

La recerca en comunicació de masses a Dinamarca*

Stig Hjarvard

Departament d'Estudis del Film i els Mitjans de Comunicació.
Universitat de Copenhaguen

Henrik Søndergaard

Departament de Filologia Nòrdica. Universitat de Copenhaguen

Resum

Els estudis sobre la comunicació de masses a Dinamarca no es distingeixen per escoles. La majoria dels investigadors provenen de les disciplines humanístiques, cosa que fa que els treballs s'hagin nodrit d'un sol aparell epistemològic. La tradició empírica d'aquests estudis ha centrat la seva atenció, de manera gairebé exclusiva, en els mitjans audiovisuals. Els principals focus d'interès de la recerca se situen en els àmbits de la recepció, l'anàlisi textual i les estructures organitzatives societat-mitjans de comunicació. Els treballs es fan en equip i han anat evolucionant vers una obertura disciplinària més àmplia, alhora que s'han constituït com a marc de referència obligat en el forum internacional de discussió sobre la matèria.

Paraules clau: estudis sobre comunicació de massa a Dinamarca, estudis de la recepció, anàlisi textual, estudis de les estructures organitzatives.

Resumen. *La investigación en comunicación de masas en Dinamarca*

Los estudios en comunicación de masas en Dinamarca carecen de distinción por escuelas. La mayor parte de los investigadores provienen de un mismo campo disciplinario (las humanidades), por lo cual los trabajos se han ido nutriendo de una sola raíz epistemológica. La tradición empírica de estos estudios se ha preocupado casi exclusivamente por los medios audiovisuales. Los principales focos de interés de la investigación se sitúan en los ámbitos de la recepción, el análisis textual y las estructuras organizativas sociedad-medios de comunicación. Los trabajos se realizan en equipos que han ido evolucionando hacia una mayor apertura disciplinaria y se han constituido como marco de referencia obligado en el foro internacional de discusión sobre la materia.

Palabras clave: estudios sobre comunicación de masas en Dinamarca, estudios de la recepción, análisis textual, estudio de las estructuras organizativas.

Abstract. *Research into the mass media in Denmark*

Mass media studies in Denmark are not distinguished according to schools. Most researchers are from a single field of discipline (the Humanities), and studies have therefore been nou-

* Traduït per ANNA CLUA.

rished by a single epistemological root. The empirical tradition of these studies has been concerned almost exclusively with the audiovisual media. The main focus of interest in research has been in the areas of reception, textual analysis and society-mass media organisational structures. Studies are carried out in teams which have gradually evolved towards a greater disciplinary breadth and have become a major frame of reference in international debate on the mass media.

Key words: studies on the mass media in Denmark, reception studies, studies on organisational structure.

1. Context sociopolític i cultural

El principal incentiu per al desenvolupament de la recerca sobre els mitjans de comunicació a Dinamarca va ser la ràpida expansió dels mitjans de comunicació de massa en el període de postguerra. Aquest factor va suposar un canvi decisiu, a diferents nivells, en la concepció tradicional de cultura, i va crear la necessitat de reorientar les investigacions. El desenvolupament dels mitjans de comunicació va tenir lloc al mateix temps que la ràpida industrialització de la societat danesa i l'establiment del modern estat del benestar, inclosa la constitució d'una política cultural pública i la proliferació de les institucions culturals.

Un dels efectes dels canvis en la societat danesa durant els anys seixanta va ser l'homogeneïtzació de la població, i en certa manera, també, l'establiment d'una cultura comuna. Fins i tot els mitjans de comunicació de massa van ser homogeneïtzats, a causa, especialment, de l'organització de la ràdio i la televisió. Abans dels anys vuitanta, aquests mitjans s'organitzaven sota un únic monopoli públic subjecte a una estricta política de regulació. Durant els darrers deu anys, però, la desregulació, amb l'aparició de noves tecnologies de la comunicació, ha provocat una diferenciació creixent del sistema mediàtic. Això ha comportat una especialització creixent en la recerca sobre els mitjans, així com una expansió general d'aquest camp d'estudi.

2. Antecedents històrics

Fins a finals dels anys seixanta, la recerca en comunicació de masses es va veure força limitada pel que fa a la seva sistematització i a la seva continuïtat. Els primers estudis van ser conduïts *ad hoc* per persones adscrites al món acadèmic o bé per professionals dels mitjans, sovint en cooperació amb les institucions mediàtiques. El tema central de molts d'aquests primers estudis va ser sovint la història d'algun diari, o d'alguna organització de mitjans, com ara Ràdio Dinamarca (Corporació Danesa de Radiodifusió).

A finals de la dècada dels seixanta i començaments de la dels setanta, la recerca es va començar a desenvolupar simultàniament des de diferents institucions socials. A partir de llavors es van seguir tres línies de treball, cadascuna tenia el seu interès científic, el seu objecte d'estudi i la seva metodologia. Aquestes tres tendències tenen les seves arrels en els àmbits següents socials:

1. *Humanitats*. En els departaments de literatura i cinematografia de les universitats, els investigadors van començar a mostrar interès pel fenomen dels mitjans de comunicació en general. A causa del seu bagatge professional, l'anàlisi del discurs, la narratologia i la semiòtica van tenir un important paper en l'anàlisi, tant dels mitjans impresos com dels audiovisuals (Møller, 1972; Lund, 1977). Una mica separats d'aquestes tendències, els historiadors van començar a desenvolupar l'anàlisi institucional de la premsa (Thomsen, 1972).

2. *Ciències polítiques*. A la universitat, els investigadors provinents de la sociologia i les ciències polítiques van començar a interessar-se per l'impacte polític de la comunicació de massa. Els treballs en aquests àmbits s'orientaven cap a l'estudi de les campanyes electorals i de la comunicació política en general (Siune, 1982). Així, mentre que en el corrent humanístic es conreaven principalment les metodologies qualitatives, en el corrent de les ciències polítiques es van utilitzar preferentment les metodologies quantitatives.

3. *Institucions comercials*. L'estudi d'aquest corrent de recerca es va veure restringit a l'obtenció i compilació de dades quantitatives sobre els efectes dels mitjans de comunicació de masses i sobre les característiques de l'audiència. L'ús d'aquestes dades es confinava a l'àmbit de la indústria publicitària i al dels mitjans de comunicació dependents de la publicitat.

Aquestes tres línies de recerca han configurat des del començament la investigació en comunicació de masses a Dinamarca. La distància entre elles s'ha accentuat a mesura que el camp d'estudi ha anat esdevenint més divers i complex.

3. Distribució territorial de la recerca

Al llarg dels anys vuitanta la recerca en comunicació de masses va viure un procés d'institucionalització, gràcies al qual actualment existeixen departaments de comunicació i de mitjans de comunicació a gairebé totes les universitats i escoles superiors. Els departaments de comunicació i de mitjans de comunicació es localitzen tots en facultats d'arts i humanitats.

La major part de la recerca es porta a terme en les cinc universitats, a Copenhaguen, Odense, Roskilde, Aalborg i Aarhus. La comunicació de masses és un camp d'estudi extensament conreat en l'àmbit universitari, tot i que des de cada centre s'han establert diferents prioritats. La llista següent en pot donar una idea breu:

- Universitat de Copenhaguen: cinema, producció audiovisual, teoria dels mitjans, anàlisi de les institucions, cultura mediàtica de la joventut, història de la premsa.
- Universitat de Roskilde: comunicació científica, campanyes als mitjans, producció audiovisual, estratègies de comunicació.
- Universitat d'Odense: producció audiovisual, tecnologies de la informació.

- Universitat d'Aalborg: publicitat, estètica de la televisió, mitjans de comunicació locals, mitjans informatitzats.
- Universitat d'Aarhus: polítiques de la comunicació, estètica de la televisió, mitjans de comunicació locals, mitjans informatitzats, campanyes electorals, anàlisi de la producció.

També es fa recerca en comunicació de masses en altres centres d'ensenyament superior, com l'Escola Reial Danesa d'Educació a Copenhagen, l'Escola Danesa de Periodisme a Aarhus i l'Escola d'Econòmiques i Empresarials de Copenhagen.

Fora del món acadèmic també trobem recerca sobre els mitjans de comunicació en algunes empreses. Així, l'Institut Gallup realitza l'anàlisi diària del consum televisiu (índex d'audiència, hàbits de recepció, etc.). La companyia AIM Nielsen s'ocupa —entre altres activitats— de l'anàlisi *RISC*, combinant indicadors socials, dades sobre l'estil de vida i dades sobre els usos dels mitjans. L'empresa Dansk Media Komite realitza l'*Índex dels mitjans danesos*, una anàlisi quantitativa anual a partir d'estadístiques sobre els mitjans de comunicació i les seves audiències. La investigació, d'altra banda, també es porta a terme des dels mateixos mitjans, com és el cas de Ràdio Dinamarca, que té la seva pròpia unitat d'investigació sobre ràdio i televisió.

En els darrers anys el Consell Danès de Recerca en Humanitats ha tingut un important paper com a font financera de la recerca sobre comunicació de masses. Aquesta institució ha promogut la major part de programes de recerca, d'entre tres i cinc anys de durada, en l'àmbit de la comunicació audiovisual i de la cultura mediàtica de la joventut. Alguns ministeris del Govern, com el d'Afers Culturals i el recentment format Ministeri de Recerca i Tecnologia de la Informació, també han propiciat la recerca sobre comunicació de masses.

L'Associació Danesa d'Estudis sobre els Mitjans (SMID) funciona com a fòrum nacional de discussions, tant per als professionals dels mitjans com en l'àmbit acadèmic dels estudis sobre comunicació. L'associació organitza una conferència científica cada mes de novembre, i publica la revista científica *Mediekultur* («Cultura dels Mitjans»).

4. Principals línies de recerca desenvolupades

Els estudis sobre els mitjans de comunicació de massa a Dinamarca es caracteritzen per la manca de divisió en escoles. És clar que se'n fan diferents aproximacions, però això és a causa de les característiques de l'objecte d'estudi més que no pas a les diferències metodològiques dels investigadors.

La major part de les investigacions sobre mitjans estan basades en les metodologies qualitatives, cosa que s'explica pel fet que els investigadors s'han format, majoritàriament, en l'àmbit de les humanitats i els estudis literaris. D'altra banda, és bastant comú l'interès pels mitjans audiovisuals, especialment la televisió, que és el tema tòpic durant molt de temps. La recerca sobre els mitjans impresos i la ràdio ha tingut, òbviament, un desenvolupament limitat; cal

assenyalar que la investigació a Dinamarca sempre ha estat lligada als mitjans més joves. Durant els darrers anys, els estudis han tingut molt en compte l'ús dels mitjans, i se li ha otorgat tanta importància com als continguts. Aquests estudis, seguint les tendències internacionals, s'han hagut d'orientar cap al gran tema dels usos que l'audiència fa dels mitjans i dels gèneres mediàtics.

Durant els anys vuitanta la principal àrea de recerca va ser l'anàlisi de la recepció des d'una perspectiva que serviria per criticar l'anàlisi del contingut textual dels anys setanta. L'anàlisi empírica de la recepció va esdevenir prioritàriament qualitativa mitjançant l'ús d'enquestes en profunditat als membres de l'audiència dels mitjans. El llibre sobre la recepció de les notícies de Klaus Bruhn Jensen (Jensen, 1986) va suposar el punt de partida d'aquesta línia de recerca. D'altres importants contribucions a l'anàlisi de la recepció provenen de l'estudi dels gèneres de ficció (Schrøder, 1988; Rasmussen, 1995).

Paral·lelament a l'interès per les audiències dels mitjans, es va replantejar l'actitud cap a la cultura popular, que tant havia estat negativitzada per l'antèrior crítica a la cultura de masses. Així, la recerca va reorientar-se per tal d'incrementar el coneixement sobre l'ús quotidià dels mitjans en diferents col·lectius socials. Un exemple d'aquest tipus de recerca és el projecte en curs sobre la joventut i els mitjans, dirigit per Kirsten Drotner en el Centre d'Estudis sobre Mitjans i Joventut, a la Universitat de Copenhaguen. D'altres aproximacions similars van ser desenvolupades durant els anys vuitanta en estudis, sovint dirigits per investigadores, sobre l'ús que les dones i els nens fan dels mitjans. En tenim exemples en el llibre de Kirsten Drotner sobre la lectura infantil de revistes a Anglaterra (Drotner, 1988), i en l'estudi de Karen Klitgaard Poulsen sobre les revistes del cor (Poulsen, 1986).

L'arrelada tradició de l'anàlisi textual encara persevera, tot i que l'antiga focalització en l'impacte ideològic i els continguts polítics ha estat gradualment reemplaçada per l'interès de veure com els usos dels mitjans s'estableixen en diferents tipus de mitjans i en diferents gèneres. Gran part dels treballs s'han realitzat en el camp dels mitjans audiovisuals, en base a l'anàlisi semiòtica i a la teoria psicoanalítica del film. Tenim un exemple característic d'aquesta tendència en l'estudi de Peter Larsen sobre la mirada i la representació visual des del punt de vista de la psicologia (Larsen, 1991). Recentment s'ha demostrat un nou interès per la teoria del film a Dinamarca, motivat en part per la crítica a les línies semiòtica i psicoanalítica. Una de les principals contribucions a aquest «viratge cognitiu» és l'estudi de Torben Kragh Grodal sobre la resposta emotiva a la ficció visual (Grodal, 1994). Una altra aportació teòrica recent sobre el replantejament de la semiòtica la trobem en el llibre de Klaus Bruhn Jensen sobre la semiòtica social de la comunicació de masses (Jensen, 1995).

Darrerament, s'ha desenvolupat l'interès per l'estètica, més que per la sociologia dels mitjans, a través d'anàlisis textuais dels gèneres mediàtics. El llibre d'Ìb Bondebjerg sobre estètica dels serials de televisió (Bondebjerg, 1993) és una mostra interessant d'aquesta línia de treball. Es pot trobar una aproximació similar en l'estudi d'Anne Jerslev sobre les pel·lícules de David Lynch i les sèries de televisió (Jerslev, 1991). En aquesta línia, també destaquen la majoria

d'articles de les antologies editades per Jens F. Jensen (Jensen, 1991) i per Michael Skovmand (Skovmand, 1989; Skovmand i Schrøder, 1992). En connexió amb aquests treballs, cal esmentar també els nous estudis sobre publicitat i comunicació d'empreses, en especial els duts a terme per un equip d'investigadors de la Universitat d'Aalborg (Jensen, 1993).

A més d'aquestes dues tradicions principals (estudis de la recepció i anàlisi estètica), la recerca danesa sobre els mitjans ha obert una nova perspectiva posant en relació les estructures dels mitjans i el desenvolupament actual dels sistemes mediàtics. Un camp de particular interès va ser el desenvolupament dels mitjans electrònics locals durant els anys vuitanta, analitzat per Per Jauert i Ole Prehn (Jauert i Prehn, 1995), i Stig Hjarvard i Henrik Søndergaard (Hjarvard i Søndergaard, 1988). L'adveniment de la desregulació dels mitjans electrònics, concretament la televisió, va ser el nucli de gran part dels nous projectes de recerca que van contribuir simultàniament al debat sobre polítiques de comunicació. En alguns d'aquests estudis es combinaven les metodologies qualitatives i quantitatives a fi d'explicar els canvis en la producció dels mitjans causats per a la competitivitat. En aquesta línia de recerca se situa el treball de Henrik Søndergaard sobre les implicacions de la competitivitat en l'antic monopoli Ràdio Dinamarca (Søndergaard, 1994). En algunes de les darreres investigacions sobre els sistemes mediàtics i l'estructura dels mitjans hi ha una marcada tendència a reorientar les qüestions sociològiques bàsiques que van ser ignorades en els estudis sobre recepció dels anys vuitanta, així es torna a centrar l'atenció en les estructures organitzatives. D'altra banda, es poden observar noves temptatives d'enllaçar disciplines tradicionalment separades, com ara les humanitats i la sociologia. La creixent internacionalització dels mitjans ha merescut també l'atenció dels investigadors danesos. Així, Stig Hjarvard ha treballat les notícies internacionals (Hjarvard, 1995); Preben Sepstrup, els fluxos televisius (Sepstrup, 1990), i Karen Siune, les polítiques de comunicació europees (Siune i Treutzscheler, 1992).

Obviament, la recerca a Dinamarca també s'ha preocupat per l'actual transformació del sistema mediàtic. Alhora, s'ha anat adquirint consciència de la importància de la història dels mitjans. Com a resultat d'aquesta necessitat de conèixer el passat, un grup d'investigadors de diferents universitats estan enllestint els tres volums de la *Història dels Mitjans de Comunicació a Dinamarca (Dansk Mediehistorie)*.

5. Influències «de» i «cap a» fora

Els estudis sobre comunicació de masses en la tradició de la ciència política han estat, en general, influenciats per la principal línia de recerca als EUA, caracteritzada per l'ús preferent de les metodologies quantitatives. L'acceleració de la integració europea i el creixent paper de la Unió Europea en els darrers quinze anys han augmentat la cooperació entre els investigadors danesos i de la resta d'Europa. Així, les teories sobre la integració europea i les qüestions polítiques generals relatives a aquesta integració, han anat vertebrant nombrosos treballs sobre comunicació de masses.

Durant els anys seixanta i setanta, la investigació en comunicació de masses dins la tradició humanística va estar fortament influenciada pels teòrics francesos (Barthes, Metz, Levi-Strauss) i alemanys (Benjamin, Habermas, Ziehe). Durant els anys vuitanta es va viure un desplaçament geogràfic de les influències externes, i van ser els estudis britànics (Escola de Birmingham, estudis de cinema, política econòmica dels mitjans) la principal font d'inspiració per a la recerca danesa. Cap a finals dels anys vuitanta i durant aquesta dècada de 1990 els EUA constitueixen el referent en àmbits com la teoria cognitiva del film o els estudis de la cultura. De fet, la recerca danesa ha estat sempre oberta a les influències externes, i ha seguit les fluctuacions, a nivel internacional, en l'orientació dels paradigmes. Sigui com sigui, el gran interès i la vàlua professional de les anàlisis textuais dels mitjans (tant audiovisuals com impresos) continuen sent el segell de la recerca danesa en matèria de comunicació.

Tenint en compte les reduïdes dimensions del país (cinc milions d'habitants), la recerca danesa sobre comunicació de masses ha estat extensament reconeguda en molts països. Aquest és especialment el cas dels països nòrdics, ja que, a causa de la similitud de les llengües maternes, les publicacions científiques han pogut creuar fàcilment les fronteres. La cooperació amb aquests països té la seva pròpia organització en el món de la recerca sobre comunicació de masses: l'associació Nordicom. Aquesta associació recull sistemàticament totes les dades bibliogràfiques que hi ha sobre l'àmbit a tot Escandinàvia, i publica la revista *Nordikom Information*, amb articles i referències bibliogràfiques actualitzades. Aquesta revista es publica en anglès dos cops a l'any, amb les col·laboracions dels investigadors nòrdics. La *Nordikom Information* és considerada per l'Associació Internacional de Comunicació (ICA) una de les deu principals revistes de l'àmbit. Cada dos anys s'organitza una conferència sobre investigació en comunicació de masses als països nòrdics, i hi participen entre dos-cents i tres-cents estudiosos. D'altra banda, els ministeris d'afers culturals d'aquests països publiquen cada quatre mesos un full informatiu, *Nordisk Medie Nyt* («Notícies dels Mitjans Nòrdics»), amb dades relatives als canvis en el sector mediàtic dels països Nòrdics.

Els investigadors danesos sovint publiquen els resultats de les seves recerques en altres llengües, especialment en anglès. L'Associació Internacional per a la Recerca en Comunicació de Masses (IAMCR) proporciona un important fòrum per al desenvolupament dels contactes i les cooperacions internacionals. Alguns investigadors han participat també en projectes d'altres organitzacions internacionals, com l'Associació Internacional de la Comunicació (ICA), l'Euromedia Research Group, els programes sobre comunicació i mitjans de la UNESCO, etc.

6. Conclusions i tendències

Durant els darrers deu anys, la recerca sobre comunicació de masses a Dinamarca ha viscut una ràpida expansió, i cada vegada són més les àrees d'estudi que s'afegeixen a aquest moviment. Una de les noves tendències d'estudi és la consideració dels ordinadors com a mitjans de comunicació (Andersen i altres, 1993).

Aquests estudis prenen com a base la semiòtica i les pràctiques d'anàlisi textual, que durant tant de temps han estat la pedra angular de la recerca danesa. L'arribada de nous mitjans i nous gèneres suposa una constant expansió de l'àmbit d'estudi, que va canviant gradualment el caràcter de les investigacions acadèmiques.

A llarg d'aquesta última dècada s'ha passat d'una certa homogeneïtat a més especialització dels estudis, en gran part com a conseqüència del creixement dels propis mitjans. Alhora, la investigació sobre comunicació de masses s'ha anat institucionalitzant a les universitats, cosa que ha suposat la implicació d'un nombre més elevat de persones. De la internacionalització dels mitjans n'ha resultat la internacionalització de la recerca: fa deu anys els investigadors no treballaven fora del context nacional; avui dia, en canvi, la majoria d'ells col·laboren amb col·legues estrangers, amb la qual cosa es fa més i més internacional la comunitat investigadora.

Durant uns quants anys, tal com s'ha dit, la recerca a Dinamarca es va caracteritzar pel fet de mantenir una certa unitat, però tot apunta cap a una futura dissolució en el si d'una comunitat investigadora més global. Potser una de les qualitats distintives que ha mantingut la recerca sobre els mitjans de comunicació a Dinamarca és la seva obertura de mires i la seva flexibilitat, la seva habilitat per adoptar noves aproximacions i adaptar-les a les metodologies i les teories locals. Aquesta podria ser una important contribució danesa al desenvolupament dels estudis sobre els mitjans de comunicació en un context internacional.

Referències bibliogràfiques

- ANDERSEN, M.B. i altres (1974). *Film analyser. Historien i filmen* (= Anàlisi del film. La història al film). Røde Hane.
- ANDERSEN, P.B.; HOLMQVIST, B.; JENSEN, J.F. (1993). *The computer as medium*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BONO, F.; BONDEBJERG, I. (1994) (eds.). *Nordic Television. History, Politics and Aesthetics*, special edition of «Sekvens». Institut for Film & Medievidenskab.
- BONDEBJERG, I. (1993). *Elektroniske fiktioner. TV som fortællende medie* (= Ficcions electròniques. La televisió com a mitjà narratiu). Borgen.
- DROTNER, K. (1988). *English Children and Their Magazines 1751-1945*. New Haven: Yale University Press.
- FAUSING, B.; LARSEN, P. (1980) (eds.). *Visuel Kommunikation* (= Comunicació visual), vol. 1-2. Medusa.
- GRODAL, T. K. (1994). *Cognition, Emotion and Visual Fiction*. Institut for Film & Medievidenskab.
- HJARVARD, S. (1995) *Internationale TV-nyheder* (= Notícies internacionals a la TV). Akademisk Forlag.
- HJARVARD, S.; SØNDERGAARD, H. (1988) *Nærsyn på Fjernsyn* (= Un apropament a la TV). C.A. Reitzel.
- JAUERT, P. i PREHN, O. (1995). *Lokalradio og lokal-tv. Nu og i fremtiden* (= Ràdio local i televisió local. Present i futur). Kulturministeriet.
- JENSEN, J.F. (1991) (ed.). *Analysen af tv og tv-kultur* (= Anàlisi de la televisió i de la cultura de la televisió). Medusa.

- (1993). RASMUSSEN, T. A., STIGEL, J. (eds.). *Reklame - Kultur* (= Publicitat - Cultura). Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- JENSEN, K. B. (1986) *Making Sense of the News* Aarhus: Aarhus University Press.
- (1995). *The Social Semiotics of Mass Communication*. Londres: Sage.
- JERSLEV, A. (1991). *David Lynch i vore øjne* (= David Lynch als nostres ulls). Frydenlund.
- KJORUP, S. (1974). *Filmsemiologi* (= Semiologia del film). Berlingske Forlag.
- LARSEN, P. (1991). *Det private øje* (= L'ull privat). Akademisk Forlag.
- LUND, A. B. (1977). *Magten over Danmarks Radio* (= Controlant la Corporació Danesa de Radiodifusió). Aarhus: Publimum.
- MØLLER, H. i altres (1972). *Udsigten fra det kvindelige univers* (= La mirada des de l'univers femení). Røde Hane.
- POULSEN, K. K. (1986). *Blikfang* (= L'ull del receptor). Aalborg, Aalborg Universitetsforlag.
- RASMUSSEN, T. A. (1995). *Actionfilm og drengekultur* (= Pel·lícules d'acció i cultura de nens), segona edició. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- SCHRØDER, K. (1988). «The Pleasure of Dynasty», a R. PATERSON i P. DRUMMOND (eds.). *Television and its Audience: International Research Perspectives* Londres: British Film Institute.
- SEPSTRUP, P. (1990). *Transnationalization of Television in Western Europe*, Academia Research Monograph, n. 5. Londres: John Libbey.
- SIUNE, K. (1982). *Valgkampe i tv og radio* (= Campanyes electorals a la televisió i a la ràdio). Aarhus: Politica.
- SIUNE, K.; TRUETZSCHELER, W. (1992). (eds.). *Dynamics of Media Politics* Londres: Sage.
- SKOVMAND, M. (1989) (ed.). *Media Fictions* Aarhus: Aarhus Universitetspresse.
- SKOVMAND, M.; SCHRØDER, K. (1992). (eds.). *Media Fictions* Aarhus: Seklos.
- SØNDERGAARD, H. (1994). *DR i tv-konkurrencens tidsalder* (= La Corporació Danesa de Radiodifusió en temps de competència televisiva). Samfundslitteratur.
- THOMSEN, N. (1972). *Dagbladskonkurrencen 1870-1970* (= La competència en premsa diària). Universitetsforlaget.