyhedsmediernes journalistiske granskere". De 5 mio. kr. – foreslog Anker Brink Lund – kunne hentes fra det overskud, som privatiseringen af TV 2 havde betydet. Kronikken præciserede og uddybede den tanke, som Jørgen Kleener havde fremsat i *Politiken* (se ovenfor). Konkret gik Anker Brink Lunds forslag ud på, at der skulle nedsættes et "uafhængigt journalistisk rejsehold" bestående af "medie- og forskningskyndige knyttet til landets tre journalistuddannelser". Rejseholdets opgave skulle for det første være at

være ansvarlig for systematisk indsamling af data, som kan sikre et løbende kvalitetscheck på hverdagens nyhedsformidling. [...] For det andet skal Det journalistiske rejsehold kunne påtage sig rekvirerede opgaver, hvis en kilde eller en medieinstitution føler sig beklippet på liv, ære og velfærd. [...] For det tredje er det opgaven for Det journalistiske rejsehold at udsende en årlig statusrapport til inspiration og forebyggelse. (Jyllands-Posten 21.11.2004, e02bdbc4)

Kronikken gav ikke anledning til voldsom debat. Det gjorde de samme synspunkter dog en måned senere, da Anker Brink Lund genfremsatte dem i forbindelse med mediedebatten om TV 2's og *Ekstra Bladets* dækning af sagen om hygiejneproblemerne på Danish Crown-slagteriet i Odense. Nu affødte forslaget en række meget skarpe kommentarer fra mediebranchen her gengivet fra en enkelt artikel i *Jyllands-Posten*:

Forslaget bliver mødt med uforsonlighed af blandt andre Ekstra Bladets chefredaktør Bent Falbert: "Jeg kan ikke se, at nogen skulle bringes større lykke af, at man bruger fem mio. på Anker Brink Lund og hans omrejsende cirkus. Jeg tror, at vi her ser en universitetsmand, der er ude på at skaffe penge til endnu et projekt. [...]"

Nyhedschef på TV 2 Nyhederne Michael Dyrby afviser også Anker Brink Lund. "Endnu et smagsdommerpanel! Jeg kan ikke se, hvad vi skal med det. Pressenævnet fungerer tåleligt allerede, men den reelle respekt ligger i en domstols kendelse. Jeg mener, at det er en strålende mulighed at prøve sagerne her, og jeg kan ikke se, hvorfor man skal betale

for, at Anker Brink Lund og omgangskreds skal rende rundt og lege detektiver”, siger Michael Dyrby. [...]

Jyllands-Postens ansvarshavende chefredaktør, Carsten Juste, græmmer sig også over forslaget. “Jeg er vant til mange vanvittige forslag fra såkaldte medieforskere, men det her er et af de mest spektakulære. Forestiller man sig, at vi skal have en slags femte kolonne ind i virksomheden og rode i vores skuffer? Det minder mig om ren stalinisme. Forslaget ryster mig”, siger Carsten Juste. (Jyllands-Posten 22.12.2004, e02eea82)

Resultatet af debatten blev ikke, at der blev nedsat et journalistisk rejsehold – i hvert fald ikke så konkret, som Anker Brink Lund havde foreslået. Alligevel kom der noget ganske konkret ud af Jørgen Kleeners oprindelige forslag: Den 15. juni 2005 vedtog Folketingets finansudvalg nemlig, at der skulle afsættes netop 5 mio. kr. til forskning i Public Service-begrebet.

Puljen blev bevilliget til forskning i fire områder, som lå ganske tæt op ad de emner, som diskussionerne mellem medier og medieforskere havde drejet sig om i efteråret 2004, nemlig:

- *Alsidighed, saglighed og upartiskhed i DR's og TV 2's nyheds- og aktualitetsudsendelser, herunder analyse af de redaktionelle miljøer og kulturer*
- *Den journalistiske kvalitet, herunder journalisternes mulighed for at levere det bedst mulige arbejde, samt public service-stationernes fokus på og betydning for sprogets udvikling*
- *Klageadgang for seere og lyttere over programvirksomheden*
- *Udfordringer for public service radio og tv i en multimedieverden, herunder også udviklingen i andre lande. (<http://www.oes-cs.dk/aktstykker/0405-166.pdf>)*

De 5 mio. blev skaffet på en sådan måde, at hverken medievirksomheder eller skatteborgere kunne føle, at pengene blev taget fra dem, og de blev skaffet på netop den måde, som Anker Brink Lund havde foreslået: De blev taget fra det såkaldte licensprovenu, der i kraft af den mediepolitiske aftale for 2002-2006 blev 50 mio. kr. større end tidligere.²³

Den 1. november 2005 blev der indkaldt projektansøgninger fra institutter og forskningsmiljøer på medieområdet.²⁴ Den 14. februar 2006 meddelte Radio- og tv-nævnet, hvilke projekter der havde modtaget støtte.²⁵ Børsen berettede i en lille notits om sagen den 1. marts, at bl.a. Anker Brink Lund, Peder Skyum-Nielsen og Frands Mortensen hver havde fået del i bevillingen.²⁶

Med andre ord synes den kritik, cand. public. Ida Ebbensgaard rettede mod journalistikforskningen den 12. januar 2008, at være en anelse forfejlet.²⁷ Der er ikke noget, der tyder på, at “den journalistiske forskning lever sit eget semisekteriske liv på universiteterne og i lukkede akademiske kredse”. Tværtimod afslører mediedækningen af medieforskningen, at samarbejdet mellem medieforskere og medier er intenst og ganske professionelt, om end også kendetegnet ved en debatkultur, hvor der ikke bliver lagt fingre i mellem.

Konklusion

Sammenfattende kan man sige, at der i det analyserede materiale eksisterer tre parallelle mediebilleder af, hvad dansk medieforskning er.²⁸ Det første billede forestiller medieforskningen som leverandør af fakta om medierne og mediebrugerne. Medieforskning leverer "målinger af virkeligheden", som er brugbare til løsninger på medieverdenens problemer, eller som kan bruges som ramme for nyheder.

Det andet billede forestiller medieforskning som en fagdisciplin, der beskæftiger sig med, hvilken indflydelse mediernes produkter har på brugerne og omvendt. Alt overvejende stoler journalisterne på de resultater, forskningen leverer, og viderebringer dem loyalt. Nu og da forholder journalisterne sig dog også kritisk til medieforskerne: De bringer – som det sig hør og bør – andre eksperter syn på sagen i spil, hvis et forskningsresultat overrasker eller forekommer kontroversielt. Mediedækningen heraf er med andre ord (journalist-) "business as usual".

Det sidste af de tre billeder er det mest interessante: Det afspejler den del af medieforskningen, der analyserer nyhedsmedierne selv og deres produkter. Her spores spænding og konflikt mellem forskerne og medierne. Medierne på den ene side beskriver forskerne som barnlige og naive, og forskerne kvitterer med tilsvarende betragtninger vedrørende medier og journalister. Der udspiller sig en ganske hård debat mellem de to parter. Men graver man et spadestik dybere, viser det sig, at der trods gensidige beskyldninger samarbejdes mellem medier og medieforskere til gavn for begge parter.

De to første mediebilleder af medieforskningen findes jævnt spredt over hele materialet. Det sidste derimod dukker langt mindre konstant op, og tendensen i materialet peger i retning af, at den hårde, respektløse og nedladende tone imellem de to faggrupper bliver sjældnere og sjældnere. Det synes at have kulmineret omkring den lille mediestorm 2004. Det er ikke muligt på baggrund af dette materiale at konkludere, om dette er en generel trend eller blot tilfældigt. Det må fremtidige undersøgelser vise. I fald det ikke er tilfældigt, kunne forklaringen være, at de universitetsbaserede journalistuddannelser og den deraf følgende medieforskning i nyhedsmedierne blev set på med en vis skepsis fra medierne. Nu efter 10 år har de to parter lært hinanden bedre at kende, og det forhold, at der er blevet tilført flere ressourcer til medieforskningen og journalistuddannelserne har betydet en øget professionalisering af både journalistikken og forskningen i den.

Ved årsfesten på Syddansk Universitet 3. oktober 2008 mødte jeg Ove Mulvad igen. Han havde netop lyttet til årets festforelæsning, der handlede om journalistikforskningen ved SDU og dens seneste resultater. Titlen på foredraget var "Det er mediernes skyld... eller er det?". En af foredragets vigtigste konklusioner var, at en række nye undersøgelser tyder på, at flere af de samfundsmæssige onder, som medieforskningen tidligere har givet medierne skylden for, næppe så entydigt kan tilskrives medierne alene. Ove Mulvad og jeg lo igen af "Lille Klaus og Store Klaus"-metaforen fra hans tale i 2004, skålede i den kølige hvidvin og var rørende enige om, at forholdet mellem medier og medieforskere har ændret sig betragteligt – og til det bedre – siden da.

Litteratur

- Albæk, E. (2004). *Eksperter kan være gode nok, men ... Om fagkondskabens politiske vilkår i dansk demokrati*. Århus: Århus Universitetsforlag
- Albæk, E., & Christiansen, P.M., et al. (2002). *Eksperter i medierne. Dagspressens brug af forskere 1961-2001*. Århus: Institut for Statskundskab.
- Arnoldi, J. (2005). *Den offentlige ekspert*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Bertrand, I., & Hughes, P. (2005). *Media Research Methods: Audiences, Institutions, Texts*. New York: Palgrave.
- Bleakney, A., Hennessy, M., et al. (2008). It works both Ways: The Relationship between Exposure to Sexual Content in the Media and Adolescent Sexual Behaviour. *Media Psychology*, 11(1), 443-461.
- Bryman, A. (2004). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Covert, J.J. & Dixon, T.L. (2008). A changing view – Representation and effects of the portrayal of women of color in mainstream women's magazines. *Communication Research*, 35(2), 232-256.
- Dahler-Larsen, P. (2002). *At fremstille kvalitative data*. Odense, Odense Universitetsforlag.
- Devine, P.G., & Elliott, A.J. (2000). Are Racial Stereotypes Really Fading? The Princeton Trilogy Revisited. In C. Stangor, *Stereotypes and Prejudice* (pp. 86-100). Philadelphia: Psychology Press.
- Donovan, R.J., & Leivers, S. (1993). Using Paid Advertising to Modify Racial Stereotype Beliefs. *Public Opinion Quarterly*, 57(2), 205-218.
- Gamson, W.A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionists Approach. *The American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gipsrud, J. (2005). *Mediekultur, mediesamfund*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching – mass media in the making & unmaking of the new left*. Los Angeles: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis – An Essay on the Organization of experience*. New York: Harper Colophon Books.
- Hammersley, M. (2003). Media Representations of Research: the case of a review of ethnic minority education. *British Educational Research*, 29(3), 327-344.
- Harboe, T. (2006). *Indføring i samfundsvidenskabelig metode*. København: Forlaget Samfundslitteratur.
- Hinton, P.R. (2000). *Stereotypes, cognition and culture*. Hove: Psychology Press.
- Hurtz, W. & Durkin, K. (2004). The effects of gender-stereotyped radio commercials. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(9), 1974-1992.
- Jensen, K.B. (2003). *Dansk Mediahistorie 1995-2003*. København: Samfundslitteratur.
- Kite, M.E., & Wagner, L.S. (2002). Attitudes toward Older Adults. In T.D. Nelson, *Ageism* (pp. 129-161). Cambridge: MIT Press.
- Lund, A.B. (Ed.) (2000). *Først med det sidste*. Århus: Ajour.
- Lund, A.B. (2008). E-mail correspondance.
- Lund, A.B., Normann, J., et al. (Eds.) (2004). *Kære Samfund – En debatbog i anledning af Jørn Henrik Petersens 60 års fødselsdag*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Mogensen, G.V. (2004). Journalistik, politik og realiteter omkring indvandring. In A.B. Lund, J. Normann & A.K. Petersen (Eds.), *Kære Samfund* (pp. 184-194). Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Paterson, B. (2006). Newspaper representations of mental illness and the impact of the reporting of 'events' on social policy: the 'framing' of Isabel Schwarz and Jonathan Zito. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 13(3), 294-300.
- Petersen, J.H., & Lund, A.B. (1999). Ny journalistuddannelse i Danmark. *Nordicom Information*, 21(13), 87-94.
- Pickering, M. (2001). *Stereotyping – the Politics of Representation*. New York: Palgrave.
- Scheufele, D.A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9-20.

- Schudson, M. (1990). *Origins of the ideal of Objectivity in the Professions. Studies in the History of American Journalism and American Law 1830-1990*. London: Garland Publishing.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton & Company.
- Schulz, W., & Zeh, R. (2005). The Changing Election Coverage of German Television. A Content Analysis: 1990-2002. *Communications*, 30, 385-407.
- Semetko, H.A. & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Slater, M.D. (2007). Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity on Individual Behaviour and Social Identity. *Communication Theory*, 17, 281-303.
- Stangor, C. (red.) (2000). *Stereotypes and Prejudice*. Philadelphia: Psychology Press.
- Tajfel, H. & J.P. Forgas (2000). Social Categorization: Cognitions, Values and Groups. In C. Stangor, *Stereotypes and Prejudice*. Maryland: Psychology Press.
- Wien, C. (2001). Journalisters brug af ekspertkilder i danske aviser. Nordmediakonferens. Reykjavik.
- Wien, C. (2005). Defining objectivity within journalism. An overview. *Nordicom Review*, 26(2), 3-16.
- Wien, C. (2005). *Ældre billedet i medierne gennem 50 år. En undersøgelse af ældrestereotyper i dagbladene fra 1953 til 2003*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Wien, C. & C. Elmelund-Præstkær (2009). An Anatomy of Media-Hypes: Developing a Model for the Dynamics and Structure of Intense Media Coverage of Single Issues. *European Journal of Communication*, 24(2).
- Wyn, J. (2005). Youth in the media: Adult stereotypes of young people. In A. Williams and C. Thurlow, *Talking Adolescence: Perspectives on Communication in the Teenage Years* (pp. 24-34). New York: Peter Lang Publishing.

Noter

1. Der refereres til artiklernes ID-numre i Infomedia (www.infomedia.dk).
2. En tilsvarende søgning på ordene "journalistforskning" eller "journalistforskningen" gav kun 13 artikler, hvoraf de fleste var dubletter. Det tager jeg som et udtryk for, at vi i daglig tale opfatter journalistikforskning som et underbegreb til medieforskning.
3. 91 artikler ud af 206.
4. DR Medieforskning udarbejder ved det nye års begyndelse en rapport om det forgangne års mediemarked. I den kan man bl.a. læse om brugen af tv, radio, net og nye medier og konkurrencesituationen på det danske mediemarked. Rapporten er baseret på fremlæggelser af Galluptal og tv-metermålinger. Herudover offentliggør DR Medieforskning løbende resultaterne af seertalsanalyser.
5. Af andre eksempler på denne form for sammenblanding kan nævnes AY0162214 og AZ995420.
6. Fx e0157489, AZ941689, Z4458966, Z3432400 og e03cb997. Der er dog også enkelte kritiske anmeldelser imellem som fx e0df7a35.
7. Fx e0811fc2, e08bd781, e091d66b og AZ851529.
8. Fx AY3030046, z5711317 og e0352263.
9. Fx e0f2d228, Z4162510, Z5017965, Z4941512, e08bd781, e0cd39db og e09231f9.
10. Journalisten benytter endnu en ekspert til at understrege projektets relevans: Overlæge og børnepsykiater Gideon Zlotnik citeres senere i artiklen for at mene "at børnene er ofre, og at der i høj grad er grund til alarm", og at mediernes "voldsbombardement er ren gift for nogle [de svageste] børn, der får deres virkelighed undermineret døgnet rundt af de elektroniske medier". Men netop, fordi han taler om de svageste børn, og Birgitte Holm Sørensens konklusioner angår normalt fungerende børn, er den faglige uenighed mellem de to reduceret til en nuanceforskel.

11. e03e878c og e03e9ade.
12. Fx e09231f9, e0904433, Z5655447, Z5017965 og Z4941512.
13. Fx e0159409, e0127d49, Y4553762, e01cdc43 og e06fd2f6.
14. Fx e0c91777, e03751fc.
15. Se e02777e3, Y1191659, e04464d8, e02725f8, e0798feb, e02bdbc4, Y0277002.
16. Se e08243f2, Y3654879, e08243f2, e03f3be8, e02ed618, AY169674, e02d1c66, Y0277002, e08e54ee.
17. Fx e0696353 eller e0544dc3.
18. Fx e0ad6c95, e09761c0, e09763cd.
19. Se e024f866. Selve kronikken blev ikke fundet ved den søgning, der er beskrevet i metodeafsnittet. Det blev derimod en række referencer til den.
20. Fx e02725f8, e026da0e, e026900f, e0264dfb, e02616d5, e025ef78, e0258b97, e0258b94 og e0250d5f.
21. Se e02616d5.
22. Se e0264dfb.
23. <http://www.oes-cs.dk/aktstykker/0405-166.pdf>.
24. <http://www.mediesekretariatet.dk/bilag/psforskning/phdopslag1.pdf>.
25. <http://www.mediesekretariatet.dk/bilag/psforskning/psforsknoersigt.pdf>.
26. Se e05a7f6d.
27. Se e0cacc1d.
28. Det kan ikke udelukkes, at der i andre områder af medielandskabet findes andre forestillinger om medieforskningen, som denne undersøgelsesmetode ikke har opfanget.