



Receptionsforskningen i Danmark

EN OVERSIGT

Af Carsten Y. Hansen

I de senere år er receptionsforskning et begreb der i stigende grad er gået igen i strømmen af udgivelser på medieområdet. Man kan med rimelighed tale om et paradigmeskifte i dansk medieforskning. Receptionsforskningen er karakteriseret ved at den, igennem empirisk anlagte undersøgelser der bygger på åbne dybdeinterviews, søger at bestemme hvorledes mediernes modtagere oplever medieprodukterne. Det er en metode der hidtil har været anvendt inden for pædagogisk, psykologisk og sociologisk forskning. I denne oversigtsartikel gennemgår Carsten Y. Hansen de væsentligste offentliggjorte bidrag inden for den empiriske receptionsforskning i Danmark. De vigtigste resultater fremdrages og metodiske problemer af mere principiel karakter i de enkelte bidrag diskuteres. Til sidst diskuteres nogle af de mere generelle problemer der opstår når det gamle forskningsparadigme udskiftes: indholdsanalysens status i receptionsanalysen; den kvantitative samfundsvidenskabelige forsknings gyldighedskrav; medieprodukternes bevidsthedsdannende indvirkning på modtagerne.

Receptionsanalyse er stille og roligt gået hen og blevet den eneste agtværdige beskæftigelse inden for dansk medieforskning. Paradigmeskiftet er så fuldstændigt at man nu tør stå frem og fraskrive indholdsanalysen enhver selvstændig betydning (Kim Schrøder 1984). Receptionsforskning er analysen af hvorledes mediernes modtagere bruger medieprodukterne, af hvordan medieprodukterne forstås, opleves og fortolkes.

Fænomenet receptionsforskning er imidlertid ikke nyt. Interessen for hvad der skete med modtagerne i omgangen med de moderne massemedier, er næsten lige så gammel som medierne selv. Den var et grundtema i begge retninger inden for medieforskningens tradition,

det Lazarsfeld så betegnende har kaldt for den 'administrative' og den 'kritiske' kommunikationsvidenskab. Begreber som effektforskning, publikumsforskning, Uses- & Gratificationsstudier m.fl. indikerer at modtageraspektet har været et centralt tema i medieforskningen. Da dominansen i nyere dansk medieforskning er humanistisk, har interessen derimod været koncentreret om tekst- og indholdsanalysen. Med interessen for publikumsforskning har der været brug for et nyt begreb, og navnet, receptionsforskning, skyldes ifølge Klaus Bruhn Jensen (1986b) da også inspiration fra tysk litteraturvidenskab.

Begrebet receptionsforskning er imidlertid andet og mere end et nyt navn til et velkendt fænomen. Karakteristisk for den fremherskende tendens i den aktuelle danske receptionsforskning, er en distance til dele af den positivistiske medieforskning, der typisk omtales som den kvantitative medievidenskab, samt de tendenser i den kritiske der som led i den ideologikritiske indholdsanalyse, har udkastet postulater om hvorledes dette eller hint medieprodukt bliver opfattet af modtagerne. Receptionsforskningen anskuer modtagelsen af medieprodukterne ud fra en humanistisk synsvinkel, som seernes fortolkningspraksis, men anvender samfundsvidenskabelige metoder til at udforske denne proces.

Efter en hurtig grovsortering kan man foretage en opdeling af den danske receptionsforskning ud fra en emnemæssig gruppering. De tre hovedgrupper som de danske bidrag naturligt falder i er: nyhedsprogrammer, tv-fiktion (tv-serier), samt børneprogrammer. Inden for hver af disse hovedgrupper arbejdes der med nogle gennemgående problemer af relativ ensartet karakter. Samtidig kan man dele receptionsforskningen op efter dens anvendelsesdimension: Forskning der ser modtagelsen ud fra en produktionssynsvinkel (tilbage-melding til producenterne om hvordan seerne har modtaget et program) forskning der ser modtagelsen ud fra en forbrugssynsvinkel (hvordan seerne bruger programmet; hvordan det opleves i forhold til deres dagligdag; hvordan det påvirker bevidsthed og adfærd).

Producertilbagemeldinger, dvs. at man gennem interviews med publikum forsøger at undersøge reaktionen på et udsendt program, var de

første eksempler på noget der kunne ligne receptionsforskning i Danmark. Olga Linné's og Keld Vejrup's Radioproducere møder et publikum (1974) beskriver starten på disse lytter- og seerkonfrontationer, der stadig foregår i Danmarks Radio. Formålet med disse konfrontationer er at undersøge i hvilket omfang producerens intentioner med sit program er blevet indfriet i forhold til publikum, og "at give produceren bedre muligheder for at bringe sin historie frelst og uskadt gennem den besværlige kommunikationsproces som idé fra hans hoved til en indsigt i mange andre hoveder" (s. 8). Derfor er programmernes forståelighed og publikums holdningsmæssige reaktion (grad af accept) det centrale koncept.

Det er dog noget tvivlsomt om man kan kalde publikumskonfrontationerne for en egentlig receptionsforskning, så længe der ikke sker en forskningsmæssig bearbejdning af publikumsudsagnene. Det har generelt ikke været tilfældet. Der er dog eksempler på at publikumskonfrontationerne har været grundlaget for et eksperiment med udvikling af forbrugerprogrammer (jfr. omtalen i Anne Hjort, Når kvinder ser TV, 1984, s. 74 ff.). Senest har receptionsanalyser, i forlængelse af gennemførte publikumskonfrontationer, dannet grundlag for overvejelser om produktudvikling inden for Danmarks Radios tv-båndværksted (Jørgen Bang, Seerne og tv-båndværkstedet: En opsamling på nogle erfaringer fra 2 seermøder i foråret 1987, 1987).

Olga Linné og Kalle Marosis tværnationale forskningsprojekt At opleve og forstå fjernsyn: En studie omkring en dokumentarfilm (1976) var utvivlsomt det første receptionsanalytiske projekt i Danmark, såvel hvad angår metode (uformelle interviews) som problemstilling (individuel differentieret afkodning og tolkning af et tv-program). Sigtet var imidlertid stadig at belyse i hvilket omfang producentens intentioner var blevet forstået. Først senere dukkede der bidrag op hvor udgangspunktet blev taget i publikums modtagelse af programmerne, og hvor forskernes interesse var at belyse modtagernes situation og behov frem for afsenderens. De bidrag der i dag præger billedet af den ny bølge af receptionsforskning i Danmark falder primært inden for sidstnævnte kategori.

Reception af nyhedsprogrammer

Spørgsmålet om reception af nyhedsprogrammer har optaget en mindre del af receptionsforskerne. Blandt de vigtigste bidrag vil jeg pege på Ole Prehn, (1980), Klaus Bruhn Jensen (1986 og 1987a), samt Ralf Pittelkow (1985).

I anden del af TV-Avisen og seerne foretager Ole Prehn (1980) en analyse af TV-Avisens modtagelse blandt en udvalgt gruppe ufaglærte kvinder. Prehns formål er at undersøge "hvilken funktion nyhedsformidlingen har for det enkelte individ" (s. 91). Prehn vil overskride de begrænsninger han ser i Sveriges Radios medieforskning i forståelsesproblematikken (Findahl og Höijer). Heraf fremgår det godt nok at seerne hverken husker eller forstår ret meget af den daglige tv-avis, men der gøres intet forsøg på at forklare iagttagelsen ud fra nyhedsformidlingens endsige seernes sociale kontekst. Heroverfor foretager Prehn så sin egen empiriske analyse af modtagelsen af TV-avisen. Prehns metode er det løse interview, der kombineres med en funktions- og indholdsanalyse af TV-Avisen. Temaet for interviewene er erindringen om nyhederne: "hvilke indslag, der bedst huskedes og hvordan denne erindring blev formuleret" (s. 131). I forhold til interviewsituationen oplever kvinderne sig i en eksamenssituation, hvor det gælder om at svare rigtigt (s. 137). Prehn iagttager, at kvinderne vurderer informationer i TVA "med udgangspunkt i <deres> egen situation" (s. 136). Seersituationen som helhed er: "I virkeligheden forstår man ikke ret meget, og det hele er ret forvirrende" (s. 137). Prehns spørgsmål om TVA's brugsværdi besvares da også udflydende, indikerende at seeringen helt igennem er vanebestemt. Prehns spørgsmål er nye for interviewpersonerne, han spørger om noget man ikke har tænkt over før.

Prehn begrebsliggør ikke sin analyse. Derimod bruger han den som afsæt til en applikering af Leithäusers hverdagsbevidsthedsteori på modtagersituationen omkring TV-Avisen. Han bruger ikke disse teoretiske refleksioner i forhold til receptionsanalysen. Den teoretiske diskurs udfoldes frit, dog antydes der en sammenbinding af det teoretiske og det analytiske niveau. Forskningsstrategien var

imidlertid heller ikke at undersøge hverdagsbevidsthedens fortolkningspraksis i forhold til TVA's nyheder, men at finde brudfladerne i denne fortolkningspraksis: ansatserne til en kritisk bevidsthed. "Bruddene i den hermetisk lukkede bevidsthed ligger ret under overfladen, og interviewmetoden viser, hvordan man kan nå frem til begyndende formuleringer af de samfundsmæssige modsætninger. Heri ligger metodens perspektiv og forskningens ansvar" (s. 162).

Ralf Pittelkow arbejder i sin artikel "Seernes TV-Avis" (1985) med en teori om receptionens karakter. Pittelkows teori er at der hos seerne aktiveres et receptionsskema når der ses tv-nyheder. Dette skema er et komplekst psykisk mønster, der "omfatter bevidste såvel som ubevidste forestillinger, viden såvel som holdninger og følelser" (s. 74). Konkret viser skema-aktivering sig i modtager-situationen som en tema-organisering af nyhederne, hvor den vellykkede tema-organisering afhænger af såvel modtager- som afsenderforudsætninger.

Selvom Pittelkow hverken refererer til Leithäuser, eller andre for den sags skyld, som begrundelse for sin teori, så kan man se hans arbejde som liggende i lige forlængelse af Prehns ansats. Dog med det omvendte sigte. Pittelkows strategi er at bruge receptionsanalysen til at udvikle en forandringsrettet teori om nyhedsproduktion.

Pittelkow må placeres i den gruppe der har en klar hensigt med at lave receptionsstudier. Det er imidlertid svært at forholde sig til Pittelkows konkrete receptionsanalyse, idet analyseresultaterne fremlægges; men de dokumenteres ikke. Over for analysens stringens og prægnans, står derfor også det forhold at dens gyldighed ikke lader sig efterprøve.

Det samme kan man ikke sige om Klaus Bruhn Jensens bidrag. Han unddrager ikke læseren indblik. Klaus Bruhn Jensen har dels lavet en receptionsanalyse af brugen af amerikanske tv-nyheder, Making Sense of the News: Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication (1986b), dels en tilsvarende om brugen af TV-Avisen, Seernes TV-Avis (1987b).

Klaus Bruhn Jensens hovedbidrag til receptionsforskningen, er hans disputats Making Sense of the News (1986b). Hans kontekst er informationssamfundets fremvækst med dets overopbud af informations-tilbud. Klaus Bruhn Jensen ønsker, for at kunne handle politisk i forhold til den nye medieteknologi, at kende publikums behov for tv-nyheder og at undersøge hvad publikum får ud af at se tv-nyheder.

Klaus Bruhn Jensen definerer reception som publikums betydningsproduktion således som den opstår i interaktionen mellem publikum og program. Han betoner at denne betydningsproduktion ikke skal studeres som betydningsprodukter men som en proces hvori betydningen etableres.

Den faktiske receptionsanalyse gennemføres med to grupper universitetsansatte mænd, hver på 12 personer. Den ene består af universitetslærere, den anden af teknisk-administrative medarbejdere. Klaus Bruhn Jensen betoner selv at der er større ensartethed imellem de to grupper end forskelle. Det skyldes givetvis at de begge har en ensartet aldersmæssig spredning, og at de to grupper ikke klart adskiller sig fra hinanden med hensyn til uddannelses- og erhvervsmæssig baggrund.

Selvom Klaus Bruhn Jensen's bog indeholder den hidtil mest omfattende gennemgang af receptionsforskningens teoretiske kontekst og en særdeles veldokumenteret analysemodel, er der imidlertid en vis diskrepans mellem program og resultat. Klaus Bruhn Jensen forudsætter at forskeren laver en indholdsanalyse forud for interviewfasen. Alligevel indløser han ikke sit program om at studere betydningsproduktionen i selve receptionssituationen ved at se på receptionen af tv-udsendelsernes faktiske nyhedsindhold. Interviewene handler derimod overvejende om generelle vurderinger af formmæssige elementer i nyhedsprogrammerne. Specielt springer universitetslærernes distancerede forhold til deres egen nyhedsbrug i øjnene: de taler hellere om andre menneskers vaner end deres egne. Derfor bliver Klaus Bruhn Jensens konklusion da også møntet på interviewets form: "I videre forstand har analysen af de kvalitative interviews hjulpet frem mod en forståelse af receptionen som me-

ningsproduktionens proces: nyhedsopfattelserne udvikles gradvist under interviewene ad flere argumentationslinier, og de er åbenbart relativt labile" (Klaus Bruhn Jensen 1986b, s. 285). Ser man det i sammenhæng med de konkrete analyser, hvor grundlaget for denne konklusion fastlægges, er jeg skeptisk over for dens specifikke relevans. Det er træk ved dialogsituationen under interviewet der analyseres som receptionsforhold. Som det fremgår af andre receptionsanalyser (f.eks. Anne Hjort 1984), sker der imidlertid ofte under det åbne interview en erkendelsesproces hos den interviewede, og det er ikke et specielt træk ved nyhedssening at folks synspunkter er labile og først får færdig sproglig form i en samtale.

Det aspekt jeg har fremdraget ved Klaus Bruhn Jensens bog er ikke specielt, men et generelt udtryk for karakteren af Klaus Bruhn Jensens analyse. Dybdeinterviewene anvendes ikke, som det pretenderes, til en analyse af receptionen af nyhedsindholdet, men til en analyse af den sociale adfærd omkring nyhedsbrugen og af visse formelle træk ved nyhedsprogrammernes opbygning og æstetik.

Klaus Bruhn Jensen griber i Seernes TV-Avis (1987b) imidlertid fat i hvorledes seerne oplever indholdet i en nyhedsudsendelse. Han arbejder videre med sit hovedbegreb fra disputatsen: at receptionen er en betydningsproducerende proces, og formålet er at studere den mening der opstår i mødet mellem tv-avis og seer.

Metoden i bogen er en pragmatisk, tekstnær og tekstintern analyse af seernes reception af nyhedsindslagene ét for ét. Klaus Bruhn Jensen registrerer en række receptionsforhold: forståelsen hæmmes af informationsophobning eller af uklar eller mangelfuld information, nyhederne om- og viderefortolkes eller sammenkædes og sammenrodes. Derefter syntetiserer Klaus Bruhn Jensen delanalyserne i en række overgribende temaer: historierne holdning, relevans og form; receptionens supertemaer og fortolkningsfællesskaber.

Det kan diskuteres om det er den empiriske receptionsanalyseres grænser der er nået i denne bog, eller om det er problemerne ved den pragmatiske tilgangsvinkel der viser sig. Den konkrete recep-

tionssituation fremstår som et mikrokosmos, hvor man kun kan skimte det uden for liggende makrokosmos. Det skyldes at såvel nyhedernes som interviewpersonernes sociale kontekst ikke er med i analysen. Receptionsanalysen kan imidlertid ikke hvile i sit eget lukkede univers, således som det etableres af tv-programmet og seernes udsagn om det. Er der her nået en grænse, er det ikke en grænse for den empiriske receptionsanalyse, men den valgte metodes begrænsning. Jeg skal vende tilbage til hvorledes denne begrænsning kan overskrides. Samtidig med at jeg gør disse kritiske bemærkninger, må jeg dog også fremhæve soliditeten i analysen og de vanskeligheder der er forbundet med denne form for forskning. Det er ulig nemmere at bevæge sig på lette fjed på teoriens motorvej end at arbejde sig ad empiriens dunkle og til dels golde veje frem til erkendelsens top.

Reception af tv-serier

I de senere år er det helt overvejende tv-serier receptionsforskningen har koncentreret sin interesse om. Dallas har fanget den bredeste interesse, men også andre serier er blevet inddraget. Det er ikke så mærkeligt at Dallas har fanget receptionsforskernes opmærksomhed. Som det første skud på stammen af amerikanske primetime soaps, opnåede den en opsigtsvækkende verdensomspændende succes. Det har skabt en bestræbelse for at afdække fascinationen ved disse programmer, men også hvilke oplevelsesformer der er på spil hos seerne.

Niels-Aage Nielsen foretager i Seriesening i TV (1982) en receptionsanalyse af Dallas, og til dels Matador, på grundlag af interviews med 10 lønarbejdere uden højere uddannelse. Niels-Aage Nielsens hypotese er at tv's programflade og specielt tv-serier strukturerer folks tidsopfattelse, og at seerne endvidere skaber en oplevelsesmæssig forbindelse eller sammenhæng i tv-programmerne. Hans formodning er "at fascinationen ved repetitive og serielle programmer beror på, at den kronologiske tid som udfoldes gennem ugerytme, bliver "udmøntet" i en indre tidsoplevelse hos den enkelte seer" (s.6).

Undersøgelsen koncentrerer sig dog om seriegenren og er komponeret over en række temaer: seernes seriebegreb, ugerytms struktur, fantasi- og underholdningsaspektet, seriernes virkelighedspræg og deres lagring i seernes hukommelse. Der er naturligvis, fristes man næsten til at sige, også her et gab mellem det teoretiske oplæg og den faktiske analyse. Niels-Aage Nielsens bog er imidlertid central fordi han forsøger at overskride det erkendelsesmæssige univers som interviewpersonernes udsagn afstikker. Niels-Aage Nielsen bruger udsagnene fra interviewene som afsæt for en række velunderbyggede teoretiske diskussioner. Derved er han én af dem der helt har forstået hvad det vil sige at interviewudsagnene er en metatekst hvis fortolkning ikke hviler i sig selv, hvorfor man er nødt til at sammenfatte fortolkningen i en teoretisk syntese.

Anne Hjort har i sit speciale Når kvinder ser TV - om medieforskning og reception: Dallas og Krigsdøtre (1984) foretaget en sammenlignende receptionsanalyse af to tv-serier, den amerikanske føljetonserie Dallas og Krigsdøtre, den danske episodiske miniserie om en gruppe kvinders udvikling fra 1950'erne frem til i dag. Anne Hjort benytter til sine interviews dels et lukket spørgeskema, dels en interviewguide. Interviewguiden er struktureret ud fra den indholdsanalyse der forlods er udarbejdet. Dens udformning indikerer dog at interviewpersonerne ikke styres i bestemte retninger i deres svar.

Anne Hjort har valgt at arbejde med en kombination af gruppeinterviewet og det individuelle interview. Samtidig har hun sammensat sine interviewgrupper, så de er relativt homogene: tre kvindegrupper og to mandegrupper. En kvindegruppe består af højtuddannede, to af lavtuddannede. De to mandegrupper består af henholdsvis højtuddannede og lavtuddannede. Ved den valgte metode kompenserer Anne Hjort for det forhold at interviewpersonerne normalt ikke har en afklaret og velformuleret holdning til det de har set. Som hun skriver: "Gennem dialogen med andre kan den enkelte få klargjort sine egne holdninger. Der fremkommer tit mere provokerende synspunkter og derfor også på nogen punkter mere engageret og åben snak" (s. 233). Omvendt kunne man frygte at de dominerende personer i gruppen ville styre snakken så meget at de mindre velformu-

lerede eller afklarede druknede i den turbulente gruppesnak. Det er der imidlertid intet der tyder på. Tværtimod ser det ud som om kvindernes samtale er meget fri og åben. Mandesnakkerne er derimod mindre givende. Samtidig er de højtuddannede mænd så selvcamouflerende at gyldigheden af deres udsagn kan betvivles.

Anne Hjort arbejder, på samme måde som Niels-Aage Nielsen, med en tematisk analyse af interviewmaterialet. Det er endvidere slående, når man læser rapporten, hvor indlevet i interviewmaterialet analytikeren er. Hun finder at Dallas-seningen tilfredsstillende et behov for en her-og-nu oplevelse. Den tilfredsstillende behov for en "umiddelbar lysthengivelse", og den fascinerer tillige ved at den skaber en distance til seernes hverdagsliv, der nok virker mere kedeligt i sammenligning men også meget mindre problemfyldt. I sammenligning med interviewpersonernes oplevelse af Krigsdøtre, er receptionen af Dallas nok også noget distanceret. Anne Hjort karakteriserer med rette, ud fra receptionsanalysen, personerne i Dallas som skabeloner hvis "funktion er at være projektionsfigurer for seerens positive og negative følelser" (s. 323). Omvendt er personerne i Krigsdøtre "mennesker 'på godt og ondt' (...). De er derfor forståelige og genkendelige, de kan relateres til en selv, ens egne erfaringer på et mere umiddelbart, bevidst plan, hvor man er klar over, at det er det man gør" (Ibid.). Derfor fanger Krigsdøtre de kvindelige interviewpersoner på en helt anden måde end Dallas, fordi den umiddelbart tematiserer kvindernes erfaringer og elementer af deres livshistorie. Karakteristisk nok føler mændene heller ingen samklang med Krigsdøtre. Videre viser Anne Hjorts interviews at kvinderne nok ser meget tv, men kun fordi mændene ser tv, ikke fordi det interesserer dem selv. Derfor kan Anne Hjort med god ret benytte resultatet af sin receptionsanalyse i et kvindepolitisk projekt, nemlig at styrke kravet om mere kvindespecifik, vedkommende tv-dramatik i Danmarks Radio.

Det er helt i overensstemmelse med interviewudsagnene at det er seriernes personer der sættes i analysens centrum. Interviewpersonernes iagttagelser går hverken på det tematiske eller på fortællingen, men på personernes egenskaber og interaktionen imellem dem. Dette forhold er fælles for interviewpersonernes bearbejdning

af de to serier, og dermed er vi atter landet i modsætningen mellem receptions- og indholdsanalyse. Også hos Anne Hjort viser det sig at 'tekstens' betydningslag er så mangfoldig at det kun er en svag afglans der kommer til syne igennem afdækningen af seernes reception. Det skal Anne Hjorts analyse dog ikke klandres for, da hun ikke forsøger at overspille de muligheder der ligger i den valgte tilgangsvinkel til receptionsanalysen. Måske netop derfor er Anne Hjorts speciale den mest gennemførte empiriske receptionsanalyse til dato.

Man kan også lægge sin receptionsanalyse til rette så den kommer til at handle om at få afprøvet en foreliggende hypotese. Det forsøger Poul Erik Nielsen i bogen Mor er Major (1986b). Poul Erik Nielsen mener at serien var mislykket, fordi der var en indre modstrid mellem manuskriptets genrekrav og den faktiske realisation. Det er ikke et aspekt seerne er særligt opmærksomme på, men ved en intens målrettet interviewning lykkes det at få seerne til at tematisere problemet. Den anvendte interviewmetode adskiller sig fra de åbne interviews ved at den ikke lader seerne komme uhildet til orde med deres iagttagelser. Det er nødvendigt at forfølge nogle tolkningsspor meget præcist gennem målrettet udspørgning. Den måde hvorpå Poul Erik Nielsen anlægger nogle psykoanalytiske hypoteser om personerne i forbindelse med analysen af deres udsagn virker imidlertid ikke betryggende. Det problematiske er at hypoteserne kun er indirekte begrundede i udsagnene. Det er altid et irritationsmoment at der gøres antagelser om forhold i forbindelse med empiriske undersøgelser, når disse forhold kunne have været forsøgt belyst i forbindelse med undersøgelsen.

Kim Schrøder er i færd med at gennemføre det første tværnationale receptionsprojekt i Danmark, inspireret af Elihu Katz' Dallas-projekt. Kim Schrøder har valgt at arbejde med konkurrenten til Dallas, Dollars (Dynasty). Metoden er baseret på åbne interviews. I The Pleasure of Dynasty: The Weekly Reconstruction of Self-confidence (1986b) er resultatet af undersøgelsens danske del blevet fremlagt som det første. Kim Schrøder foretager en tematisk analyse af receptionsinterviewene ved hjælp af det binære begrebspar 'involvering' og 'distance'. Han finder at seerne oplever Dollars

helt forskelligt afhængig af om de befinder sig nærmest den ene eller den anden pol i deres sening af serien. Personer der er fascineret af serien, kan recipere den med forskellige grader af identifikation og indlevelse, mens personer der ser Dollars med stor distance, kan bruge serien til den ugentlige test af deres kulturelle dømmekraft, hvilket "fører til den ugentlige rekonstruktion af selvtillid" (s. 22). Det er Kim Schrøders hypotese at seerne pendler mellem de to poler under seningen, ja nogle befinder sig sågar i begge poler samtidigt. Derfor kan man også opleve at personer med stor distance til serien, benytter dens personer som para-sociale samtalepartnere. Men samtidig mener Kim Schrøder at denne pendling mellem polerne under seningen af Dollars, indeholder muligheden for at seerne kan opnå en kritisk erkendelse.

Også i Kim Schrøders analyse viser det sig at seerne kun forholder sig til seriens plot i forhold til fiktionspersonernes udvikling og interaktion. Kim Schrøder undrer sig over at seerne ikke reflekterer over den gennemgående følelse af eksistentiel meningsløshed i Dollars, og overvejer om det skyldes at seerne enten ikke får øje på dette aspekt, eller at de retter deres opmærksomhed mod intrigerne for at undgå at blive mindet om meningsløsheden. Kim Schrøder støder således også mod en skranke i sin receptionsanalyse, samtidig med at han er nødt til gribe til sin egen indholdsanalyse af serien for at bibringe receptionsanalysen et tilstrækkeligt vidtrækkende perspektiv.

Reception af børneradio og -tv

Ved udforskningen af børns mediereception, har metodevalg og problemstillinger i højere grad ligget lige for end ved andre seergrupperes reception. Observationsstudier og kvalitative interviews er helt nødvendige forudsætninger. Man kan diskutere hvornår receptionsanalyser af børns mediebrug blev påbegyndt i Danmark. Danmarks Radios medieforskning gennemførte allerede i 1974 en undersøgelse af børns udbytte af børne-tv. (Jfr. Børn og TV, Forskningsrapport nr. 12B/74 (Kbh.: Danmarks Radio, 1974)). Den byggede på deltagerobservation, kundskabs- og indlæringstest, men ingen

åbne interviews vedrørende medieoplevelsen. Den må karakteriseres som en forløber for receptionsforskningen.

Peter Harms Larsen har i sine uformelle tilbagemeldingsrapporter om småbørns-radio og -tv (1980a og b, 1982) foretaget en større analyse af et barns brug af børneradio og -tv. Analysen er speciel, observanten er hans egen datter, og der er helt overvejende tale om et observationsforløb. Der gøres ikke forsøg på at foretage en egentlig afdækning af medieoplevelsen. Peter Harms Larsen analyserer pigens udsagn og adfærd i kigge- eller lyttesituationen under en kommunikationsteoretisk og sprogbrugsanalytisk synsvinkel. Harms Larsens ærinde er at forbedre producenternes kommunikationsevne ved at lære dem at kommunikere målgruppesolidarisk. Harms Larsens analyse rejser et uomgængeligt problem, resultatet hviler på at pigens adfærd og behov er rimelig typisk. Endvidere vurderer han at det der kommunikerer godt også er godt, velsagtens fordi han må gøre den implicitte forudsætning at producenterne har lutter gode og rigtige intentioner. Det er spørgsmålet om man i vor kommercialiserede mediefremtid kan tillade sig at nære den tillid til alle.

Else Fabricius Jensen og Birgitte Tufte har i "Om kvalitativ empirisk receptionsforskning: Eksemplificeret ved en undersøgelse af børns brug og oplevelse af video" (1984) redegjort for et stort anlagt projekt om børns videobrug, der dog på grund af ydre omstændigheder kun blev til et forprojekt. Else Fabricius Jensen og Birgitte Tufte har undersøgt filmoplevelsen hos 10-11-årige børn. De anvender udover interviews, også børnenes stile og tegninger i deres analyse. Forfatterernes analyse retter sig dog mindre mod oplevelsesdimensionen i børnenes videobrug, men mere mod at sammenbinde informationer om børns medieforbrug og fritidsadfærd med socialpsykologiske forklaringsmodeller.

Den første genuine receptionsanalyse af børns medieforbrug er Else Fabricius Jensens 'Gud, giv mig lige en træk-op-bil!' (1986). Else Fabricius Jensen undersøger oplevelsen af seks børne-radioprogrammer blandt fire grupper af større børnehavebørn, tre grupper i København og én i Lemvig. Harms Larsen (1980a) har beskrevet proble-

mer med at kommunikere til børn i denne alder gennem radioen. Man kan derfor befrygte de vanskeligheder der ligger i et sådant projekt hvor lyttesituationen er iscenesat for børnene. Else Fabricius Jensen fører imidlertid en metodisk diskussion af hvilken sandhedsværdi man kan tillægge børnenes udsagn, og hun har således garderet sig mod dette problem. Rapporten er stramt disponeret omkring de seks udsendelser. Receptionen af hver udsendelse gennemgås i form af et referat af udsendelsen, af observationen under afspilningen og af analysen af det efterfølgende interview. De rejste problemer i forhold til udsendelserne er langt hen fælles med Harms Larsens. At der anvendes flere børn i undersøgelsen, gør den dog langt mere nuanceret. Rapporten giver som helhed et fascinerende indblik i børns mangfoldige og utroligt kreative reception af børne-radio.

Receptionsanalysens teori og metode

Som det er fremgået udspringer receptionsforskningen i Danmark af den humanistiske medieforskningstradition, og det er næsten uden undtagelse humanister der arbejder med receptionsforskning. Det betyder at den (ideologikritiske) indholdsanalyse er disse forskeres baggrund. Det er imidlertid blevet hævdet at indholdsanalysen er om ikke blevet overflødiggjort af receptionsanalysen så dog blevet underordnet denne. Det er en radikal udfordring mod indholds- og programanalysen, og man må stille spørgsmålet: Er program- eller indholdsanalysen blevet overflødig? Kan man lave receptionsanalyse uden en indholdsanalyse?

Ambitionen i receptionsforskningen er at udbygge den humanistiske medieforskning med elementer fra den sociologiske (det kvalitative forskningsinterview). Berøringen med den samfundsvidenskabelige metodik skaber imidlertid problemer for forskeren med en humanistisk uddannelse for der følger mere med end blot det åbne interview. Forholdet mellem kvalitativ og kvantitativ metodik er således et grundliggende tema i receptionsforskningen, og et reelt problem i megen af den. Hvordan begrunder man den kvalitative me-

todes overlegenhed, og kan man bare sådan uden videre skrotte den kvantitative?

Forholdet mellem indholdsanalyse og receptionsanalyse

Den mest radikale formulering af forholdet mellem indholdsanalyse og receptionsanalyse er givet af Kim Schrøder i "Et måleinstruments anvendelighed: Om 'den ideologiske seismograf' (1984), der siger: "For en social engageret medieforskning er spørgsmålet <om indholdsanalysens mulighed for at afdække betydningsproduktionen i modtagerprocessen> irrelevant: En tv-udsendelses 'indhold' er i sig selv ligegyldigt, det interessante og væsentlige er, hvordan seerne oplever indholdet, for heraf afhænger udsendelsens funktioner i samfundslivet" (s. 30). Kim Schrøder afskriver ikke blot indholdsanalysen som substitut for modtageranalyse, han frakender den en selvstændig værdi. Indholdsanalysen tilkendes en 'post-empirisk' status som hjælpedisciplin for modtagerforskningen, hvor den skal forklare de "faktisk forekommende seer-oplevelser og -tolkninger, som modtagerforskningen finder frem til" (s. 30), ligesom den kan optræde som "pragmatisk begrundet erstatning for modtagerforskning" (s.31), dvs. den kan finde en "vifte af potentielle betydninger" (ibid.) i stedet for afrundede tolkninger, og den kan på længere sigt generalisere ud fra allerede indhentede erfaringer fra modtagerforskningen.

Man kan i reaktionen på dette synspunkt vælge at være lige så forsigtig som Tove Rasmussen: "At programanalysen kan have noget at sige om det receptions-mæssige ... er nok en vanskelig pointe at føre i marken for øjeblikket" (Meningens magt - i receptionsanalysen, 1987, s. 3). Det er imidlertid en central pointe: Igennem indholdsanalysen kan man afdække nogle ideologiske påvirkningsmuligheder som man ikke kunne bringe på bane hvis man udelukkende var henvist til den empiriske receptionsanalyse, i hvert fald ikke at dømme efter de hidtil fremlagte resultater. Man kan imidlertid ikke slutte fra indholdsanalysen til den faktiske reception.

Det er et gennemgående tema i den danske receptionsforskning at der er et behov for en empirisk udforskning af modtagernes oplevelse af medieprodukterne, fordi man helt generelt savner en sådan viden. Fundamentet for den kritiske teoris hypoteser, specielt Horkheimer og Adornos arbejder, er snart 50 år gamle, og er udviklet i USA under andre sociale betingelser end i dag. Endvidere har erfaringerne med den ideologikritiske analyse været at det har været svært at skelne mellem teori og empiri, dvs. teorien har styret analytikerens opfattelse af empiriens beskaffenhed, og er trådt i stedet for empirien. Som modvægt mod denne selvstændiggørelse af de receptionsteoretiske elementer i ideologikritikken, er den empiriske receptionsanalyse en nødvendig fornyelse.

Men hvilken status skal receptionsanalysen have i det samlede billede. Man kan vælge at kaste sig over den empiriske receptionsanalyse som en primær aktivitet. Det rejser alle den empiriske forsknings problemer: resultaternes partikularistiske karakter og faren for en common-sense-agtig omgang med empirien. Lennard Højbjerg peger i "Receptionsanalysens problemstillinger" (1987, s.19) på faren for at udvikle en relativistisk receptionsæstetik, hvis der ikke skelnes mellem gyldige og ugyldige receptioner af medieproduktet. En anden model er da at bearbejde de empiriske interviews ud fra en forudgående indholdsanalyse. Det er den mest anvendte metode. Udsagnene forholdes til tematikker der er fremanalyseret gennem indholdsanalysen. Nogle arbejder eksplorativt, dvs. de interviewer åbent, de søger ikke bekræftelse eller forkastelse af en hypotese igennem interviewet, men søger at afdække seerens mening så loyalt som muligt. Andre arbejder mere hypotesetestende. Hvis man arbejder eksplorativt, opfatter man interviewet som en tekst der først efterfølgende kan etableres en fortolkningsmodel for. Arbejder man hypotesetestende har man etableret en fortolkningsmodel forud for analysen. Spørgsmålet er imidlertid om der ikke kun er én model til stede. Er indholdsanalysens status i forhold til receptionsanalysen ikke en hypotese som man tester gennem interviewene? Det tror jeg, og jeg mener tillige at de fleste analyser undlader at forholde sig til denne problemstilling. Mest konkret viser det sig ved at man ikke diskuterer hvorfor udsagnene i de empiriske interviews afviger så radikalt fra analytikerens egen

indholdsanalyse. Man refererer loyalt seernes egen forståelse, men stopper i spændingsfeltet mellem indholdsanalysen og receptionsanalysen, dér hvor indgangen til en analyse af bevidsthedsdannelsen kunne ligge. Den nuværende begrænsning for den empiriske receptionsanalyse ligger, såvidt jeg kan se, i det eksplorative interviews begrænsninger. Hvis man vil videre med receptionsanalysen, må man turde overskride de rammer interviewpersonerne selv sætter for hvad de kan formulere om deres reception.

Man kan rejse en anden metodisk problemstilling i forhold til den empiriske receptionsforskning, nemlig spørgsmålet om analysens objektivitet. Sidder forskeren ikke bare og strikker sin egen personlige opfattelse sammen som en objektiv fortolkning af interviewmaterialet. Man er her nødt til at nære tiltro til forskerens oprigtige intentioner, man er nødt til at tro på at forskeren ikke fremdrager ét citat fra interviewene og skjuler andre der modsiger den valgte tolkning. Det er der intet odiøst i, selvom det umiddelbart vil genere en humanist der er vant til at man er fælles om analysematerialet, teksten, således at man kan forholde sig til den subjektivitet der er uomgængelig i indholdsanalysen. Derfor ser man også adskillige steder at de udskrevne interviews gøres tilgængelige som dokumentationsmateriale. Subjektivitet er et vilkår, både i indholds- og receptionsanalyse. Men ikke kun her, for kvantitavisten med de store datamængder må også vælge ud og sammensætte data for at kunne præsentere sine resultater. Man løser subjektivitetsproblemet ved at den anvendte metode formuleres eksplicit. Endvidere må det være et krav til interviewerens konsistensen af de fremførte udsagn efterprøves under interviewet, således at det udelukkes at interviewpersonernes svar blot bliver et ekko af de spørgsmål der stilles. Endelig må man forudsætte at analytikeren ikke tager et udsagn til indtægt for en fortolkning uden at have sikret sig at der ikke er andre udsagn der modsiger de udvalgte svar.

Forholdet mellem kvalitativ og kvantitativ metodik

Fælles for alle receptionsanalyser, uanset emne og teoretiske positioner, er den anvendte metode: Man anvender det kvalitative

forskningsinterview. I forhold til sædvane inden for denne tradition endda med forholdsvis store personudvalg. Dybdeinterviews med mere end 20 personer er en særdeles krævende opgave. Alligevel opererer de fleste undersøgelsesdesigns med større personudvalg, samtidig med at der kun er en enkelt person til at udføre arbejdet. Anvendelsen af store udvalg tyder på en vis usikkerhed over for betydningen af udvalgets størrelse. Ganske karakteristisk indledes de fleste rapporter da også med en indgangsbøn om forskellen på kvalitative og kvantitative undersøgelser.

Klaus Bruhn Jensen (1986b) støtter sig primært til kritisk amerikansk medieforskning, når han peger på de kvalitative analysers kvaliteter: "kontekstbundne analysekategorier, dybdegående analyser og intuitiv gyldighed" (s. 71), og tilsvarende fremdrager den kvantitative metodes reduktionistiske karakter. Klaus Bruhn Jensen har ret i at man igennem det kvalitative interview kan opnå ny viden om receptionsprocessens karakter, mens den kvantitative undersøgelse ikke kan fortælle noget nyt, men kun sætte en størrelsesorden på den kendte viden eller opspore sammenhænge mellem kendte videnselementer. Kendskab til sådanne sammenhænge kan dog i sig selv føre til en udvidet erkendelse. Mere afgørende er det imidlertid at Klaus Bruhn Jensen overser den helt afgørende forskel mellem kvalitative og kvantitative metoder, nemlig spørgsmålet om undersøgelsesresultaternes repræsentativitet. Repræsentativitetskriteriet er interessant, hvis man vil generalisere sin undersøgelse. Den afgørende fare ved den empiriske receptionsanalyse er at det ligger snublende nær at generalisere resultaterne uden at overveje om de er repræsentative.

Jeg kan få øje på to typer af generalisationsmuligheder, når vi taler om empiriske receptionsanalyser. Kvalitative undersøgelser kan i form af case-studies bruges til at finde rimelige forklaringer på nogle ændrede forhold man har iagttaget gennem simple statistiske undersøgelser (f.eks. Danmarks Radios 'næsetællinger').

Man kan imidlertid også bruge receptionsanalysen til at udvikle hypoteser om almene receptionsforhold, som man teoretisk kan diskutere holdbarheden af. Denne metode vil langt hen være farbar,

da seerne jo er samfundsmæssige individer. Man kan imidlertid også prøve at teste holdbarheden af sine hypoteser empirisk. Det sidste aspekt har Kim Schrøder (1986a og c, 1987) behandlet flere steder, idet han har peget på nødvendigheden af en sammenbinding af den kvalitative og den kvantitative tilgang. Det er dog ikke hidtil lykkedes nogen at demonstrere en praktisk løsning på problemet.

Reception og bevidsthedsdannelse

Receptionsforskningen er som omtalt kendetegnet ved dens empiriske karakter, og som det er nævnt har der været en tendens til at selvstændiggøre den empiriske analyse af modtageroplevelsen, ud fra en langt hen rimelig frygt for at komme til at gøre vold på modtagernes medieoplevelse, når den stilles over for medieforskerens subtile indholdsanalyse. Enkelte har dog budt denne opfattelse trods.

Allan Nørgaard Andersen og Poul Erik Nielsen har i "Sensationspressens læsere - læsernes sensationspresse" (1982) baseret deres receptionsanalyse på Alfred Lorenzers socialisationsteori. De indfører en mellemregning i forhold til de øvrige receptionsforskere, der blot ser på forholdet individ - medie, idet de definerer receptionen som "en dialektisk proces mellem den individuelle læser betragtet som samfundsskabt individ og det konkrete samfundsskabte produkt" (s. 80, min understregning). Endvidere anlægger de den radikale betragtning at "receptionen ikke umiddelbart fremtræder i en form, der gør den tilgængelig for en analyse, da det jo drejer sig om de perceptiv, kognitive og emotionelle processer, der udspiller sig i hovedet og kroppen på læseren ved mødet med mediet" (s. 81), og fortsætter de: "Principielt må denne reception siges kun at være tilgængelig ved hjælp af en gennemført psykoanalyse af den enkelte læser, noget der selvsagt ikke i praksis er nogen farbar vej for medieforskningen" (ibid.). Det følger af Lorenzers socialisationsteori at konfliktfyldte indtryk og oplevelser bearbejdes bevidsthedsmæssigt på det førsproglige plan (som klichéreaktioner), og forfatterne antager derfor at det er årsagen til "at læserne ofte har omfattende vanskeligheder med overhovedet at re-

degøre for, hvad der motiverer deres interesse for og reaktion på avisernes indhold" (s. 83). Forfatterne søger derfor at "komme ned under overfladen af læsernes bevidsthed om deres egen læsning" (s. 85). Med dette udgangspunkt kan forfatterne derfor ikke være loyale over for personerne de interviewer, tværtimod: "Vi forsøgte at få interviewofferet til at plumpe i og indirekte afsløre forhold, som han eller hun ikke ville eller kunne have udtalt direkte" (ibid.). Poul Erik Nielsen har i "Voldsstof - en delikatesse" (1986a) senere peget på at også Thomas Leithäusers hverdagsbevidsthedsteori kunne inddrages i hans projekt. Lennard Højbjerg (1987) peger endvidere på Günther Saljes receptionsteoretiske refleksioner (byggende på Lorenzers socialisationsteori), og Christian Metz' filmsemiologiske teori (bygger på Lacan's subjektteori). Det er alt sammen mulige frugtbare perspektiver for receptionsanalysen, og der er ingen tvivl om at forfatterne er inde på en farbar vej i receptionsforskningen, omend den er vanskeligt fremkommelig, hvilket også fremgår af at der endnu ikke er publiceret empiriske forskningsresultater der har indløst programmet bedre end Andersen og Nielsens artikel fra 1982.

Brugen af psykoanalytelignende interviewteknikker rejser imidlertid nogle forskningsetiske problemstillinger, for hvor tæt på kan man gå i denne proces, hvor det trods alt handler om at folk frivilligt stiller sig til rådighed for eksperimentet. Et synspunkt er at formulere et krav om solidaritet med interviewpersonerne, så de i princippet skal inddrages så langt at de accepterer tolkningen af deres udsagn. Denne begrænsning forhindrer imidlertid at man kan diskutere reception som bevidsthedsdannelse på et niveau der ikke er ekvivalent med seernes egen bevidsthed om den. Derfor må receptionsanalysen i sidste ende befinde sig på et metaplan i forhold til interviewsituationen. Grænsen for receptionsforskerens indgriben i interviewpersonens integritet, må dog gå der hvor det ikke længere er receptionen af medieprodukter man undersøger, men derimod interviewpersonens individualitet.

Bibliografi over dansk receptionsforskning

- Andersen, Allan Nørgård og Poul Erik Nielsen (1982). "Sensationspressens læsere - læsernes sensationspresse" Massekultur & Medier 5, ss. 78-105.
- Bang, Jørgen (1987). Seerne og tv-båndværkstedet: En opsamling på nogle erfaringer fra 2 seermøder i foråret 1987, Paper til VIII Nordiske konferensen for masskommunikationsforskning i Helsinki, 10.-12. august 1987. Aarhus: Aarhus Universitet.
- Hjort, Anne (1984). Når kvinder ser TV - om medieforskning og reception: Dallas og Krigsdøtre, AIL 140. Speciale. Kbh.: Institut for litteraturvidenskab, Kbh. Univ.
- Hjort, Anne (1985). "Kvinderne og Dallas" Analyser af TV, red. R. Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 35-63.
- Hjort, Anne (1986). "Om at interviewe kvalitativt: Kvalitative interviewmetoder og deres konsekvenser for bearbejdelsen af materialet" Det ukendte publikum red. Else Fabricius Jensen og Ralf Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 99-110.
- Højbjerg, Lennard (1987). "Receptionsanalysens problemstillinger" Tryllelygten 3, ss. 5-34.
- Jensen, Else Fabricius (1986). 'Gud, giv mig lige en træk-op-bil!': en kvalitativ undersøgelse af seks småbørnsudsendelser i Danmarks Radio, Forskningsrapport nr. 5B/86. Kbh.: Danmarks Radio.
- Jensen, Else Fabricius og Birgitte Tufte (1984). "Om kvalitativ empirisk receptionsforskning: Eksemplificeret ved en undersøgelse af børns brug og oplevelse af video" Massekultur & Medier 10, ss. 8-40.
- Jensen, Klaus Bruhn (1984). "Brug og oplevelse af TV-nyheder: Bidrag til en empirisk receptionsmodel" Massekultur & Medier 12, ss. 36-55.
- Jensen, Klaus Bruhn (1986a). "Receptionsanalyse og sprogvidenskab" Det ukendte publikum red. Else Fabricius Jensen og Ralf Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 47-59.
- Jensen, Klaus Bruhn (1986b). Making Sense of the News: Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication. Diss. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jensen, Klaus Bruhn (1987a). "Qualitative Audience Research: Towards an Integrative Approach to Reception" Critical Studies in Mass Communication 4, ss. 21-36.
- Jensen, Klaus Bruhn (1987b). Seernes TV-Avis, Forskningsrapport Nr. 2b/87. Kbh.: Danmarks Radio.

- Larsen, Peter Harms (1980a). Fem uformelle tilbagemeldingsrapporter om småbørns-radio og -TV i september måned 1979, Rapport. Roskilde Universitetscenter: Institut for uddannelsesforskning, medieforskning og videnskabsteori.
- Larsen, Peter Harms (1980b). Sjette og syvende uformelle tilbagemeldingsrapport om småbørns-TV 21.4.80 - 4.5.80, Rapport. Roskilde Universitetscenter: Institut for uddannelsesforskning, medieforskning og videnskabsteori.
- Larsen, Peter Harms (1982). "Kunsten at kommunikere til børn gennem radio og tv?" Massekultur & Medier 4, ss. 47-63.
- Linné, Olga og Kjeld Veirup (1974). Radioproducere møder et publikum: En redegørelse for et uddannelses- og forskningseksperiment. Danmarks Radio: Personalekursus.
- Linné, Olga og Kalle Marosi (1976). At opleve og forstå fjernsyn: En studie omkring en dokumentarfilm, Forskningsrapport nr. 4b/76. Kbh.: Danmarks Radio.
- Nielsen, Niels-Aage (1982). Seriesening i TV: Når tiden er gået hurtigt, er den gået godt, Forskningsrapport nr. 4B/82. Kbh.: Danmarks Radio.
- Nielsen, Niels-Aage (1984). "Nogle problemer i empiriske TV-receptionsundersøgelser" Massekultur & Medier 12, ss. 56-69.
- Nielsen, Niels-Aage (1986). "Spillerum i TV-receptionen" Det ukendte publikum red. Else Fabricius Jensen og Ralf Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 40-46.
- Nielsen, Poul Erik (1986a) "Voldsstof - en delikatesse: En undersøgelse af hvorledes ubevidste processer kan inddrages i en afdekning af receptionen af voldsstof i sensationspressen" Det ukendte publikum red. Else Fabricius Jensen og Ralf Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 86-98.
- Nielsen, Poul Erik (1986b). Mor er Major: En undersøgelse af seriens modtagelse, Forskningsrapport nr. 6B/86. Kbh.: Danmarks Radio.
- Pittelkow, Ralf (1985). "Seernes TV-avis" Analyser af TV, red. R. Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 65-100.
- Pittelkow, Ralf (1986a). "Mediernes sprog - modtagernes virkelighed" Det ukendte publikum red. Else Fabricius Jensen og Ralf Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 60-73.
- Prehn, Ole (1980). TV-Avisen og seerne, Serie om massekommunikation nr. 1. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Rasmussen, Tove (1987). Meningens magt - i receptionsanalysen, Paper til VIII nordiske konference for massekommunikationsforskning, Helsinki d. 10.-12. aug. 1987. Aalborg: AUC.

- Rasmussen, Tove (1988). "Fiktion og reception i det interpersonelle rum" under udgivelse i Kultur, identitet og Kommunikation. Aalborg: Aalborg Universitetscenter.
- Schrøder, Kim (1984). "Et måleinstrumentets anvendelighed: Om 'den ideologiske seismograf'" Massekultur & Medier 12, ss. 8-35.
- Schrøder, Kim Christian (1986a). Audience Research: Dominant and Oppositional Paradigms: Convergence of Antagonistic Traditions, Kultur og Samfund 1/86. Roskilde: Roskilde Universitetscenter (I kommission hos Akademisk Forlag).
- Schrøder, Kim Christian (1986b). The Pleasure of Dynasty: The Weekly Reconstruction of Self-confidence, Paper presented to the International Television Studies Conference 1986. Under udgivelse i Phillip Drummond & Richard Paterson (red.), Television and its Audience: International Research Perspectives. London: British Film Institute, 1988.
- Schrøder, Kim Christian (1986c). "De hellige køers krise: Nye tendenser i medieforskningen" Det ukendte publikum red. Else Fabricius Jensen og Ralf Pittelkow. Kbh.: Medusa, ss. 14-27.
- Schrøder, Kim Christian (1987). "Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research" European Journal of Communication 2, ss. 7-31.