

Receptionsanalyse som forskningsparadigme i Danmark

Stine Liv Johansen¹  & Kim Schrøder² 

1. Stine Liv Johansen er lektor i børns medier ved Aarhus Universitet. Hun beskæftiger sig med børns digitale hverdagsliv gennem etnografiske studier af, hvordan børn og unge skaber mening i og med digitale medier. Hendes aktuelle forskning fokuserer på digitale medier i relation til børn og unge i sårbare og udsatte positioner.
2. Kim Schrøder er professor i kommunikation på Roskilde Universitet med speciale i mediebrug. Han har som receptionsforsker undersøgt brugernes oplevelse af forskellige medietyper, senest kortlagt brugen af nyhedsmedier gennem kvalitative analyser af nyhedsrepertoirer og årlige surveys af danskernes nyhedsbrugsmønstre.

Indledning

Med en historisk forenkling, der alligevel ikke er helt misvisende, kan man sige, at den moderne receptionsanalyse grundlægges teoretisk med Stuart Halls banebrydende artikel om indkodning og afkodning af mediebudskaber (Hall, 1973). Der fandtes væsentlige forløbere i både tidlig amerikansk publikumsforskning og litteraturteori, men Halls model blev det afgørende referencepunkt og hans enkle teoretiske begrebsramme blev startskuddet til en ny form for tv-brugerforskning, der med David Morleys (1980) empiriske undersøgelser satte fokus på den semiotiske 'afkodning' af medietekster. Det skete i første omgang ud fra en marxistisk interesse for, hvordan massemedierne bidrog til at naturaliggøre den kapitalistiske samfundsorden, selv om mediebrugerne ikke bare slugte den ideologiske indoktrinering råt. Hall pegede derimod på, at modtagere kan indtage dominerende, forhandlende eller oppositionelle læsepositioner.

Paradigmet definerede sig i opposition til både effektforskning, uses-and-gratifications-traditionen og tekstcentreret ideologikritik. Især i det europæiske og nordiske forskningslandskab tog receptions forskningsparadigmet afstand fra den tekstbaserede, ideologikritiske indholdsanalyse, hvis udøvere mente, at man ved at næranalysere medieindholdets narrative og ideologiske strukturer kunne slutte sig til, hvordan det påvirkede modtagerne.

I denne artikel forsøger vi – med særlig vægt på publikationer i *MedieKultur* og forløberen *Massekultur & Medier* – at tegne et kort signalement af receptions forskning som forskningsparadigme i Danmark, med den receptions- og brugsforskning, der er rettet imod børn og unge, som et væsentligt fokuspunkt. Vi kan ikke levere en udtømmende kronologisk fortælling, eller yde fuld retfærdighed til alle de forskere, der har bidraget til at give receptions forskningen den status, som den har i dag. Vi håber trods disse begrænsninger, at vores nedslag i vigtige perioder og på centrale temaer kan give et nogenlunde retvisende billede af dansk receptions forskning siden starten af 1980'erne.

1980'erne

I Danmark voksede receptions forskningen frem i starten af 1980'erne med en række pionerarbejder, f.eks. i regi af Danmarks Radios medieforskning. Her kan nævnes for eksempel Olga Linné & Kalle Marosis (1981) nye perspektiver på børn som mediebrugere og Niels Aage Nielsens (1982) analyse af seriesening i TV, men også i banebrydende analyser som Allan Nørgård Andersen og Poul Erik Nielsens (1982) receptionsanalyse af "læsernes sensationspresse" og Else Jensen og Birgitte Tuftes (1984) kvalitative empiriske analyser af børns brug og oplevelse af video. De gennemførte på et spinkelt teoretisk grundlag og stort set uden reference til international forskning et opgør med den forestilling, at medieindholdet determinerer oplevelsen og viste at medieindhold kan opleves forskelligt af forskellige individer ud fra deres vidt forskellige baggrunde (køn, klasse, alder, geografi,

osv.). "Fastholdelsen af flertydigheden i receptionen" (Andersen & Nielsen, 1982, p. 101) er således fra starten et hovedbudskab.

Man kan måske sige, at 1984 var året, hvor receptionsforskningen placerede sig mere solidt – som et nyt paradigme med internationale rødder – i dansk medieforskning. Det skete i et temanummer af *Massekultur og Medier* dels gennem Kim Schrøders (1984) detaljerede opgør med Peter Larsens (1984) og Morten Giersings (1982) ideologikritiske indholdsanalyser af amerikansk seriefiktion, dels gennem Klaus Bruhn Jensens præsentation af en teoretisk model for reception som genstandsfelt som "udforskning af de oplevelser, bevidsthedsformer og behov, der indgår i modtagelsen og forarbejdelsen af (...) medieprodukter" (Jensen 1984, p. 37). Der var konsensus blandt de danske forskere om, at receptionsanalysen skulle gå hånd i hånd med analyse af medieindholdet, men Jensen og Schrøder stod alene med det synspunkt, at "facitlisten ligger i receptionen" (Jensen, 1984, p. 48). Se også Carsten Hansens (1988) kritiske diskussion af 1980'ernes receptionsforskning.

Det var især to mediegenrer, der havde receptionsforskningens bevågenhed i de tidlige år: Klaus Bruhn Jensen (1986) analyserede amerikanske seeres brug og oplevelse af TV-nyheder, mens Anne Hjort (1985) og Kim Schrøder (1988a) satte fokus på amerikanske soap-operaer.

Nye forskningsparadigmer må ofte sande, at de forskere, der bærer dem, ikke bare klappes frem under udelt bifald (Kuhn, 1962; Gitlin, 1978). Således også med receptionsforskningen i Danmark, hvor der gennem nogle år udspillede sig en til tider ophedet fejde mellem det dominerende paradigme: ideologikritisk indholdsanalyse med baggrund i Frankfurterskolen, repræsenteret ved Ib Bondebjerg (1988), og det opkommende paradigme: den empiriske receptionsanalyse, repræsenteret ved Kim Schrøder (1988b) (se Erik Svendsens analyse af fejden i Lauridsen & Svendsen, 2018). Fejden udspillede sig også i den offentlige kulturdebat, f.eks. i *Dagbladet Information*, hvor forfatteren Hans Jørgen Nielsen, en af tidens kulturkritiske guruer, under overskriften "Oh Schrøder" hudflettede den unge "såkaldte medieforsker", der "ud af lutter populistisk befippelse styrer efter sin lille vox pop" og mente, at man kunne skabe valid viden om amerikanske soap-operaers rolle i samfundet bare ved at spørge seerne (*Information* 22/12/1986).

Slut-80'erne og 1990'erne

Monopolbruddet i slutningen af 1980'erne ændrede mediebrugens hverdagslige betingelser og gjorde hjemmet til et centralt receptionslaboratorium. I forskningen fra perioden ses en styrket interesse for unges egne erfaringer og praksisser. Anne Jerslev (1989) viser f.eks., hvordan unges film- og tv-reception må forstås som en social praksis, hvor mening produceres i samspil mellem jævnaldrende (se også Povlsen, 1999). Medieoplevelsen fremstår dermed ikke blot som individuel fortolkning, men som situeret i konkrete sociale sammenhænge. Samtidig udfordrer Jerslev forestillingen om sening som passiv aktivitet ved at betone receptionens aktive og betydningsskabende karakter.

Jerslevs analyse kan læses i forlængelse af Kirsten Drottners (1989) undersøgelse af den moralske debat om unges medier. Drotner retter her opmærksomheden mod de kulturelle mønstre, der strukturerer tilbagevendende bekymringer om medier og ungdom. Hun viser, hvordan sådanne diskurser tenderer til at fremstille nye medier som problematiske og unge som særligt sårbare, hvilket både forenkler forståelsen af mediebrug og snævrer forskningsspørgsmålene ind. I stedet argumenterer hun for, at medieforskningen må analysere mediebrug som kulturel praksis i konkrete sociale sammenhænge. Selvom betegnelsen "mediepanik" endnu ikke anvendes, identificerer Drotner netop de moralske bekymringsmønstre, som senere indfanges af dette begreb.

I 1990'erne blev metodiske spændinger mellem receptionsanalyse og medieetnografi eksplicit tematiseret i *MedieKultur* (1993), hvor Drotner positionerede medieetnografien som alternativ, mens Schrøder advarede mod, at medierne som analytisk objekt kunne forsvinde.

Et centralt eksempel på periodens metodiske orientering findes hos Hanne Løngreen og Birgitte Holm Sørensen (1993), der analyserede familiers tv-brug i kølvandet på monopolbruddet. Studiet er væsentligt, fordi det tydeligt positionerer sig inden for medieetnografien og dermed forskyder opmærksomheden fra tekst og fortolkning til mediebrugens situerede karakter i hverdagslivet. Med inspiration fra James Lull (1980) undersøgte Løngreen og Holm Sørensen tv'ets rolle som en integreret del af familiens sociale organisering, hvor betydning ikke forstås som isoleret reception, men som indlejret i rutiner, relationer og samspil mellem familiemedlemmer.

Årtusindskiftet og frem: Nye medier og nye metoder

Mod slutningen af 1990'erne begyndte de teknologiske forandringer igen at ændre karakter. I *MedieKultur* nr. 31 (2000) rettedes opmærksomheden i stigende grad mod nye medier og nye hverdagsformer. Birgitte Holm Sørensen og Birgitte Ravn Olesen (2000) fremhævede medier som ressourcer for børn i relation til identitet, kommunikation og læring og insisterede på medieetnografiens betydning for at kunne indfange denne kompleksitet. I et *Mediekultur*-sænummer om børn og unges mediebrug samme år adresserede Gitte Stald (2000) i sin artikel om "telefonitis" overgangen til en IT-tidsalder, hvor personlig kommunikationsteknologi blev en integreret del af unges sociale liv, og Kirsten Drotner (2000) rejste spørgsmålet om forholdet mellem bred mediebrug og udviklingen af mediekompetencer.

Parallelt hermed udfordredes forestillingen om "unge" som en homogen kategori. Med inddragelsen af unge i risikogrupper – eksempelvis unge uden for uddannelse og arbejde – insisterede Per Schultz Jørgensen (2000) på at forstå mediebrug i lyset af sociale uligheder og marginalisering. Dermed pegede forskningen omkring årtusindskiftet både på nye differentieringer i målgrupper og på behovet for at nuancere de kompetence- og ressourcebegreber, som ellers havde vundet indpas.

Metodespørgsmålet får en særlig skærpet form i studier af helt små børn, hvor centrale receptionsmetoder som interview og selvrapportering kun har begrænset anvendelighed. Stine Liv Johansen (2008) pegede netop på denne udfordring i sin analyse af små børns mediebrug. Da børnene endnu ikke besidder de sproglige og reflektive kompetencer, som interviewmetoden forudsætter, bliver observation ikke blot et supplement, men en metodisk nødvendighed. Gennem systematiske observationsstudier viste Johansen, hvordan mediebrug i denne aldersgruppe ikke meningsfuldt kan forstås som fortolkning eller verbaliserbar erfaring, men må begribes som en kropslig og situeret praksis. Mediebrug fremtræder således som bevægelse, rytme, affektive reaktioner og sanselig orientering snarere end som eksplicitte udsagn om indhold og betydning.

Receptionsforskningens metoder: fra kvalitativt imperativ til mixed-methods – eller...?

Man kan sige, at receptionsanalysen fra starten var styret af et selvpålagt kvalitativt imperativ, hvor favoritmetoderne har været først det semistrukturerede interview eller fokusgrupper, og siden også deltagerobservation. Dens kvalitative forankring var begrundet i, at "åbne dybdeinterviews (ofte) i informantens eget hjem er garanten for, at de data forskeren får med sig hjem er udtryk for folks egen livsverden, for autentiske betydninger fremsat med folks egne ord, ikke noget som forskeren har påduttet folk gennem et spørgeskemas stive kategorier" (Schrøder, 2000, p. 78).

Den kvalitative tilgang blev udsat for kritik både indefra og udefra. Indefra fremførte receptionsforskere som Tove Arendt Rasmussen (1988) ud fra et mere psykoanalytisk ståsted, at det kvalitative hverdagsinterview ikke får fat om den individuelle oplevelses ikke-verbaliserbare lag, og at "interviewsituationen og interviewets rationelle diskurs [må anses for at være] potentielle fejlkilder" (Rasmussen, 1988, p. 102). I stedet baserer hun sin analyse af 'skrappe drenge' omgang med actionfilm på videoobservation, hvor det er den samlede medieforankrede hverdagsinteraktion-i-kontekst, der er genstand for analyse, ikke af drengenes italesatte 'afkodning', men af drengegruppens spontane interpersonelle, kropslige forhandling om filmene.

Kritikken udefra blev fremført af hårde kvantitativister, der anklagede receptionsforskningen (her i skikkelse af Klaus Bruhn Jensen) for manglende reliabilitet og repræsentativitet. Trods Jensen og Rosengrens (1990) samfattede deskriptive fremstilling af de traditioner, der bar modtagerforskningens nye landskab, fremførte Karl Erik Rosengren efterfølgende en voldsom kritik af det kvalitative modtagerparadigme, hvis analyseprocesser han anså for anekdotiske, og hvis resultater han kritiserede for, at der var for få respondenter til at analyseresultaterne kunne sige noget holdbart om en befolknings brug af f.eks. tv-nyheder (se fejden mellem Rosengren (1996) og Jensen (1996)).

Sideløbende med den kvalitative tilgangs primat var der dog helt fra receptionsforskningens start en erkendelse af, at modtagerforskningens værktøjskasse også måtte

indeholde andet end det kvalitative interview: deltagerobservation, dagbøger, skriftlige stile, børnetegninger – og endog spørgeskemaer. Eksempler på dette er f.eks. Jensen og Tuftes (1984) undersøgelse af børns oplevelse og brug af video; Jensen m.fl.'s (1993) analyse af tv-flows i danske familier; Jørgen Poulsens analyse af avisernes 'måskelæsere' (1998) og Anne Jerslevs (1999) analyse af unges videofællesskaber.

Metodeblandingen blev forstået som komplementaritet snarere end triangulering (Jensen, 2002). Sideløbende med åbenheden over for mixed-methods, herunder at benytte spørgeskemaundersøgelser for at opnå *repræsentativ generalisering* af indsigterne, har der også ofte været en ambition om at frembringe analyser, der betjente sig af kvalitativ *analytisk generalisering* om medieoplevelsen, dvs. at man havde som mål at finde mønstre og typer i medieoplevelserne (Schrøder, 2012).

Et eksempel på analytisk generalisering ses i Gitte Stalds undersøgelse af børns brug af computermidler, der med over 100 informanter analyserede observationsdata, gruppe- og individuelle interviews og tegninger; analyserne resulterede i opstillingen af tre brugertyper (Stald, 1998). Et andet eksempel er Kim Schrøders (1997) analyse af 16 britiske informanternes læsninger af CSR-reklamer, der kan være enten 'kyniske', 'agnostiske' og 'sympatiske': 3 typer af afkodninger, der metaforisk spejlede Halls dominerende, forhandlende og oppositionelle positioner. Senere forsøg på systematisering resulterede i multidimensionale receptionsmodeller (Schrøder, 2003), som søgte at stabilisere analysens centrale dimensioner.

Offentlig paradigmekamp – med nye modstandere

Som gennemgangen af den historiske udvikling af den empiriske publikumsforskning har vist, har feltet været præget af både interne spændinger og udefrakommende kritik. Hvor de faginterne diskussioner i dag i mindre grad fremstår som åbne paradigmestridigheder inden for forskningsmiljøerne, er den offentlige debat om mediebrug – og om medieforskning – særdeles fremtrædende. Stridspunkterne kredser især om børn og unges skærmbrug, digital dannelse og tech-platformenes betydning for trivsel og er i stigende grad blevet et politisk varmt debateme.

I et indlæg på *Altinget* anklager repræsentanter for netværket *Tech & Trivsel* navngivne forskere for at bagatellisere negative sammenhænge mellem digital mediebrug, trivsel og læring og for at anlægge et for snævert, "medieoptimistisk" perspektiv på området. Ifølge forfatterne overser dele af den kvalitative, kontekstorienterede receptionsforskning en omfattende effekt- og sundhedsorienteret forskningstradition (Ågård & Balslev, 2023). Endnu skarpere formuleres kritikken i en kommentar i *Politiken*, hvor ansvaret for børns udsættelse for skadelige digitale miljøer placeres hos "de medieforskere og børneorganisationer, der har misledt vores politikere og forældre i årevis". Her fremstilles forskere, der har betonet nuance og usikker evidens, som en del af problemet, mens organisationer

som *Tech & Trivsel* og *Digitalt Ansvar* fremhæves som repræsentanter for et nødvendigt opgør med tidligere, kvalitativ forskning (Tranberg, 2024).

Disse positioner genaktiverer velkendte konflikter i publikumsforskningens historie. Også i dag mødes kontekstorienteret medieforskning med kritik for at være kulturrelativistisk og for ukritisk over for medierne, mens politiske aktører og sundheds- og psykologisk orienterede debattører efterspørger entydig evidens og hurtig handling. Dermed står feltet i et krydspres mellem krav om politisk handlekraft og forskningsbaseret insisteren på kompleksitet og metodisk pluralisme.

Receptionsforskningens formål og anvendelser

Den gryende receptionsforskning i Danmark så ikke, som den ideologikritiske indholdsanalyse, sine resultater som midler til omstyrtsen af den borgerlige samfundsorden og den kapitalistiske medieindustri. Men receptionsforskerne har siden 1980'erne ofte indirekte eller direkte sigtet på en række forskellige anvendelser af deres resultater. Nyhedsreceptionsforskningen var – med offentlighedsteorien som inspiration – interesseret i, i hvilken udstrækning folks nyhedslæsning klædte dem på til at agere i demokratiske sammenhænge, såsom at deltage i den politiske offentlighed (Jensen, 1986). Samme formål har nyere undersøgelser af nyhedsoplevelse og nyhedsrepertoarer (Ørmen, 2016; Peters m.fl., 2021). Børnereceptionsforskerne så deres indsigter i børns medieoplevelser som indspil til en bedre informeret mediepædagogik, der skulle styrke børns 'media literacy' (Jensen & Tufte, 1984; Rasmussen, 1988). Analyserne af tv-seriereception havde – med Birminghamskolen og Bourdieu som teoretisk ramme – til formål at rehabilitere populærkulturen og den folkelige smag (Schrøder, 1989).

Et mere direkte anvendelsessigte så man i reklamereceptionsforskningen, der gennem påvisning af forbrugernes uforudsigelige læsning af reklamer og udvikling af sociografiske modeller for målgruppesegmentering ville skabe et bedre grundlag for reklameindustriens møde med forbrugerne (Buhl, 1989; Dahl, 1996). Samme direkte anvendelse af forskningsresultaterne var en præmis for den receptionsforskning, der foregik i regi af *Danmarks Radio*, f.eks. i Ralf Pittelkows (1985) og Ib Poulsens (1992) analyser af nyhedsreception; i Lene Heiselbergs tilfælde gennem neuroreceptionsanalyser af tv-fiktionsserier, der skulle afdække seeres ubevidste emotionelle oplevelser (Heiselberg, 2018).

I de senere år har journalistikforskningen bistået nyhedsorganisationer med at finde balancen mellem personalisering af nyheder til den enkelte bruger af onlinenyheder og samfundets demokratiske interesse i at opbygge en fælles dagsorden for samfundsdebatten (Schøtt Hansen & Hartley, 2023). I relation til fænomenet politisk polarisering har Miriam Brems undersøgt, hvordan brugere af alternative nyhedskilder samtidig også orienterer sig imod mainstreamnyhedsmedier (Brems, 2025). Samtidig indgår kvantitative spørgeskemaundersøgelser af danskernes nyhedsoplevelse (Schrøder m.fl., 2025) i nyhedsorganisationernes strategiplaner.

I takt med at bæredygtighedsudfordringen er vokset i vigtighed på den samfundsmæssige dagsorden, har mediernes italesættelse af forskellige aspekter af bæredygtighed også fundet vej til receptionsforskningen. Klaus Bruhn Jensen (2017) undersøgte, hvordan mediebrugere oplever og engagerer sig i klimaforandringer på tværs af medielandskabet. Willig m.fl. (2022) fandt gennem en spørgeskemaundersøgelse, at danskerne i klimajournalistikken savner gode råd om, hvordan man kan fremme klimadagsordenen i hverdagen, snarere end gennem fokus på de politiske aktører. Krogager og Povlsen (2010) satte fokus på, hvordan mad præsenteres i tv, spil, reklamer og sociale medier, og hvordan børn forholder sig til det.

Det er således tydeligt, at mens der er receptionsforskning, der overvejende har til formål at løse konkrete kommunikationsproblemer, og dermed er 'administrativ' i Paul Lazarsfelds (1941) forstand, så er der også forskning, der falder i Lazarsfelds kategori 'kritisk' forskning, fordi den har til formål at analysere de bredere samfundsmæssige konsekvenser af kommunikation og i nogle tilfælde udfordrer det samfundsmæssige status quo. En del af receptionsforskningen er måske vanskelig at kategorisere entydigt i forhold til denne dikotomi.

Publikumsforskningen i dag: data og algoritmer

Hvor de teknologiske forandringer fra slutningen af 1980'erne og ind i 1990'erne udfordrede tv-alderens forestillinger om fælles, lineære medieforløb, er nutidig publikumsforskning kendetegnet ved et mere grundlæggende opgør med den lineære kommunikationsmodel. Forholdet mellem medieproducent og publikum forstås i stigende grad som cirkulært: brugernes handlinger indsamles af udbyderne som data, bearbejdes algoritmisk og føres tilbage til brugerne som personaliserede oplevelser. Denne cirkulære vending genopfinder idéen om den aktive modtager i en dataficeret kontekst.

Mathieu og Vengerfeldt (2020) indfanger dette med begrebet *data-loopet*. Likes, pauser, scrolls og delinger fungerer både som udtryk for brug og som input til de systemer, der former fremtidige anbefalinger. Publikum bliver dermed medproducent af de infrastrukturer, der organiserer deres medieverden (Jensen & Helles, 2017). Publikumsforskning må derfor ikke kun undersøge, hvordan medier fortolkes og bruges, men også hvordan brugernes praksisser træner de systemer, der styrer indholdets synlighed, prioritering og værdi.

Både Lomborg og Kapsch (2019) og Larsen (2025) genaktualiserer Stuart Halls model for indkodning/afkodning via Shaw (2017) i deres undersøgelser af hverdagsbrug af digitale, algoritmiske strukturer blandt voksne, unge og børn. Lomborg og Kapsch anvender Hall til at analysere, hvordan mennesker forstår og handler i forhold til "black boxed" algoritmer. De viser, at brugere indtager dominerende, forhandlende og oppositionelle positioner; ikke blot som fortolkninger, men som praksisser, der fødes tilbage i data-loopet og kan påvirke systemerne. Larsen anvender samme teoretiske greb på børn og unges møde

med platformes affordances og algoritmiske logikker i deres sociale hverdagsliv. Hun viser, hvordan børn både accepterer, forhandler og omkoder platformernes design – f.eks. når SnapMap opleves som et overvågningsredskab i vennegruppen. Hvor Lomborg og Kapsch primært fokuserer på relationen til algoritmer som systemer, fremhæver Larsen de sociale og relationelle dimensioner af afkodning og introducerer begrebet 'imagined affordances' som nøglen til at forstå brugernes forventninger, strategier og trivsel.

Hvor forskningen tidligere måtte bevise, at publikum ikke var passive, viser aktuelle forskningsprojekter, at publikums aktivitet er blevet en integreret del af medieinfrastrukturen selv. Den analytiske opgave er derfor at afdække de skjulte kredsløb, hvor brugernes handlinger omsættes til data, økonomisk værdi og styringsmekanismer, og dermed genforhandle klassiske spørgsmål om magt, mening og mediebrug.

Referencer

- Andersen, A.N. & Nielsen, P.E. (1982). Sensationspressens læsere – Læsernes sensationspresse. *Massekultur & Medier* nr. 5., 78-105. <https://doi.org/10.7146/masmed.v2i5.5046>
- Ang, I. & Hermes, J. (1991), Gender and/in media consumption, in Curran, J & Gurevitch, M. (red.), *Mass media and society*, London: Arnold.
- Bondebjerg, I. (1988). Kritisk teori, æstetik og receptionsforskning. *MedieKultur* nr. 7, 54-79.
- Brems, M. (2025). Divisions of labor: Why alternative news users seek out mainstream news media in Denmark and how they combine mainstream and alternative content. *Journalism* online first <https://doi.org/10.1177/14648849251337727>
- Buhl, C. (1989). Hvis det ikke kan kommunikeres, så er det ikke. I: L. Højbjerg (red.), *Reception af levende billeder*, Akademisk forlag.
- Dahl, H. (1996). Sociologi og målgruppe. Nogle erfaringer med at operationalisere Bourdieu, *MedieKultur* 12, 5-19. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v12i24.1056>
- Drotner, K. (1989). Unge, medier, modernitet. *MedieKultur* 11, 64-80. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v5i11.832>
- Drotner, K. (1993). Medieetnografiske problemstillinger – en oversigt. *MedieKultur* 21, 5-22. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v5i11.832>
- Drotner, K. (2000). Bred mediebrug, bedre kompetencer? Om forholdet mellem medieanvendelse og kompetencer hos de 15-19-årige. *MedieKultur*, 36-43. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v16i0.1138>
- Eco, U. (1979). *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*. Bloomington: Indiana University Press.
- Giersing, M. (1982). *TV I USA*. København: Gyldendal.
- Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory & Society*, 6(2), 205-253. <https://doi.org/10.1007/BF01681751>
- Hall, S. (1973/1980). "Encoding and decoding in the television discourse". Stenciled occasional paper, Media Series No.7, Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham. Dansk oversættelse: "Fjernsynsdiskursens indkodning og afkodning." *MedieKultur* 58, 2015, 124-130. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v31i58.20666>

- Hansen, A.S. & Hartley, J.M. (2023). Designing What's News: An Ethnography of a Personalization Algorithm and the Data-Driven (Re)Assembling of the News. *Digital Journalism* 11 (6), 924-942. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1988861>
- Hansen, C. Y. (1988). Receptionsforskningen i Danmark: En oversigt. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 4(7), 9-31. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v4i7.762>
- Heiselberg, L. (2018). Expanding the toolbox: Researching reception of TV programs with a combination of EDA measurements and self-reports in applied audience research. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, vol 15 (2), 18-36.
- Hjort, A. (1985). Kvinderne og Dallas. I: R. Pittelkow, *Analysen af TV*, Medusa.
- Holm Sørensen, B. & Ravn Olesen, B. (2000). Nye medier – en udfordring til børnemedieforskningen. *MedieKultur* 31, 89-99. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v16i31.1184>
- Jensen, E. & Tufte, B. (1984). Om kvalitativ empirisk receptionsforskning – eksemplificeret ved en undersøgelse af børns brug og oplevelse af video. *Massekultur & Medier*, nr. 10. <https://doi.org/10.7146/masmed.v4i10.5092>
- Jensen, K.B. (1984). Brug og oplevelse af TV-nyheder. Bidrag til en empirisk receptionsmodel. *Massekultur & Medier* nr. 12, 36-55. <https://doi.org/10.7146/masmed.v4i12.5112>
- Jensen, K. B. (1986) *Making Sense of the News*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jensen, K. B. (1996). "The empire's last stand: reply to Rosengren". *European Journal of Communication*, 11 (2), 261-267. <https://doi.org/10.1177/0267323196011002006>
- Jensen, K.B. (2002). The complementarity of qualitative and quantitative methodologies in media and communication research. I: K.B. Jensen (red.). *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. Routledge 2002, 254-272.
- Jensen, K. B. (2017). Speaking of the weather: Cross-media communication and climate change. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(4), 439-454. <https://doi.org/10.1177/1354856517700379>
- Jensen, K.B. & K.E. Rosengren (1990). Five Traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*, 5 (2-3), 207-238. <https://doi.org/10.1177/0267323190005002005>
- Jensen, K.B., Schrøder, K., Stampe, T., Søndergaard, H. & Topsøe-Jensen, J. (1993). *Når danskere ser TV. En undersøgelse af danske seeres brug og oplevelse af TV som flow*. Samfundslitteratur.
- Jensen, K.B. & Helles, R. (2017). Speaking into the system: social media and many-to-one communication. *European Journal of Communication* 32 (1), 16-25. <https://doi.org/10.1177/0267323116682805>
- Jerslev, A. (1989). "Sjove film, dem ser man for at have det sjovt". Piger og drenge – mediereception og mediepædagogik. *MedieKultur* 11, 36-63. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v5i11.829>
- Jerslev, A. (1999). *Det er bare film. Unges videofællesskaber og vold på film*. Gyldendal.
- Johansen, S. L. (2008). *Seere i bleer. Små børns møde med medier*. Ph.d. afhandling. Institut for Informations- og Medievidenskab, Aarhus Universitet.
- Krogager, S.G.S. & Povlsen, K.K. (2010). Eksperimenterende gruppeinterviews med børn om mad, medier og lyst. I: T. Bjørner (red.), *Den oplevede virkelighed: 11 eksempler på kvalitativ metode i praksis*, Aalborg Universitetsforlag.
- Kuhn, T.S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. University of Chicago Press.
- Larsen, M.C. (2025). Digital trivsel i mødet med platformenes designgreb – sociale medier set fra børns og unges perspektiv. *Pædagogisk psykologisk tidsskrift* 62 (4), s. 32-42.
- Larsen, P. (1984). McCloud som ideologisk og industrielt produkt. I: Andersen, M.B. & Poulsen, J. (red.). *Mediesociologi*. København: Rhodos.
- Lauridsen, P.S. & Svendsen, E. (2018). *Medieteorier*. Samfundslitteratur.

- Lazarsfeld, P. F. (1941). Remarks on administrative and critical communications research. *Studies in Philosophy and Social Science*, 9 (1), 2-16. <https://doi.org/10.5840/zfs1941912>
- Linné, O. & Marosi, K. (1981). *Børn og massemedier*, København.
- Lomborg, S. & Kapsch, P.H. (2019). Decoding algorithms. *Media, culture & society*, 42 (5), 745-761. <https://doi.org/10.1177/0163443719855301>
- Løngreen, H. & Holm Sørensen, B. (1993). Deltagerobservation – TV: det elektroniske familiemedlem. *MedieKultur* 21, 58-69. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v9i21.987>
- Lull, J. (1980). The Social Uses of Television, *Human Communication Research*, 6, 197-209. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1980.tb00140.x>
- Mathieu, D. & Vengerfeldt, P.P. (2020). The data loop of media and audience. *MedieKultur* 36 (69), 116-138. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v36i69.121178>
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Nielsen, N.-Aa. (1982). *Seriesening i TV*. DR Forskningsrapport nr. B/82.
- Peters, C., Schrøder, K.C., Vulpius, J. & Lehaff, J. (2021). News as they know it: Young adults' information repertoires in the digital media landscape. *Digital Journalism* 10(1), 62-86. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1885986>
- Pittelkow, R. (1985). Seernes TV-avis. I: R. Pittelkow (red.), *Analyser af TV*, Medusa.
- Poulsen, I. (1992). *Uge 39. En eksperimentalluge på Radioavisen*, Forskningsrapport 1B/1992, København, Danmarks Radio.
- Poulsen, J. (1998). *Måske-læserne: Dagbladenes muligheder i mediekonkurrencen*. Roskilde Universitetscenter.
- Povlsen, K. K. (1999). *Beverly Hills 90201 – soaps, ironi og danske unge*, Århus: Klim.
- Radway, J. (1988). Reception study: ethnography and the problem of dispersed audiences and nomadic subjects. *Cultural Studies* 2 (3), 359-376. <https://doi.org/10.1080/09502388800490231>
- Rasmussen, T. (1988). Tekst og tungers tale. Interviewets betydning i receptionsanalysen. *MedieKultur* 9, 90-112. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v4i9.794>
- Rosengren, K. E. (1996). Review of Klaus Bruhn Jensen, *The Social Semiotics of Mass Communication*, *European Journal of Communication*, 11 (1), 129-141. <https://doi.org/10.1177/0267323196011001006>
- Schrøder, K. (1984). Et måleinstrumentes anvendelighed – om 'den ideologiske seismograf'. *Massekultur & Medier* nr. 12, 8-35. <https://doi.org/10.7146/masmed.v4i12.5111>
- Schrøder, K. (1988a). The pleasure of Dynasty. I: P. Drummond & R. Paterson (red.). *Television and its audience*. London: British Film Institute.
- Schrøder, K. (1988b). Oplysningens skizofreni? En Adornodisciplens problemer ved mødet med amerikansk TV's sjæl. *Kultur & Klasse* 16 (61), 93-101. <https://doi.org/10.7146/kok.v16i61.20631>
- K. Schrøder (1989). Kulturindustri og kulturel kvalitet, I: Lennard Højbjerg (red.). *Reception af Levende Billeder*. København: Akademisk Forlag.
- Schrøder, K. (1993). Den etnografiske bølge og receptionsforskningen. *MedieKultur* 21, 70-76. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v9i21.989>
- Schrøder, K.C. (1997). Cynicism and ambiguity. British corporate responsibility advertisements and their readers in the 1990s, in M. Nava et al, eds., *BUY THIS BOOK: Studies in Advertising and Consumption*, London: Routledge.
- Schrøder, K. (2000). Pionerdagene er forbi! Hvor går receptionsforskningen hen? *MedieKultur* 31, 74-88. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v16i31.1183>
- Schrøder, K.C. (2003). Generelle aspekter ved mediereception? – et bud på en multidimensional model for analyse af kvalitative receptionsinterviews, *MedieKultur* 35, 63-73. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v19i35.1236>

- Schrøder, K.C. (2012). Methodological pluralism as a vehicle of qualitative generalization. *Participations. Journal of audience and reception studies* 9 (2), 798-825.
- Schrøder, K., Blach-Ørsten, M., Eberholst, M.K. (2025). *Danskernes brug af nyhedsmedier*, Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet.
- Schultz Jørgensen, P. (2000). Unge i en risikogruppe og deres mediebrug: en undersøgelse af mediebrug blandt 15-18-årige uden for uddannelse og job. *MedieKultur*, 23-35.
<https://doi.org/10.7146/mediekultur.v16i0.1135>
- Stald, G.B. (1998). Living with Computers. Young Danes' Uses of and Thoughts on the Uses of Computer, I: Stig Hjarvard og Thomas Tufte (red.) *Sekvens 1998. Film- og medievidenskab*, Københavns Universitet. 199-227.
- Stald, G. B. (2000). Telefonitis: unge danskeres brug af telefonen i IT-alderen. *MedieKultur*, 4-22.
- Shaw, A. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies. *Media, culture & society*, 39 (4), 592-602.
- Tranberg, P. (2024). Det er ubegribeligt, at der skal gå så lang tid, før vi vågner op over for et skadeligt fænomen. Kronik i *Politiken* 29/3/2024.
- Willig, I., Blach-Ørsten, M. & Burkal, R. (2022). What is 'good' climate journalism? Perceptions of climate journalism in Denmark. *Journalism Practice* 16 (2-3), 520-539.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2016069>
- Ørmen, J. (2016). Are you paying attention? Keeping up with news in daily life. I: Jensen, J.L., Mortensen, M. & Ørmen, J., *News across media*. Routledge, 162-179.
- Ågård, D. & Balslev, J. (2023). Ekspert: Der er klart forskningsmæssigt belæg for at begrænse børns skærmbrug. Kronik i *Altinget* 5/10/2023.