

Reflections on Public Discussion in the Mass Media

VEIKKO PIETILÄ

Normative reflections upon democracy and the media have emphasized again and again that, in order to function properly, modern democracies require the media to provide “the means whereby the public debate” underpinning these societies “can take place” (Oreja et al. 1998: 9). Beetham and Boyle (1995: 13) think, for example, that the main task of the media, in addition to their ‘watchdog’ role, is their role as a forum for public debate whereby they also serve “the expression of public opinion to the government”. According to Nordenstreng (1997: 18), in Scandinavian countries the “current ‘functions’ of the media” have been condensed into information function, critique function and forum function, the last one involving the media “to provide the representatives of different views the opportunity for publicity”.

But why does the putative forum function of the media get such an emphasis? The answer is quite simple: public discussion has been regarded as a cornerstone for a viable democracy. From “the ancient Greek thought onwards, the general conception of democracy” has been based on specific “assumptions related to the communication sphere”, one of them being that all “decisions are submitted to public discussions” (Splichal 1993: 5). Classically this principle was formulated by the 18th century’s progressive bourgeoisie in the demand that public opinion, being shaped in and through “the critical public debate among private people”, ought to be “the only legitimate source” of decisions and legislation in general (Habermas [1962] 1989: 53, 54).

Public Discussion as Face-to-Face Conversation

One should note, however, that what was traditionally meant by public debate was face-to-face discussion in public. For instance, Peters (1999: 21) has stated that regardless of the emphasis Habermas puts on the press in the 18th century’s public sphere he still “avoids the implication” that the press is “the stage of public conversation”. If the press “enables a wide-scale conversation to take place” (Peters 1995: 10), this is due above all to its working as “a catalyst of conversation” (Salmon & Glasser 1995: 447). This view of the media as “the principal source of conversation”, which takes place in fora safely outside of them, was formulated particularly by Tarde ([1898] 1969: 299). Also Dewey (1927) and Park (e.g. [1923] 1955 and [1940] 1955) approached the relationship between the media and public discussion from a similar perspective.

Some scholars see that the press and the media in general have ceased to reflect and animate public conversation and argument. Carey (1987), for one, thinks that once upon a time there was in the USA a public who kept a viable public discussion going. This public “was activated into a social relation by the news, and, in turn, the primary subject of the news was the public, the opinions being expressed in public by merchants, traders, citizens, and political activists of the time” (p. 10). However, with the turning of journalism into a reporting of what is happening in the remote world of high political decision making, citizens, “denied a public arena, became either consumers of politics or escapists from it” (Carey 1995: 391). This dissolved the public with the consequence that public discussion and debate went into eclipse.

Department of Journalism & Mass Communication, University of Tampere, FIN-33014 Tampere, tivepi@uta.fi

For Schudson (1997: 305), views like those of Carey stem from an assumption that “face-to-face conversation is a superior form of human interaction for which mass communication is a forever flawed substitute”. Behind this acid remark lurks a doubt that in a modern democracy, whose scope oversteps multiply the “small scale social order in which assembly directly governs policy” (Peters 1995: 27), public discussion is difficult to conduct in a face-to-face form. In brief, such a form of “public discourse seems impossible for the modern ‘public’” (p. 16). This claim is clearly an overstatement, but, on the other hand, it is obvious that the media are needed in modern conditions not only as catalysts of conversation but also as arenas on which a more extensive public discussion can be carried out. This brings us back to the question of the forum function of the media.

Public Discussion in the Media: Some Assessments

It is interesting – and symptomatic of his bias to oral discussion – that Carey does not assess the performance of the media as arenas for public discussion. But perhaps there is not much to be assessed. At least such a state of affairs is indicated by demands that, for example, the newspaper should be “a common carrier for civic discourse, a medium for conversation among citizens rather than a conduit for professionally packaged information” (Pauly 1994: viii) or that journalism should offer a site “for readers to become more of a public – that is, for citizens to converse, discuss, argue, and engage each other in a dialogue of comparisons and futures” (Anderson et al. 1994: xxi). Such demands imply that currently the media fulfill their forum function badly.

Anderson et al. (1996: 163) do not deny the existence of public discussions in the media but regard them as “severely truncated”. This is due to the prevailing journalistic practice which tends to focus on “celebrity representatives” with as “extreme points of view” as possible on the issues under debate (p. 163). Such a journalism is “more likely to polarize and entrench opinion rather than encourage discussion” (Anderson et al. 1994: 55). For journalism to be more conversational, it is suggested, among other things, that journalists should “rejoin civil society” and start talking to their recipients “as one citizen to another rather than as experts claiming to be above politics” (Hallin 1992: 20; cf. also Aufderheide 1991).

Some scholars see that the forum function of the media has been undermined through recent developments in the media system. With the growing commercialization of the media, “the citizen is appealed to as a private individual rather than as a member of the public, within a privatized domestic sphere rather than within that of public life” (Garnham 1986: 48). It is difficult to speak of a “rational public discourse” as the media supply becomes “more and more subordinate to audience-attracting and -maintaining commercial logic” (Dahlgren 1991: 11). It is argued that a forum for a truly democratic public debate, which includes “as many of the existing views in a society on the relevant issues as possible”, cannot be guaranteed without reconstituting the public service media as the core sector of the media world (Garnham 1986: 52; see also Curran 1991).

These critical remarks are certainly to the point in the sense that the way the media today attend to the forum function leaves much to be desired. On the other hand, frequently journalists or some outside parties raise to the media arena social issues, which give rise to diverse reactions and call forth editorials, letters to the editor, interview statements and other expressions of opinion from inside and outside of the media – that is, call into life something like a public discussion or debate. It is quite surprising that those criticizing normatively the media performance as a carrier of public discussion pay hardly any attention to this kind of phenomena. Perhaps such ‘exchanges of opinion’ do not fulfill the critics’ criteria for discussion. In my view, however, such processes and the research they have inspired merit a closer inspection in terms of public discussion.

“Moderation Rules OK” – A Case of Generating Public Discussion

I shall begin with an example which, despite its circumscribed nature, serves to shed preliminary light on the subject. The use of alcohol and the policies of its regulation have composed quite a permanent theme in the Finnish public discussion. In bygone years, the Finnish State Alcohol Monopoly (*Alko*) used to take part in the discussion by organizing alcohol education campaigns attempting, through a strategic use of messages, to guide people’s drinking habits in a healthier direction. Traditionally, such campaigns were focused on the individual level, and their effectivity was evaluated on the basis of their capacity to change individuals’ behav-

ior or, at least, attitudes in the desired direction. Often the campaigns proved quite ineffective in this respect.

In 1979 *Alko* launched an education campaign with the catchphrase “Moderation Rules OK”. The campaign was organized so that it enabled the study of its effects on the social climate of opinion (Virtanen 1981a; Piispa 1982). That is, besides trying to impact people’s attitudes or behaviour directly, the campaign attacked them also indirectly by attempting to foster public discussion in the mass media about the campaign themes. Regarding this aspect, the task of the research was to explore to what extent the campaign succeeded in arousing public discussion and how the debate actually proceeded. For Virtanen (1981a: 185), the impact of a campaign message

may be seen from its *generativity*, that is, its power to bring about differing reactions on the various planes of the climate of opinion: ideas, realizations and debate on the small group and individual level, and articles, comment and analysis on the part of the mass media.

Virtanen (p. 185) assumed that “the reactions generated by the campaign” may “constitute even long chains resulting in a widely ramifying bunch of discussions where the most significant disputes may concern issues barely touched upon in the initial message”. In another context he added that, “especially within mass communication, the way of proceeding of the discussion may dismantle interesting linkages: which medium or which person reacts and in which way, what kind of front lines are generated and whom they consist of, etc.” (Virtanen 1984: 15)

In exploring to what extent the “Moderation Rules OK” campaign stirred up reactions on the media arena, Virtanen (1981b: 34-56) found that the first reactions were separate comments which did not make up a discussion. Most of them were positive to the campaign except those of the temperance movement which were highly critical. Some time after the first reactions *Helsingin Sanomat*, the biggest Finnish daily, published a news story reporting the clash between the campaign and the temperance movement. This changed the situation from a non-interactive to an interactive in the sense that the subsequent media reactions engaged in polemics with one another: there emerged a discursive duell between liberals and the temperance movement.

Defining Social Problems – the Constructionist Perspective

This way of studying the possible effects of education campaigns has been called the ‘generativity of education’ approach (Hemánus et al. 1987). As Piispa (1997: 241-260) has remarked, the idea of ‘generativity’ comes close to the constructionist perspective on social problems according to which the problems do not result from objective social conditions but are constructed through collective definition. As Blumer (1971: 301) says, “the process of collective definition determines the career and fate of social problems, from the initial point of their appearance to whatever may be the terminal point in their course”. This process takes place, at least in part, on different public arenas, the mass media being one of them (cf. Hilgartner and Bosk 1988).

The definition process has been specified by saying that problems are constituted by “claims-making activity” (Specter and Kitsuse [1977] 1987: 73). Mundanely, claims-making consists of

demanding services, filling out forms, lodging complaints, filing lawsuits, calling press conferences, writing letters of protest, passing resolutions, publishing exposés, placing ads in newspapers, supporting or opposing some governmental practice or policy [or] setting up picket lines or boycotts (p. 79).

For example, by stepping forth and making a claim that a given condition is mischievous and must be improved, individuals and groups define it as a problem. With time, the initial claim may be “refined, and passed from one set of participants to another”, and new participants may enter “the claims-making activity, redefine the problem, and shift the focus of activity” (p. 125). The problem becomes, simply, “the object of discussion, of controversy, of differing depictions, and of diverse claims” (Blumer 1971: 303). What this activity produces, is called “social problems discourse” or “social problems language game” (Ibarra and Kitsuse 1993: 32, 33).

Constructionist research on social problems does not concern, at least not in the first place, the objective conditions of some problem but the claims-making activity first establishing something as a problem. Yet, constructionists have disputed somewhat over the role of objective conditions in the re-

search: strict constructionists exclude them altogether while contextual constructionists take them into account, for example, as grounds for judgment to what extent the claims made correspond to or deviate from those conditions (Best 1989 and 1993). But also the latter ones focus in the first place on the discourse or language game through which the problems under study develop. The objective conditions – which, of course, are themselves constructions produced through official statistics, social scientific research, etc. – come along then to check the validity of the claims or to “explain why particular claims emerge when they do” (Best 1989: 247).

For many constructionists, the claims-making processes have a career which passes various stages. Blumer (1971: 301) singled out five stages: “(1) the emergence of a social problem, (2) the legitimation of the problem, (3) the mobilization of action with regard to the problem, (4) the formation of an official plan of action and (5) the transformation of the official plan in its empirical implementation”. Spector and Kitsuse ([1977] 1987: 137-158) proposed a four-stage model where the first stage covers the initial claims-making activity and the second the responses to it by some official organization or agency. The third and fourth stages “represent a kind of ‘second generation’ social problem in which the solutions to previous problems (the responses to previous demands) become the basis for renewed claims and demands” (p. 142).

Both Blumer and Spector and Kitsuse emphasized that movement from one stage to the next is highly problematic so that the process may break off at whichever stage. Even with this caveat, however, the validity of the stage models remains questionable (cf. Hilgartner and Bosk 1988). For example, Neuman (1998) found that the claims-making process he investigated did not follow Spector and Kitsuse’s four-stage model. Rather, the “competing groups, including state actors, asserted claims many times in several forms with multiple definitions” (p. 329). Claims-making seems thus to be a “non-linear process of constructing meaning that gets enmeshed with other issues on multiple ‘fronts’” (p. 329). Perhaps stage models should be conceived, at the most, as ideal types from which real processes deviate more or less.

Another important point in this context concerns the publicity of claims-making. As especially Hilgartner and Bosk (1988: 58) have stressed, social problems “must compete both to enter and to remain on public agenda”. On the one hand, those making efforts to advance some putative conditions to the

status of social problem, are in sore need of publicity because publicity is an indispensable resource for getting the problem candidate recognized generally as a real problem. On the other hand, publicity is a scarce resource since each public arena “has a carrying capacity that limits the number of social problems that it can entertain at any one time” (p. 59). Problems having a foothold in public arenas are thus continually in danger of being dropped out.

Despite the necessity of publicity for the claims-makers, not necessarily all of their activities take place in public. Even much of them may be carried out behind closed doors. But in so far as claims constituting a particular problem are made on public arenas, they compose something like a public discourse or debate. Public arenas “include the executive and legislative branches of government, the courts, made-for-TV movies, the cinema, the news media (television news, magazines, newspapers, and radio), political campaign organizations, social action groups, direct mail solicitations, books dealing with social issues, the research community, religious organizations, professional societies, and private foundations” (Hilgartner and Bosk 1988: 58-59). Here, the attention is on the mass media.

Given the points above, one would expect that there would be a lot of constructionist research exploring the claims-making activity in the media in terms of public discussion or debate. This seems not to be the case, though. Often the analyses of the media material have concentrated on other aspects than those constituting a discussion. Typical examples are Johnson’s (1989) study of the role of horror stories, published by U.S. newspapers, in the construction of child abuse as a social problem, or Reinerman and Levine’s (1989) analysis of how the U.S. media succeeded to stir up, in the latter part of the 1980s, a “crack scare” by reporting highly dramatized data on the use and the destructive effects of this drug. Neither study did approach the claims-making activity as a form of public discussion.

There are, of course, investigations which feature the claims-making activity as a discussion-like process. One example is Piispa’s (1997) study concerning the definition activity in the press around the alcohol problem. There he posed his objective as follows (p. 248):

I will describe neither the concrete processes in defining alcohol as a problem, nor the interactions between the definers or the chains that their actions form, but the results of the processes: the basic definitions of the alcohol

problem, and the designs of alcohol policy associated with them.

Piispa implies here, first, that what he studied was actually a public discussion consisting of interactions between actors, and, second, that it could have been studied as such. Yet, he himself was not interested in the discussion as such but only in what definitions it produced. In this way the discussion was reduced largely to its content. This did not, however, strip the process of its debate-like character altogether in Piispa's treatment. Namely by specifying the clashes between definitions put forth by different parties he enabled the reader to view the definition process as a discursive struggle on a public arena. A similar example is offered by Välliverronen (1996), who studied the clashing public discourses over the forest damages in Finland in the late 1980s.

Perhaps – as these examples indicate – one might consider public discussion on differing levels of generality. On a microscopic level, the discussion would consist of concrete utterances made by particular individuals and groups, while on a macroscopic level one would be dealing with more general discourses into which the concrete utterances can be condensed. On the microscopic level, the discussion would take place between individuals and groups; on the macroscopic level, again, between discourses. From this perspective, the above studies of Piispa and Välliverronen would represent the macroscopic approach to public discussion. But such an approach has been rare in the constructionist research, to speak nothing of a microscopic approach to public discussion.

Where is the Public?

There are surely many reasons why the constructionists have ignored the discussion-like nature of claims-making processes and concentrated instead, at the most, on their substantial results. This is quite understandable if one thinks, as Hakulinen (1997: 15), that “the word *discussion* brings in mind, in the first place, something substantial: a discussion is carried out over some subject matter”. Furthermore, if the constructionists are “primarily concerned with the definitional activities” (Troyer 1989: 53), then there are some grounds to focus on the content of the claims made and to leave the interactional aspect of the claims-making process aside.

In my view, however, this objective has unnecessarily narrowed the research by pushing the claims-makers in the margins. Mauss (1989), for one, has tried to put them back in the focus by insisting that

the construction of social problems ought to be theorized from the perspective of social movements. Instead of social movements, I would like to start with a certain notion of the term ‘public’. The term itself has many meanings. Merely as a noun it denotes, first, something that is opposite to the private and the secret, but also, second, different human collectives. Price (1992: 35-43) has singled out five collectives or categories of people to which the term ‘public’ has been applied. From the broadest to the narrowest they reach from the whole population via the electorate and those who follow public affairs to active or issue publics, that is, to people who take part in public affairs or act on public issues or problems.

The concept of public as an active or issue public was developed especially within the study of collective behavior. This study is rooted in the late 19th century's crowd psychology and, above all, in Gabriel Tarde's thinking. Unlike the other top name of crowd psychology, Gustave Le Bon, who saw only crowds in society, Tarde ([1901] 1969) made a distinction between the crowd and the public. While a crowd consists of people present at the same place at the same time, a public consists of people who are physically separate and whose unity is purely mental. This unity becomes established when a common medium, like a newspaper, arouses a conviction or passion simultaneously in the minds of a body of people. Beyond these distinctive features publics were, for Tarde, quite like crowds.

Robert E. Park ([1904] 1972) drew a tighter distinction between the crowd and the public. For him, they are constituted through different modes of interaction. Where “the crowd submits to the influence of a collective drive which it obeys without criticism”, the public, which consists of people with clashing opinions, “is guided by prudence and rational reflection” (p. 80). Its specific mode of interaction is critical discussion purported to reconcile the conflict which initially called the public into being. Thus, where Tarde saw the public as being united by a common conviction or passion, Park regarded it as divided in opinion. A corollary is that Tarde saw publics as more or less permanent while Park saw them as temporary formations bound to dissolve sooner or later.

This line of thought continued via John Dewey (1927), Herbert Blumer ([1946] 1961 and [1947] 1965) and C. Wright Mills ([1956] 1995) onwards. Blumer ([1946] 1961: 373), for one, defined the public to refer “to a group of people (a) who are confronted by an issue, (b) who are divided in their ideas as to how to meet the issue, and (c) who en-

gage in discussion over the issue". A public aspires to find an agreeable solution to the disputed issue or at least to form a public opinion to be brought into purview of those whose duty it is to act on the issue (Blumer [1947] 1965). In sum, the specific sense of the public, developed within the study of collective behavior, was that it is "a dispersed group of people interested in and divided about an issue" and "engaged in discussion of the issue", with the purpose of contributing to its solution (Turner and Killian 1972: 179).

A public defined in this way comes close to people engaged in claims-making activity. In such a case there is an issue, there are people who are interested in but divided about it, and there is discussion in the sense that people make claims with the apparent intention to influence the fate of the issue. Given this, one would have expected that at least Blumer would have taken advantage of the term 'public', in the sense he himself defined it in the 1940s, in his 1971 essay where he launched the idea of social problem definition "as collective behavior" (Blumer 1971: 298). But alas, he seems to have forgotten totally his earlier views. There is not a whit of public in this sense in his essay. This holds true also regarding the subsequent constructionist texts.

If the constructionists use the term 'public' at all, they refer with it to the passive onlookers to which the active claims-makers try to appeal. Statements claiming that social problems, as defined on different public arenas, are "presented to the public" (Hilgartner and Bosk 1988: 59), or that "claimants' discursive practices" are a means for "demarcating moral objects of relevance to a 'public'" (Ibarra and Kitsuse 1993: 32), locate the public firmly outside of the nucleus taking actively part in the collective definition process. Where Blumer ([1946] 1961: 373) referred, in the 1940s, with the term public to an active body of people, the body to which the constructionists refer with it is essentially a passively receiving one. In this way the term has been stripped of all its earlier dynamic characteristics.

It seems to me that without a view of the claims-makers as a public constituted by a discursive mode of interaction, things like interaction and discussion do not seem to come easily to the fore. Spector and Kitsuse ([1977] 1987: 78), for ones, certainly see claims-making as "a form of interaction", but only in the sense of "a demand made by one party to another that something be done about some putative condition". In other words, they see claims-makers and the agencies, to whom claims are directed, as "interacting in claims-making activity" (p. 83), but

fail to pay corresponding attention to the interaction among the claims-makers themselves.

The problems do not stop at this. Smith (1993: 329-330), for one, has noted the somewhat astonishing fact that the constructionist theory has seldom located the collective definition process of social problems explicitly in the public sphere. In fact, the whole idea of a public sphere, reproduced through public discussion, seems quite alien to this theory. Why may this be? One is, again, tempted to think that a reason for this is the theory's lack of a view of public as an actively discussing collective. As already stated, such a view would have been available in the concept of public developed within the traditional analysis of collective behavior – a concept that is a clear derivative from the classic democratic ideal of the public as a critically discussing body of people in the public sphere (cf. Habermas [1962] 1989).

This lacunae in the constructionist theory comes into sight in its view of the media, too. One problem is that, although "the press and media" are spoken of, they "are not explored as a medium integral to the social organization of a social problem", as Smith (1993: 330) has remarked with a reference to Spector and Kitsuse ([1977] 1987: 145). And the expositions, which pay more notice to the media (e.g. Schoenfeld, Meier and Griffin 1979, Schneider 1985: 221-223 and Maynard 1988: 322-325), seem to "carry an underlying view of mass communication processes as linear, flow or transmission oriented" (Hansen 1991: 447). The media are seen as platforms on which the advocates of various problems strive to step to make "claims to publics at large" (Gubrium 1993: 92). Such a view tends to forget that the processes making up the careers of social problems are "interactive and parallel, rather than unilinear", even in regard to the media (Hansen 1991: 454).

What is Public Discussion in the Media Anyway?

In spite of all this, there are analyses of media content, carried out both inside and outside of the constructionist camp, that have posed their object of study in terms of public discussion or that at least speak of it in these terms. In Finland, constructionist research includes, for example, Piispa's (1997) study on public discussion over alcohol policy and Väliaverronen's (1996) study on public discussion over forest damages. Studies not based expressly on constructionism include, to give some

examples, analyses of public discussion over nuclear energy and Finnish energy policy in general (Sänkiahö and Rantala 1987, Kantola, Haverinen and Peuhkuri 1993), over the question of Finland's membership with the EU (Heikkilä 1996 and 1998), and over Finnish strategies of moving into information society (Hintikka 1999).

What catches one's eye in these studies is that, even though they talk of their object as public discussion or debate, they do not define these terms or even characterize them any closer. The study of Kantola, Haverinen and Peuhkuri (1993) is an exception. Moreover, these studies do not analyze their objects as interactive processes, that is, as temporally developing bunches of interlinked speech-acts. Instead, they concentrate on the contents of the discussions analysing, for example, what kind of standpoints there have been presented, how the standpoints are justified etc. In some cases this has only brought about a shift from the microscopic public discussion to the macroscopic 'discussion between discourses', but in most cases the consequence has been the transformation of public discussions into collections of non-linked expressions of opinion. Thereby the mass media are approached not as fora for public discussion but, to resort to an old venerable catchphrase, as market-places of ideas.

Kantola, Haverinen and Peuhkuri (1993), who have reflected to some extent upon what public discussion might mean, define it as follows (p. 24):

The concept of 'public discussion' can be comprehended as an interlocution between two or more social agents. This interlocution creates dialectically new realities into the consciousness of the actors as it gives rise to new states of affairs, standpoints, opinions, views, and arguments that often are something more than the initial separate utterance.

The researchers thus conceive public discussion, quite similarly as it was envisaged within the 'generativity of education' approach, as an interactively developing chain of public speech-acts. They imply, moreover, that this process may constitute a learning experience for the participants. Therefore, the study should pay due notice to "how the repetition of messages and, on the other hand, the entering of new messages in the discussion influence the way in which the discussants see the reality" (p. 25). Naturally there are also public discussions which are conducted from fixed positions and which do not instigate any changes among the discussants.

When considering the mass media as an arena for public discussions, Kantola and his colleagues remark that even such material, which appears as pure information, may be a part of a discussion. In fact, public discussion may be carried on in all "contents of mass communication, excluding perhaps only advertising" (p. 2). Their promising starting points notwithstanding, the researchers did not analyze their material – news and op-ed writings concerned with questions of Finnish energy policy – in terms of an interactive, temporally developing public discussion. The reason for this seems to be the lack of an adequate methodology – "the description of a discussion as a process consisting of different phases requires the content analytical methods to be developed to a more dynamic direction", the researchers state (p. 92).

Anyway, the views of Kantola and his colleagues, as well as those developed already earlier within the 'generativity of education' approach, offer fruitful insights into public discussion in the mass media. Here I would like to add to them one important point. Splichal (1997: 111), when reflecting upon public opinion, once referred to Tönnies' view according to which public opinion is "the 'opinion of the public'". We might say similarly that *public discussion is the discussion of the public*. The term 'public' is utilized here naturally in the same meaning as it was used within the traditional analysis of collective behavior. Remember that the mode of interaction, which constitutes a public in this sense, is discussion taking place in some public sphere, be it specific such as a meeting or general such as the mass media.

To elaborate this a bit: the public in this sense is not a pregiven group whose members would enter into discussion with each other, but a collective which first begins to develop in and through discussion. For example, a claims-making public starts to take form only after somebody has initiated it by making a claim in public, and its formation takes place in tandem with the public reactions – both supportive and opposing – which this initial claim calls forth. There is thus a mutual constitution process: the discussion and the public condition reciprocally each other. In fact, we can say, twisting Dewey (1916: 15) a little, that a public does not only exist *by* discussion "but it may be fairly said to exist" *in* discussion.

One could perhaps consider a public discussion as a "phenomenon comparable with a game" (Kantola, Haverinen and Peuhkuri 1993: 11), where the members of the discussing public act as the

players. Each contribution to the discussion would then be a move in the game. For example, in the trajectory of a claims-making public the initial claim-making is the first move which calls other players to come along and to contribute to the development of the game with their moves. A claims-making process might thus be seen as a complex, temporally shifting constellation of moves and countermoves. It should be noted that this idea is a small-scale application of the more general sociological view that interaction is like playing a game (for a more elaborate application of this view, see K. Pietilä and Sondermann 1994; cf. also 1997).

One must ask, however, how far the metaphor of game is valid in this case. Consider, for example, a set of contributions which concern the same issue and which have appeared during a certain period in different media. One can think that each contribution is elicited by one or more preceding contributions and is, therefore, a response to them in quite the same sense as a move on checkboard is a response to preceding moves. The critical question is, however, to what extent the contributions disclose which previous 'moves' they respond to and, consequently, to what extent the set in question can be reconstructed as a series of interlinked 'moves'. This question gives reason to reflect once more upon why studies posing their object in terms of public discussion have nonetheless slid over the discussions as interactive processes.

I have already presented some possible reasons for this. Here comes a further possibility: maybe it is simply so that what would in principle be an interactive process does not appear as such in the contents of the media. First, the discussants themselves may consider it unnecessary to relate their contributions to those which have elicited them. After all, what counts most for each one is what he or she himself has to say. Second, in cases where the contributions are filtered through journalists, the journalists may report only the most striking opinions and dismiss the rest of the material, including all intertextual hints at others' contributions which it may include. In both cases, the contributions would be shorn of all marks of interactivity, which would make them appear as insulated monologues instead parts of a dialogue (cf. Heikkilä and Kunelius 1997: 9-10).¹ A public discussion on the net would probably be different in this respect.

Moreover, there may be cases which cannot be characterized as discussions but, at the most, as quasi- or pseudo-discussions. For example, if an intervention, such as the "Moderation Rules OK" campaign, elicits separate comments, these com-

ments do not make up a real discussion although they are responses to the intervention. Also a public exchange of opinions, conducted from fixed positions and iterating only the entrenched opinions of the discussants, is more like a quasi-discussion than a genuine one, because such an exchange of opinions do not amount to a genuine interaction but a sort of interreaction. At least one can say that there are different types of public discussions – for example, such that get nowhere and such that proceed. Of course, one and the same discussion may vary between stages of stagnation and stages of progress.

The above notion of discussion rests on the view that its defining characteristics are interactivity and dialogical nature. That is, in order to compose a discussion the utterances must react or relate to one another at least to some degree. But to what degree? And must every utterance do so? Let us imagine a meeting where every participant expresses his or her opinion about the issues under discussion without relating their say to the others' utterances. Is this a discussion or not? If it is not, how many participants must take notice of what others say in order there to be a discussion? Is the discussion composed only of those utterances that do take notice of the others' utterances? How can it be ascertained that a given utterance takes or does not take notice of what others say? As can be seen, it is not easy to say when there is a discussion and when not – even though one would feel that few other things can be identified so readily as a discussion.

Concluding Remarks

I started this essay by calling attention to the importance which those approaching democracy and the media from a normative perspective have granted to the media as arenas for public discussion. Compared with this emphasis, it is quite amazing that – as I have tried to show – the performance of the media as such arenas is poorly studied and that even the meaning of public discussion has remained obscure. Perhaps public discussion belongs to those phenomena which are too familiar and which, due to this, seem so simple and straightforward as to warrant no further reflection. This might explain why, at least in Finland, the only criterion for the use of the term 'public discussion' seems to be that the instance in question has something to do with publicity.

If public discussion is as vital for democracy as it has been argued to be – and I think it is albeit not necessarily in the forms in which it is conducted today – it merits to be taken seriously also outside the

normative circles and given definite room on both theoretical and empirical agendas. Theoretically, at least, one can insist that public discussion corresponds to a communicative situation which Krippendorff (1969: 91) has characterized as

comprising several communicators, each pursuing its own objectives. The [evolving] text [...] cannot be considered as single consistent discourse but as representing a pattern of linguistic and non-linguistic interactions between parties, a chronology of exchanges among purposive communicators. Each of these exchanges is generated by one party and directed to other parties. Being a response to previous exchanges, each of them is [located at] a point in time relative to each other.

An important question is whether or not public discussions are researchable as such processes of interaction. The problem is, as indicated already above, that although exchanges are responses to earlier exchanges and directed to other parties of the discussing public, they may not contain clear intertextual marks of this. This question, however, cannot be answered on a theoretical level but requires empirical inquiries into real discussions. If their study as in-

teractive processes proves possible, the way is open to the investigation of questions which the research of public discussion has hitherto not touched upon – as, for example, whether or not the discussants are willing and able to take lessons from one another as the discussion proceeds.

Last but not least: theoretical thinking and empirical research on public discussion cannot make real progress without the rehabilitation of the term 'public' in the sense it had in the traditional theory of collective behavior. Openings toward this direction has already been made within the so called public journalism movement (see Rosen 1994, Heikkilä and Kunelius 1996 and Coleman 1997). Public discussion should be comprehended as the discussion of such a public. The view that those taking part in a public discussion compose a public, would keep in mind that what is at stake is an interactive and social process even though not all cases would be researchable as such processes. Moreover, the term would keep the empirical research connected to two sources from which it can absorb vigour – to the theories of publicness and public sphere, on the one hand, and to the democratic ideals implied by these theories, on the other.

Note

1. Even if the contributions appearing in the media over some issue would actually relate dialogically to each other, it is not sure that the audience would realize this and see the contributions as making up a discussion.

References

- Anderson, Rob, Robert Dardenne and George M. Killenberg (1994) *The Conversation of Journalism: Communication, Community, and the News*. Westport, CT: Praeger.
- Anderson, Rob, Robert Dardenne and George M. Killenberg (1996) The American Newspaper as the Public Conversational Commons. *Journal of Media Ethics*, 11:3, 159-165.
- Aufderheide, Patricia (1991) Public Television and the Public Sphere. *Critical Studies in Mass Communication*, 8:2, 168-183.
- Beetham, David and Kevin Boyle (1996) *Introducing Democracy: 80 Questions and Answers*. Cambridge: Polity Press.
- Best, Joel (1989) Afterword. Extending the Constructionist Perspective: A Conclusion – and an Introduction. In Joel Best (ed.) *Images of Issues: Typifying Contemporary Social Problems*, 243-253. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Best, Joel (1993) But Seriously Folks: The Limitations of the Strict Constructionist Interpretation of Social Problems. In James A. Holstein and Gale Miller (eds.) *Reconsidering Social Constructionism: Debates in Social Problems Theory*, 129-147. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Blumer, Herbert ([1946] 1961) The Crowd, the Mass, and the Public. In Wilbur Schramm (ed.) *The Process and Effects of Mass Communication*, 363-379. Urbana: University of Illinois Press.
- Blumer, Herbert ([1947] 1965) Public Opinion and Public Opinion Polling. In Daniel Katz et al. (eds.) *Public Opinion and Propaganda: A Book of Readings*, 70-78. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Blumer, Herbert (1971) Social Problems as Collective Behavior. *Social Problems*, 18:3, 298-306.
- Carey, James W. (1987) The Press and the Public Discourse. *The Center Magazine*, 20:2, 4-16.
- Carey, James W. (1995) The Press, Public Opinion and Public Discourse. In Theodore L. Glasser and Charles T.

- Salmon (eds.) *Public Opinion and the Communication of Consent*, 373-402. New York: Guilford Press.
- Coleman, Renita (1997) The Intellectual Antecedents of Public Journalism. *Journal of Communication Inquiry*, 21:1, 60-76.
- Curran, James (1991) Mass Media and Democracy: A Reappraisal. In James Curran and Michael Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society*, 82-117. London: Edward Arnold.
- Dahlgren, Peter (1991) Introduction. In Peter Dahlgren and Colin Sparks (eds.) *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, 1-24. London: Routledge.
- Dewey, John (1916) *Democracy and Education*. New York: Macmillan.
- Dewey, John (1927) *The Public and Its Problems*. New York: Henry Holt.
- Garnham, Nicholas (1986) The Media and the Public Sphere. In Peter Golding, Graham Murdock and Philip Schlesinger (eds.) *Communicating Politics*, 37-53. New York: Holmes & Maier.
- Gubrium, Jaber F. (1993) For a Cautious Naturalism. In James A. Holstein and Gale Miller (eds.) *Reconsidering Social Constructionism: Debates in Social Problems Theory*, 89-101. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Habermas, Jürgen ([1962] 1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Hakulinen, Auli (1997) Johdanto (Introduction). In Liisa Tainio (ed.) *Keskustelunalyysin perusteet* (The Foundations of Conversation Analysis) 13-17. Tampere: Vastapaino.
- Hallin, Daniel C. (1992) The Passing of the "High Modernism" of American Journalism. *Journal of Communication*, 42:3, 14-25.
- Hansen, Anders (1991) The Media and the Social Construction of the Environment. *Media, Culture & Society*, 13:4, 443-458.
- Heikkilä, Heikki (1996) "Teemmepä kumman päätöksen tahansa...": EU-keskustelun rakentuminen valtavirtamediassa 1992-1994 ("Whichever Decision We Make...": The Construction of the Discussion over the EU in the Mainstream Media, 1992-1994). In Ullamaija Kivikuru (ed.) *Kansa euromyllyssä* (The People in the Euro Mill) 65-106. Helsinki: Helsinki University Press.
- Heikkilä, Heikki (1998) Luottamus ja epäluulo: valtion ja kansalaisuuden ideat Helsingin Sanomain EU-keskustelussa (The Trust and the Mistrust: The Ideas of State and Citizenship in the Discussion over EU in Helsingin Sanomat). In Marja Keränen (ed.) *Kansallisvaltion kielioppi* (The Grammar of the Nation State) 90-108. SoPhi 28. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Heikkilä, Heikki and Risto Kunelius (1996) Public Journalism and Its Problems: A Theoretical Perspective. *Javnost/The Public*, 3:3, 81-95.
- Heikkilä, Heikki and Risto Kunelius (1997) Julkisen journalistin äärellä (Access, Dialogue, Deliberation). *Tiedotustutkimus*, 20:4, 4-21.
- Hemánus, Pertti et al. (1987) *Virittävyyden ongelma* (The Problem of Generativity). Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja, C:9.
- Hilgartner, Stephen and Charles L. Bosk (1988) The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94:1, 53-78.
- Hintikka, Kari A. (1999) Puheenvuorojen kirjasto 2: keskustelua tietoyhteiskuntastrategiasta (The Library of Contributions 2: Discussion over the Strategy of Information Society). *Sitra* 219.
- Ibarra, Peter R. and John I. Kitsuse (1993) Vernacular Constituents of Moral Discourse: An Interactionist Proposal for the Study of Social Problems. In James A. Holstein and Gale Miller (eds.) *Reconsidering Social Constructionism: Debates in Social Problems Theory*, 25-58. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Johnson, John M. (1989) Horror Stories and the Construction of Child Abuse. In Joel Best (ed.) *Images of Issues: Typifying Contemporary Social Problems*, 5-19. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Kantola, Ismo, Risto Haverinen and Timo Peuhkuri (1993) Energiatietämys julkisessa keskustelussa (Energy Related Cognizance in Public Debating). Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitoksen energiajulkaisu 8/93.
- Krippendorff, Klaus (1969) Models of Messages: Three Prototypes. In George Gerbner et al. (eds.) *The Analysis of Communication Content*, 69-106. New York: John Wiley & Sons.
- Mauss, Armand L. (1989) Beyond the Illusion of Social Problems Theory. In James A. Holstein and Gale Miller (eds.) *Perspectives on Social Problems*, vol. 1, 19-39. Greenwich, CT: JAI Press.
- Maynard, Douglas W. (1988) Language, Interaction and Social Problems. *Social Problems*, 35:4, 311-334.
- Mills, C. Wright ([1956] 1995) The Mass Society. In Robert Jackall (ed.) *Propaganda*, 74-101. Houndmills: The Macmillan Press.
- Neuman, W. Lawrence (1998) Negotiated Meanings and State Transformation: The Trust Issue in the Progressive Era. *Social Problems*, 45:3, 315-335.
- Nordenstreng, Kaarle (1997) The Citizen Moves from the Audience to the Arena. *Nordicom Review*, 18:2, 13-20.
- Oreja, Marcelino et al. (1998) *The Digital Age: European Audiovisual Policy*. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy. Brussels: European Commission.
- Park, Robert E. ([1904] 1972) *The Crowd and the Public and Other Essays* (ed. by Henry Elsnor, Jr.). Chicago: The University of Chicago Press.
- Park, Robert E. ([1923] 1955) The Natural History of the Newspaper. In The Collected Papers of Robert Ezra Park, vol. III: *Society*, 89-104. Glencoe, IL: The Free Press.

- Park, Robert E. ([1940] 1955) News as a Form of Knowledge. In *The Collected Papers of Robert Ezra Park*, vol. III: *Society*, 71-88. Glencoe, IL: The Free Press.
- Pauly, John J. (1994) Foreword: Making the News Relevant to Democracy. In Rob Anderson et al., *The Conversation of Journalism*, vii-xvii. Westport, CT: Praeger.
- Peters, John Durham (1995) Historical Tensions in the Concept of Public Opinion. In Theodore L. Glasser and Charles T. Salmon (eds.) *Public Opinion and the Communication of Consent*, 3-32. New York: Guilford Press.
- Peters, John Durham (1999) *Media, Conversation, and Democracy*. Paper presented in the seminar "Citizenship and/in Journalism" at the University of Tampere, April 23rd and 24th 1999.
- Pietilä, Kauko and Klaus Sondermann (1994) *Sanomalehden yhteiskunta* (The Newspaper's Society). Tampere: Vastapaino.
- Pietilä, Kauko and Klaus Sondermann (1997) Torn Between Society and Individual. Associations: *Journal for Social and Legal Theory*, 1:1, 11-23.
- Piispa, Matti (1982) Virittäkö valistus? (Does Education Have Generative Effects?). *Tiedotustutkimus*, 5:3, 41-50, 76.
- Piispa, Matti (1997) *Valistus, holhous, suojelu: tutkimus alkoholipoliittisesta ja tupakkapoliittisesta mielipideilmastosta* (Popular Education, Paternalism, Protection: Public Discourse on Alcohol Policy and Tobacco Policy in Finland). Acta Universitatis Tampereensis 564.
- Price, Vincent (1992) *Communication Concepts 4: Public Opinion*. Newbury Park, CA: Sage.
- Reinerman, Craig and Harry G. Levine (1989) The Crack Attack: Politics and Media in America's Last Drug Scare. In Joel Best (ed.) *Images of Issues: Typifying Contemporary Social Problems*, 115-137. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Rosen Jay (1994) Making Things More Public: On the Political Responsibility of the Media Intellectual. *Critical Studies in Mass Communication*, 11:4, 363-388.
- Salmon, Charles T. and Theodore L. Glasser (1995) The Politics of Polling and the Limits of Consent. In Theodore L. Glasser and Charles T. Salmon (eds.) *Public Opinion and the Communication of Consent*, 437-458. New York: Guilford Press.
- Schneider, Joseph W. (1985) Social Problems Theory: The Constructionist View. *Annual Review of Sociology*, vol. 11, 209-229.
- Schoenfeld, A. Clay, Robert F. Meier and Robert J. Griffin (1979) Constructing a Social Problem: The Press and the Environment. *Social Problems*, 27:1, 38-61.
- Schudson, Michael (1997) Why Conversation is Not the Soul of Democracy. *Critical Studies in Mass Communication*, 14:4, 297-309.
- Smith, Dorothy E. (1993) "Literacy" and Business: "Social Problems" as Social Organization. In James A. Holstein and Gale Miller (eds.) *Reconsidering Social Constructionism: Debates in Social Problems Theory*, 327-346. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Spector, Malcolm and John I. Kitsuse ([1977] 1987) *Constructing Social Problems*. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.
- Splichal, Slavko (1993) Searching for New Paradigms: An Introduction. In Slavko Splichal and Janet Wasko (eds.) *Communication and Democracy*, 3-18. Norwood, NJ: Ablex.
- Splichal, Slavko (1997) Public Opinion as a Panopticon: A Critique of the Spiral of Silence. In Jan Servaes and Rico Lie (eds.) *Media & Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalization*, 111-125. Leuven: Acco.
- Sänkiahö, Risto and Harri Rantala (1987) *Ydinvoima-argumentaatio: analyysi suomalaisesta ydinvoimakeskustelusta* (Arguments for and against Nuclear Energy: An Analysis of the Finnish Discussion over Nuclear Energy). Tampereen yliopiston yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos, sarja B:47.
- Tarde, Gabriel ([1898] 1969) Opinion and Conversation. In Gabriel Tarde, *On Communication and Social Influence* (ed. by Terry N. Clark) 297-318. Chicago: The University of Chicago Press.
- Tarde, Gabriel ([1901] 1969) The Public and the Crowd. In Gabriel Tarde, *On Communication and Social Influence* (ed. by Terry N. Clark) 277-294. Chicago: The University of Chicago Press.
- Troyer, Ronald J. (1989) Are Social Problems and Social Movements the Same Thing? In James A. Holstein and Gale Miller (eds.) *Perspectives on Social Problems*, vol. 1, 41-58. Greenwich, CT: JAI Press.
- Turner, Ralph H. and Lewis M. Killian (1972) *Collective Behavior* (2nd edition). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Virtanen, Matti (1981a) Miten arvioida valistuksen vaikutuksia? (How to Assess the Effects of Education?) *Alkoholipoliittikka*, 46:4, 184-191.
- Virtanen, Matti (1981b) Valistuksen virittävyys: Kohtuus on olemassa -kampanja Alkon politiikan osana (The Generativity of Education: the 'Moderation Rules OK' Campaign Considered as a Part of Alko Policy). Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimusseloste no. 147.
- Virtanen, Matti (1984) Valistuksen vaikutukset (The Effects of Education). *Tiedotustutkimus*, 7:1, 12-17.
- Väliverronen, Esa (1996) *Ympäristöuhkan anatomia* (The Anatomy of an Environmental Threat). Tampere: Vastapaino.

The Genealogy of News

Researching Journalistic Food-Chains

ANKER BRINK LUND

The number of original journalism studies is growing slowly in spite of the fact that this field of research may indeed offer valuable insights into matters neglected by traditional mass media researchers. The limited amount of studies closely related to practical journalism is primarily due to scepticism among practitioners of the trade. Journalists resent being researched, and the understandable resentment makes data collection difficult for researchers

Consequently, we know quite a lot about news contents and audience reactions towards media products. But aside from the individualistic gatekeeper research, few studies have focused on the production of news in a genealogical perspective answering fundamental questions concerning who produce original news, and how journalists collectively set the agenda for the ongoing process of news production.¹

Denmark as a relatively small country with a limited amount of news providers and relatively few professional journalists makes it possible to answer such questions at a comprehensive level, i.e. covering all national news media and their interrelations. No such effort, however, has been attempted until 1999 in spite of the fact that media research in the Scandinavian countries have a long tradition for content analysis of selected media conducted within a comparative framework (e.g. Andersen et al., 1977; Bakke & Siune, 1972; Becker et al, 1996; Hjarvard, 1999; Sand & Helland, 1998; Søllinge, 1999). Scandinavian and Finnish research has also contributed to the understanding of globalization of news contributing to transnational, comparative studies (e.g. Boyd-Barrett &

Rantanen, 1998; Bruhn Jensen, 1998). One Swedish study offer a more comprehensive data base covering most national media at one specific day (Nordstedt, 1994), and one project has researched a week of news in selected media over time (Ekecrantz & Olsson, 1994). But a current, comprehensive, and across-the-board analysis of media content nation-wide over a full week has never before been reported.

A grant from the Danish Parliament (Magtudredningen: *An Analysis of Democracy and Power in Denmark*) has enabled us to cover all national, regional and local news media excluding trade papers and magazines. Given a tally of all news items, input to and output from the national news agency (Ritzaus Bureau), plus comments from the journalistic shop-floor gathered by interviews and observation (ad modum Elliott, 1972), we may consequently venture to answer the basic question of journalism studies: who lives on whom in journalistic food-chains?

Content analysis of one November week, 1999, has been conducted. Methodically the research is founded in Lund (1997 & 1999) and project design inspired by Ekecrantz & Olsson, 1990; Høyer, 1982; Petersson & Carlberg, 1990. From Monday the 15th till Sunday the 21st all news items from 33 daily newspapers, the two public service television stations, the national radio station, eight local radio stations, and nine regional TV-stations have been counted and coded. Supplementing the content analysis (30,798 items) we conducted telephone interviews (1,005 respondents) with a representative sample of the Danish population Based upon this data the research project – One Week of Danish News – is intended to inform the heated debate about competing news efforts originating from press, radio and TV.

University of Southern Denmark, Campusvej 55,
DK-5230 Odense, abl@journalism.sdu.dk

Overrated TV News

Our survey data indicate that TV comes out on top of the list when media consumers are asked to assess news transmission. The survey was designed to allow respondents to name several sources of current events. 58% said that they had their most important news items from TV, and 41% of these said it was from the two national public service TV channels. The daily newspapers taken together was named as a primary source by 32%. The national radio news programme, *Radioavisen*, together with the regional radio programmes scored 14%. In spite of great expectations in relation to the Internet, only 0.7% of Danes gave this as their most important source in terms of current events.

There is nothing new in TV coming out on top. But the design of the research project makes it feasible to check the respondents' answers against the factual content of the various media. This test reveals that a substantial number, one fifth of the events that respondents thought they had seen on TV, had in fact never been so transmitted. Respondents remember wrongly and in so doing overestimate TV as a news medium.

Danish TV stations do convey to the public the impression that TV is the leading purveyor of news. This is an impressive feat when we can demonstrate that the daily offering from the news programmes of the two national TV channels (*DR1* and *TV2*) in total comprises less than half of the daily news production of an average morning paper. If we add on the other electronic media, TV and ra-

dio contribute just under 8% of the total Danish news production.

The daily newspapers deliver 88% of the news production in the course of a news week. Note also that this is the original performance, as we have excluded the recycling, borrowings, special supplements, listings and debate items. This net figure also does not comprise common material from the national news agency, Ritzaus Bureau, that accounts for 4% of total news production. That may not sound like a lot, but Ritzau gives gross production a much bigger impact, as news agency releases are recycled (with or without disclosure of the source) by the other newsmedia.

News production in trade journals and magazines is not included in the figures due to limitations in project design. At a modest estimate these sources contribute a further 5-10% net. The Internet services on the other hand still live on the scrounge, without much independent contribution to speak of. In round figures, Danish news purveyors all in all provide about one million news items per annum, of which around 800,000 are generated by the daily papers.

Negative Citation Balance

Local newspapers are the major news purveyors in Denmark. This turns mainly on their dedication to the local vicinity, which nearly always results in 'solo' material – and *misère* stories at that: because for the most part there are no other media citing or elaborating on this local solo material. So, although

Figure 1. Danish purveyors of news (net-new, minus recycling) Week 46, 1999



Denmark's 17 local newspapers show impressive productivity, they are not big on the national news scene as a whole. Of the 6,723 original contributions from the local press in our week of news, we found that only 49 stories (duly credited) had been reproduced elsewhere plus 84 further borrowings without quoted sources. This compares with local press borrowings of 1,276 units, leaving local papers all told with a negative citation balance.

Apart from Ritzau, the news agency, only four news media can boast of a *positive* balance, i.e. they are cited and borrowed from more often than they themselves borrow from others. All four are national morning dailies, and yet, as a whole, even this category consisting of ten news institutions has a negative balance as far as citations go.

If we look at the overall productivity, the six regional dailies come out on top. No other media institutions offer as much original news material as the independent regional papers do. All the same, the regional dailies do have a negative citation balance. In spite of the fact that they act as important sources for regional radio and television stations, this brings no corresponding direct credit. And the negative quotient is bumped up by the fact that the national papers typically ignore the regional papers as potential partners setting the national news agenda. Furthermore, the citation balance also suffers from the fact that the regional dailies cover national and international affairs by drawing heavily on news agency releases.

Underrated Common Material

Our research produces a clear picture of the interaction between four types of news producers, with the daily newspapers as the main news purveyors and – right at the hub – the news agency owned and run by the daily papers.

The editorial aim of most mass media is that their readers, listeners or viewers should be kept informed of *all* the major events of the day, and so will need to consult one media source only. Limited financial and time resources mean that not enough professional staff is at hand to cover everything. Consequently, many editorial offices assign the majority of the staff journalists to 10-20 events that are being similarly covered by competing media. Only a minority of the workforce is assigned to develop original news stories.

Poaching and stealing go on nationally, regionally and locally, but Ritzaus Bureau occupies a key position as the place where news is digested and made common property.

If a local or international story does not find its way to Ritzau, it is most likely a dead duck, even though the public may deserve to see it being distributed nationally.

The national news agency estimates that its head office receives one million letters and press releases a year. In the course of our research period, Ritzaus Bureau transmitted, with clear acknowledgement, 75 from Danish newspapers, 18 from specialized journals and magazines, 13 from radio stations and 10 from TV. Add to this count 724 original contributions. The output stimulated 2,240 citations, plus 2,838 uncredited borrowings in which it was not immediately obvious that Ritzau was the chief source.

Without this comprehensive recycling, the journalists' food-chains would rapidly give rise to severe starvation. From the international perspective, Ritzau is particularly indispensable. Danish news providers who have rejected this material comprise only one local newspaper, *Bornholms Tidende*, regional radio and regional TV. For the remainder, which includes the large national morning papers, the Ritzau news releases provide an indispensable lifeline to the world outside Denmark. For three of the major events of the week – an earthquake in Turkey, the OSCE Summit, and the Egypt Air disaster – practically all the Danish news providers based their coverage on sources mediated by Ritzau and international picture bureaux.

Our content analyses clearly demonstrates that the most reliable way of getting cited in other news media is to go via Ritzau, though we find that institutional sources in the political system and in trade & industry increasingly prefer to make deals with specific media in order to go solo with a story and offer targeted follow up.

Lemming Syndrome?

The important question of pack journalism can be more closely examined by studying data from One Week of Danish Journalism. When the research project was launched we were particularly eager to examine possible tendencies towards 'journalistic overdrive' (Hernes, 1978; Petersson & Carlberg, 1990). We wanted to test the hypothesis – often voiced by media critics – that journalists are akin to the small rodents of the vole family *myodes lemmus*.

Lemmings have many useful attributes. The claws on their forelegs are elongated and well suited to investigative digging, but as a group the lemmings have a severe defect: now and then they

run amok. They take off in large swarms, all heading the same way. Although they may meet neck-breaking blind alleys or dangerous descents, they forge heroically ahead over the edge of the abyss, in a kind of mass suggestion that is expressed as a compulsion to follow-the-leaders wherever they go.

As can be seen from the content analyses, our week of news contains many instances of Danish journalists demonstrating a herd mentality. However, in the light of the assembled research data, the lemming hypothesis has to be modified. Many journalists have argued with some justification that the monotony of the various modern media is simply an expression of professional routines and ideals of objectivity. And we must admit that there is indeed only limited amounts of reality for journalists to cover.

Setting aside the underrated common material, it would seem that journalists on exceptional occasions only, go into overdrive and run amok. As a rule, professional working standards, typically involving recycling news worthy material, prevail. More important than the lemming syndrome in the day-to-day genealogy of news are the productive interactions of the ideas-chain, the source-chain, and the presentation-chain in the working process of professional journalism.

The ideas-chain contains the basic stuff of journalism, and even in these electronic times the old adage: "No cut, no paste – no journalists!" (Andersen et al, 1977) holds true. Systematic recycling of news without mutual accreditation is apparently accepted as the journalistic norm. But fortunately a rich variety of topics and everyday stories abound. Especially in the printed media, the public is offered a wide array of takes on and insights into Danish morals and habits, without major world events being forgotten.

One exciting research finding in relation to the ideas-chain is a journalistic practice we have called the 'anti-lemming syndrome'. This trait is especially noticeable in morning dailies and among the regional competitors, apparently begrudging and despising each other's headline stories. This causes the competing news rooms to arrive belatedly and awkwardly on the scene of newsworthy serial events. An 'anti-lemming' does not get too involved before a local case has been found or an exclusive interview with an expert source may be conducted.

The source-chain, in this way, can be used to compensate for a shortfall of original ideas. In modern news transmission the more or less autonomous use of sources is not merely an ancillary aid, but

from time to time it becomes a practical alternative to journalistic originality when time and manpower are in short supply.

By re-interviewing other media's original sources professional journalists may seemingly avoid giving any credit to rivals, without fear of ethical or legal repercussions. Treading on colleagues' toes in this fashion happens with the rationale that any statement – new or old – from any source (typically contacted by telephone or e-mail) is by definition news. Especially TV, radio and the Internet increasingly cook source-broth from newspaper people's original ideas.

The current practices make most media operators dependent on easily accessible sources. The police, press secretaries and politicians know the journalists' operating conditions and news criteria, and these they may actively manipulate (Lund, 1999). Our data contains many instances where both routine material and solo stories have been pre-edited by people external to the media world. People in power with media know-how will concoct just the kind of bait that lemmings go for: uncomplicated cases with strong popular identification and a sensational element.

In this context it is thought-provoking to see just how diverse the citation practices of the Danish media are. In the edited society of the future, when the question of copyright law on creative products will surely be a hot potato, it should be appropriate to tighten up on source-critical ethics and faithful accreditation practices. The Internet has already shifted the boundaries between original and copy, substituting mutual inspiration with one-sided scrounging.

It would hardly do any harm to the credibility of TV stations to identify the morning dailies that present them with their evening news – free, gratis and for nothing. With present practices the suppliers of electronic news are undermining the journalists' ecosystem. The worst future scenario would be for the hard-pressed major suppliers, i.e. local, regional and national newspapers, to face close down due to unfair competition. This, indeed, may be the case unless more viable and profitable ways of combining print and new information technology shall be introduced into the journalistic food-chains.

The presentation-chain is the last and final link in the journalist's work-process. According to the textbooks of high quality journalism (Rich, 1997), presentation depend on ideas and sources. Most professionals agree that content is king, i.e. subject matter is more important than mere form.

But the results from the research project at hand show that standard procedures are often turned upside down. "We've got a news-gap, how are we going to fill it?" (McManus, 1994).

In terms of presentation, TV is on top constantly marketing new journalistic formats, including tight controls, targeted planning and development of strategic concepts. Television news are more often than not schematically compiled according to a routinized schedule: A bit of hard news, something soft to round off, plus an expert on-screen via link sandwiched in between. This secures the profitable feel-good factor, but hardly produces originality and novelty in terms of the genealogy of news.

Add to this that TV and internet-services offer a steadily increasing number of news transmissions round the clock. There is, however, rarely a corresponding expansion of journalist staff, so in practice more slots to fill means that the reporting workforce is spread thinner and thinner over the day resulting in a less diversified week of news.

It is a lot easier (and cheaper) to update news material that has already been partially digested by other professionals, than to jump into the bewildering world out there and hunt for original material. In this context the grim reaper seems to be the Internet stealing stories from daily newspapers and news agencies (with or without attribution of the sources).

As a result of the technological advances in transmission and constant updating, to the audience it may well look as though the copy-cat is a far ahead of the original news provider – not only when it comes to breaking news. Where presentation and speed is king and queen, content becomes the pawn of the news game. On-line media may add fresh detail minute by minute and, like TV, bring the whole world into your home, live on screen. But as a net result fewer resources are available for investigative journalism in search for original news.

The ultimate, logical consequence of constant updating will be a permanent 'silly season'. The new technology opens up the possibility for constant re-working of a few events. This entails more recycling, and, consequently, less space for fresh news. In the unequal contest, the slow working media generating original ideas regularly go haywire. Like a lemming swarm, the daily papers head uncritically for the electronic serials. In so doing they themselves confirm to their sagging readers that the newspapers are being left hopelessly behind in the electronic hunt for news around the clock.

Who Produce the News?

Our research on One Week of Danish Journalism demonstrates that news providers live in a state of mutual interdependency. If a weakness develops at one point of the food-chains, it may lead to serious damage to other stages of the media ecosystem. The assembled data based upon unique combination of content analysis, interviews and observation has documented that news agencies and the daily newspapers occupy key positions in terms of genealogy of news. Media consumers, however, rate TV news more highly, and there are even higher expectations related to the Internet as the universal news medium of the future.

Most journalists and editors may regard such basic research points with a good deal of scepticism. Seasoned practitioners shall probably shake their heads with a "Well, we always knew that". Scepticism of this sort is healthy and not without justification. Redundant and roundabout research happens – in journalism studies too. But that makes it no less valid, just now and then, to stop and take stock of what the media are actually producing and how the everyday work of journalism translates into news. In terms of future prospects for professional journalism at least three important conclusions of political and practical import should be drawn from the data presented above:

First of all it is documented that public service in the field of news production is not primarily performed by traditional public service media such as licensed radio and television corporations. Commercially run newspapers provide the lions share of original news, i.e. public service for private money.

This, however, is not the impression of political decision makers in the field of media policy. In line with the majority of Danes, the Ministry of Culture regard public television as the most important provider of such services. Consequently, the Danish Parliament has been far more eager to subsidize electronic media than newspaper organizations, paradoxically arguing for such measures in terms of public interest in securing original and competitive news coverage.

In times of media convergence these trends have long term implications for content providers competing to become popular and high quality news sites on the national parts of the world wide web. It is vital that providers of original journalism get a fair deal in confrontation with the growing number of copy cats. Newscasting shall, no doubt, survive the coming convergence. But professional journal-

ism may not necessarily remain the key provider of content as is already demonstrated by unscrupulous on line suppliers around the world.

Consequently, lack of knowledge and respect concerning the current genealogy of news may

threaten the very vitality of the journalistic food-chains – in spite of the fact that neither decision makers nor the general public live by discount reporting and moving pictures alone.

Note

1. Case studies of this kind has been reported in Lund AB (red.). *Først med det sidste – en nyhedsuge i Danmark*. Århus: Forlaget Ajour, 2000.

References

- Andersen E. et al. (1997) *Ikke et ord om ytringsfrihed: Rapport om danske journalisters arbejde på danske dagblade*. Århus: Modtryk.
- Bakke M., Siune K. (1972) *En uges radionyheder i Norden*. Århus: Institut for Statskundskab.
- Becker K. et al. (1996) *Medierummet*. Stockholm: Carlsons.
- Boyd-Barrett, Rantanen T (eds) (1998) *The Globalization of News*. London: Sage.
- Bruhn Jensen K. (ed.) (1998) *News of the World*. London: Routledge.
- Ekecrantz J., Olsson T. (1990) *Mellan makt och marknad. En studie i nyhetsjournalistiken*. Stockholm: Allmänna Förlaget.
- Ekecrantz J., Olsson T. (1994) *Det redigerade samhället. Om journalistikens, beskrivningsmaktens och det in-formerade förnufts historia*. Stockholm: Carlssons.
- Elliott P. (1992) *The Making of a Television Series*. London: Constable.
- Hernes G. (1978) Det mediavridde samfunn. I: *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Oslo: Universitetsforlaget, 181-95.
- Hjarvad S. (1999) *TV-nyheder i konkurrence*. København: Samfundslitteratur.
- Høyer S. et al. (1982) *Maktudredningen. Rapporten om massmedier*. Oslo: Norges offentlige Utredninger 1982:30.
- Lund A.B. (1997) *Smitsomme sygdomme i dansk journalistik*. København: Munksgaard.
- Lund A.B. (1999) "Journalist-roller i det redigerede samfund". *Politica* 31, 133-146.
- McManus J.H. (1994) *Market-Driven Journalism*. London: Sage.
- Nordstedt S.A (red.) (1994) *En nyhedsdag: Svenska nyhetsredaktioners organisation, reportrar och uppdrag*. Örebro: Högskolan i Örebro.
- Petersson O., Carlberg I. (1990) *Makten över tanken: En bok om det svenska massmediesamhället*. Stockholm: Carlssons.
- Rich C. (1997) *Writing and Reporting News*. New York: Wadsworth Publishing.
- Sand G., Helland K. (1998) *Bak TV-nyhetene: Produksjon og presentasjon i NRK og TV2*. Bergen: Fagbokforlaget
- Søllinge J.D. (1999) "Danish Newspapers – Structure and Development". *Nordicom Review* 1(1999)20, 31-76.

Popularisers, Interpreters, Advocates, Managers and Critics

Framing Science and Scientists in the Media

ESA VÄLIVERRONEN

Science journalism and – more broadly – science in the media has often been defined in terms of popularisation and diffusion of scientific knowledge. Science journalism is about translating scientific knowledge to lay audiences and about the public role of scientists as popularisers, educators or experts. According to this view media coverage of science is often defined and studied in terms of ‘inaccuracy’, ‘distortion’, ‘miscommunication’ or ‘bias’.

This approach has produced some interesting results, but it also has some obvious limits. The main focus of the approach has been on the content of science, not so much on the role of science as social activity or an expert institution in society. However, scientists have multiple roles as experts in public discourse. They can act – or they are represented by the media – as expert witnesses, authoritative commentators, advisers, advocates of pressure groups or promoters of science. This means that science journalism is not only about information but also about science as social activity, the public legitimisation of science and the role of scientists as experts.

This critique of the popularisation paradigm has been well documented by many sociologists of science and media scholars (e.g. Bucchi 1998; Dornan 1990; Hilgartner 1990; Hansen 1991; Lewenstein 1992; Whitley & Shinn 1985; Väliverronen 1993) and shall therefore not be discussed here. It is more interesting to note that there have been rather few attempts at a more systematic analysis of the different roles of science and scientists as expert sources in media discourse.

In this article I wish to present one such attempt. Leaning on a case study of environmental reporting, I have identified five different media frames: popularisation, social problem, policy/politics, legitimisation and science criticism; and respective roles for scientists as experts in public discourse: populariser, interpreter, adviser/advocate, promoter/manager and critic. The analysis is based on a study of the newspaper coverage of the forest damage issue in four Finnish newspapers between 1989 and 1995 and on interviews with scientists and journalists. I hope that the analysis also sheds light on some general features of public discourse on science and the environment.

Science and Environmental Issues in the Media

Science has become an increasingly public business. More and more often now, research projects are reviewed and scrutinized not only within but also outside scientific communities. This is not only about popularising research results. Questions are also asked in the media as to what is new, what is useful and important research, what sort of research needs to have funding. The mass media have become an arena for the legitimisation of science and a forum mediating the relations between science and the rest of society (Felt & Nowotny 1993, Väliverronen 1993 and 1998). The public image of science and popular interpretations may also influence science itself, for instance its choices of research subjects and areas in which it wants to invest its monies.

From the peace and seclusion of its ivory tower, science has been thrown into the middle of struggles for social prestige and resources. The public

Department of Communication, University of Helsinki, P.O. Box 54, FIN-00014 Helsinki, esa.valiverronen@helsinki.fi

expectations placed on science are quite varied and often contradictory. These different roles and uses of science are perhaps most clearly visible when the media debate is about different kinds of social problems. Scientists may play an important role in the definition of social problems, not only in their capacity as producers of information but also as interpreters, witnesses, instigators of social movement, 'moral entrepreneurs' or authorities to which the contending parties can refer.

Environmental issues are one example of a social problem in the definition of which science and scientists have an exceptionally important role (Sundqvist 1991; Yearley 1991; Zehr 1994). The role of science is particularly important in two respects. On the one hand the identification of the symptoms and causes of environmental change is closely tied up with scientific knowledge. Science makes environmental problems visible and identifiable. Good examples are provided by such problems as ozone depletion and climate change. The only way to identify the environmental changes that lie behind these problems is by means of highly sophisticated technical equipment, advanced scientific theories and mathematical models.

On the other hand, the role of scientists is not confined to the perception and identification of environmental changes. Environmental problems must also be made socially visible. This is where politics and the media enter the scene: environmental problems must be brought into public debate and public consciousness so that steps can be taken to effect change. Scientists have indeed played an important part together with environmental movements in waking people up to hazards threatening them and the natural environment.

Thus science has become an increasingly important source of knowledge, argumentation and authority in the definition of environmental problems (Yearley 1991). Science produces knowledge and interpretations on which other environmental policy actors have to rely, to a lesser or greater extent. Having analysed environmental policy disputes in Germany and Britain in the 1980s, Christiane Barrier-Lynn (1991) concludes that in both countries scientists had a major influence on public opinion. In Germany, for instance, the debate on forest dieback was started by a handful of active scientists. Later on when the industry, environmental movements and the government joined the debate, they relied on their 'own' scientific experts. Thus the debate unfolded into an argument between experts and counter-experts.

As a consequence of these developments the role of science in the definition of environmental problems has often been disputed. This in turn has meant that science does not appear in the public debate on the environment only in the role of defining or resolving the problem, but it has itself become a public problem. The examples of acid rain, forest damage, ozone depletion and climate change concretely demonstrate how the authority of science and the credibility of scientists is called into question. This is also what happened in the Finnish debate on forest damage.

This article is based on a quantitative and qualitative textual analysis of the forest damage debate in four Finnish dailies, viz. *Helsingin Sanomat* (HS), *Kaleva* (Ka), *Lapin Kansa* (LK) and *Pohjolan Sanomat* (PS). *Helsingin Sanomat* is the biggest daily in Finland, the three others are regional papers published in northern Finland¹.

Background: Acid Rain and Forest Dieback in Finland

The public discussion on acid rain and forest damage started in Finland in the early 1980s as a reaction to the debate on 'Waldsterben' in Germany and Central Europe. However, the health of forests was not a cause of much public concern in Finland before 1988, in spite of the occasional warnings from some 'dissident' forest researchers. There then followed a dramatic change as newspapers began to talk about a 'state of emergency' in Finland's forests. At least the forests in Lapland seemed to be facing an 'ecological catastrophe'. The main threat was presented by two outmoded smelteries on the Russian Kola Peninsula, near the Finnish border. The change was rapid indeed: in 1987 there were hardly any problems, in 1989 it was a catastrophe.

The traditional slogan 'Finland lives from her forests' was reformulated as 'Finland lives from forest discussion'. One reason for the sudden change was that the leading Finnish forest authority, the Forest Research Institute (FFRI), which had previously strongly denied that Finnish forests were under any threat, now changed its mind. Another reason was that these new findings of forest damage in Lapland coincided with the big environmental boom in Europe and North America and the increasing reports of ozone depletion and climate change in the media.

One response to the threat on forests was the launch of a five-year multidisciplinary research

project, The Lapland Forest Damage project in 1990. Public debate remained quite heated for a few years, and it can be compared to those in Germany or Austria (see e.g. Roqueplo 1985; Krott 1987) The debate was fuelled by the disagreement among forest researchers on the causes and seriousness of the damage. After 1993 the debate began to slow down and it came to a virtual standstill in 1995 when the Lapland Forest Damage Project published its final report. The main result was that the amount of pollution from the Kola smelteries in northern Finland was rather low and was not a serious threat to the nature in Lapland. The local forest damage found in Lapland in the late 1980s was explained mainly by reference to weather anomalies and traditional diseases such as those caused by *Gemniella abietina*.

Forest damage was perhaps the most widely debated environmental issue in Finland in the early 1990s. It became a symbol of environmental change in general and reflected the growing and increasingly controversial role of science and scientists in the media.

Framing Science and Scientists in the Media

Hans-Peter Peters (1994) has identified two different ways of dealing with science and research results in journalism. From a science-centred point of view the task of journalism is to convey to the general public information about research results in as accurate, understandable and interesting way as possible. The scientist's job is to popularise science and to enlighten the audience. From a problem-centred point of view, the focal concern is with social problems such as the health hazards of smoking, alcohol problems or environmental risks which need to be defined, controlled or resolved. The vantage-point within this approach is not science itself, but the focal concern is with different kinds of social phenomena and problems on which representatives of science (among other actors) present their interpretations. The science-centred approach has been typical of the journalistic genre known as science journalism, which has drifted apart from the rest of the journalistic field into separate media (popular science magazines) or separate sections or programme types (science pages, science programmes). By contrast, other genres of journalism such as news reporting or political reporting often deal with science from a broader social perspective.

By framing environmental problems in different ways, journalism offers its readers different ways

in which to analyse and understand reality. In journalistic presentations the frame is the organising idea with which journalists interpret a certain event or phenomenon. In this sense the frame directs both thinking and action. Frames are "largely unspoken and unacknowledged" (Gitlin 1980, 7); they are "mental maps" (Dunwoody & Griffin 1993, 24) on the basis of which journalists create news and other stories.

Framing provides the media with an important tool that helps them organise individual events and broader phenomena into understandable entities with their own causes and consequences (Gamson & Lasch 1983). It also sets the boundaries within which the event or phenomenon can be discussed at each moment in time. For example, social issues are often framed in terms of disputes and disagreements. This kind of frame produces a setting of for-and-against, with the parties to the discussion thrown on opposite sides of the fence, regardless of whether they want this or not.

As for the scientists who appear in journalism, the meaning of frames is that they offer them different kinds of actor or expert roles to which they have to adapt. On the other hand scientists will also try to choose different roles for their appearances on public and political arenas. These choices are based on scientists' views on the nature of science or on the relationship between science, politics and the media. Scientists who apply the narrow expert strategy will closely adhere to their own work or to questions that pertain to their own field of study. Those adopting an expansive strategy will also take a stand on issues that lie beyond their area of specialisation (Sundqvist 1991, 148-149). By taking part in public debate, scientists will try to influence 'public opinion' or political decision-makers directly.

In Finland scientists had a dominant role in the debate that was waged on the forest damage issue (Table 1). There were many reasons for this. First of all the debate in Finland followed the typical pattern of a 'risk debate' (Wiedemann 1991) in which the instigation comes from scientists and dissident members of the science community in particular. Secondly, disagreement about the causes of the damage and about the severity of the problem encouraged forest researchers to take an active part in the exchanges. Many earlier disputes in Finnish forest research also resurfaced with this disagreement. These ongoing disputes heightened the interest of the media and gave them a good reason to interview scientists. A third, more structural reason is the dependence of the media on experts as

sources of information and authority. This is the case most typically in the case of defining environmental problems.

Table 1. *Primary Definers of the Forest Damage Issue*

	N	%
Scientists	62	60
Government officials	22	21
Forest owners	7	7
Politicians	6	6
Environmentalists	2	2
Industry representatives	1	1
Citizens	1	1
Other	2	2
Total	103	100

However, the dominant role of scientists cannot be explained away by reference to the nature of the forest damage problem. Forest damage is not only a scientific but also a broader ecological, economic and environmental policy problem. The material for this analysis comprised all articles which dealt in one way or another with the forest damage in Lapland. The result differs clearly from earlier German and Austrian studies dealing with the forest damage problem in journalism (Krott 1987; Krämer & Suda 1987; Ochsenhofer 1993), which concluded that the role of researchers was not nearly as dominant. The forest economy, industry and environmentalists played a greater role in Germany and Austria than they did in Finland.²

In my material I have identified five frames which describe the different ways in which newspapers deal with science and research results (Table 2): these are the frames of *popularisation*, *social problems*, *(environmental) policy*, *legitimation* and *science criticism*. Each frame gives a somewhat different picture of science and scientists as experts of the forest damage problem. They provide scientists with the opportunity to take part in the debate either in the role of populariser, interpreter, adviser and advocate, manager and promoter or critic.

From a science point of view the three former scientist roles can be placed on the same continuum with the opposite poles represented by narrow and broad expert strategy. These describe the ways in which scientists take part in the debate on the *state of forests and the environment*. By contrast, the fourth and fifth role refer to how scientists talk about the *state of science*, i.e. the inter-

pretation of research results and methods or the funding and organisation of research.

Within the frame of *popularisation*, newspapers presented the results of some recent or ongoing study. The scientist's role was confined to introducing the results: he or she took no (explicit) stand on the significance of the results or on how they could be used. Popularisation stories revolved closely around science and research results.

Needle cast increased in northern Finland
(LK 8 November 1989)

Kola emissions exceed critical load
(Ka 6 July 1991)

Confirmed by research: Lapland has clean air
(LK 21 August 1991)

Within the *social problem* frame, the aim was to provide a scientifically sound interpretation or explanation for the forest damage problem or related concrete phenomena or observations. This was done not so much by laying down new facts, but mainly by producing information that would help people orientate to the problem and interpret what was happening. There existed no set, scientifically validated answer for this purpose, but scientists were to comment on new phenomena such as the yellowing of conifer needles, the sudden death of trees or other local phenomena in the light of their earlier knowledge and experience. This was the starting-point especially in the early stages of the debate when there was still very little research knowledge available on the state of the forests in Lapland.

International forest researchers: Forest damage in western Lapland caused by natural conditions
(HS 7 August 1992)

German scientists: Forest damage in Lapland caused by pollution from Central Europe
(HS 8 August 1992)

Within the frame of *environmental policy*, the phenomenon was set within a broader social context where the causes and possible solutions to the problem were discussed. This provided the scientist with the opportunity to take on an expanded expert role. In this frame some scientists appeared in the capacity of experts of forestry or environmental policy, giving advice to forest owners, government officials, politicians or the forest industry. Others adopted the role of advocates, criticising the government's environmental policy or forest policy. Whereas the scientist who sticks to the role of

populariser usually draws a clear line between science and politics/policy, that boundary line is less clear in the role of advocate.

Government must intervene in forest damage
(LK 27 February 1989)

Growing calls to save the forests of Lapland (Ka
15 February 1990)

Within the frame of *legitimation*, the concern was with the status of science, i.e. research funding, organisation and social legitimation. Especially during the early stages of the debate on forest damage, some scientists campaigned actively for new air pollution measurement stations and for new research projects to be set up. These campaigns were indeed successful. Several new measurement stations were set up in Lapland and the Ministry of Agriculture and Forestry decided to spend FIM 30 million on a new five-year research programme. In addition, scientists were called upon to render public accounts of what they were doing, i.e. to introduce their ongoing research projects. In the media scientists appeared as advocates of science and as science politicians, calling for more money to be invested in research, or as managers whose job it was to respond to the questions of inquisitive journalists about the progress of their research work and to explain how they were using taxpayers' monies, even though they did not yet have any real research results to talk about.

A good indication of this is that one-third of the newspaper articles in my data dealt primarily with the state of research – funding problems, disagreements among individual scientists, etc. – rather than with the state of forests and the environment.

The Lapland Forest Damage Project was a unique research programme in the sense that the media followed its progress almost on a weekly basis. One reason for this public scrutiny was that scientists had been widely blamed during the early stages of the forest damage debate for belittling the problem and later for exaggerating the problem.

Lack of money serious threat to forest researchers
(Ka 3 February 1990)

Forest damage project set to start in spite of funding problems (HS 4 February 1990)

The rarest form of journalism about science (which admittedly has become more common in recent years) is the interpretation, review and criticism of research results. In the case of forest damage there was an obvious need for this because the results

presented by scientists were contradictory – or at least that was the impression they conveyed. The frame of *science criticism* offered the scientist a role in which it was possible to refute or reinterpret the results of other scientists or to criticise the methods they had used. Whereas in the legitimisation frame journalism dealt in general terms with the state of research, its credibility and legitimation, the focus in the science criticism frame was on individual research results and their interpretation as well as scientists' differing interpretations about the causes and seriousness of the problem.

Forest damage in Lapland not as extensive as suggested (HS 23 July 1991)

Nature does not obey the law of averages
(LK 3 April 1992)

The newspapers reviewed dealt with the forest damage problem in Lapland most often within the social problem frame (31 %). The second most popular frame was that of legitimation (26 %) followed by the frame of popularisation (25 %). The environmental policy and the science criticism frames were primary in 9 per cent of the stories.³

Table 2. *Representations of Science and Roles of Scientists*

Frame	Functions	Roles for scientists
Popularisation	Presenting new research results	Populariser
Social problem	Interpreting new phenomena and problems	Interpreter
(Environmental) policy/politics	Making and commenting policy claims	Adviser Advocate
Legitimation	Raising funds or promoting research	Promoter
	Rendering account for use of public funds	Manager
Science criticism	Commenting on research results	Critic

These frames also reflected different conceptions of science and different views on the role of scientists as experts. Within the popularisation frame the scientists appeared in the role of impartial information producer and mediator. No questions were raised with regard to the certainty or reliability of the information presented because it was assumed that this had been ascertained by the science community itself with its internal quality control proce-

dures. Almost without exception the information was presented as solid fact, without any reservations related to the research methods or the generalizability of the results.

Within the social problem frame the scientist usually appeared in the capacity of an impartial adviser: the scientist's job was to enlighten the people and 'public opinion'. However, journalism had a more active role than in popularisation: the aim was to embed the phenomenon and interpretations of that phenomenon in a broader social context. Compared with the frame of popularisation, a greater proportion of the stories were based on interviews with or the views of more than one scientist. Interestingly, however, these preliminary interpretations by scientists were presented in the media as hard, indisputable facts. This was a cause of much confusion because in some cases the scientists' views were almost diametrically opposed to each other. That scientists' opinions were presented as hard facts was not only the fault of the media and journalists, however. Some of the scientists themselves presented their interpretations as absolute certainties because the media had become the scene for their own internal disputes.

Scientists' Views on Roles

In my interviews with scientists I asked them which of the above roles they felt most comfortable with. Most of them chose a combination of two or three roles. The majority slotted themselves into the role of interpreter. The roles of populariser, advocate and critic were more or less equally popular. No one regarded themselves merely as a populariser of their research results. The role with which the scientists felt least comfortable was clearly that of manager or science promoter: only one of them said they were required in their position to promote science or to market their research results:

Populariser – no I'm definitely not as limited as that (researcher 7)

Well I would say it's important for the researcher to be involved, but of course not very many are all that enthusiastic. (researcher 6)

I suppose I could mainly belong to category one-two or then category five... Perhaps mainly category two, wasn't that the role of interpreter or something. (researcher 4)

The two groups of scientists who differed from each other most were those who did not make a clear distinction between the narrow and broad ex-

pert strategy (from populariser to advocate) and, on the other hand, those who underlined this difference. The former described themselves as interpreter-advocates, the latter either as populariser-critics or interpreter-critics.

I also asked the scientists whether they felt they were free to appear in the role they wanted or whether they had to take on the role in which the media wanted to see them. There were very few complaints in this regard, although some researchers did say there had been instances where they thought that a role had been imposed on them from the outside.

There are at least two ways in which the positive responses can be interpreted. Firstly, the responses may indicate that scientists have much control over the sort of role in which they appear in public. Another possible interpretation is that the interviewees were more accustomed than most scientists to appearing in the media; they knew how the media worked and they knew what sort of attitude they would need to take.

The Public Accountability of Science

In this paper I have wanted to demonstrate that journalism offers many different roles to science as well as scientists. These roles are bound up both with the different ways in which the media frame environmental problems and with the expert strategies adopted by scientists.

As regards the relationship between science and the media, the most interesting new features are to be found within what I have described as the frames of legitimation and science criticism. The media produced a role for scientists in which they had to explain to taxpayers what they were doing. Journalists went to see scientists and asked them how they had organised their studies, what sort of methods and equipment were they using, when could they expect to see results. This new form of journalism is closely bound up with the idea of the public accountability of science (Felt & Nowotny 1992 and 1993). Since science is funded out of the public purse and since it is expected to produce more and more results with practical applicability, scientists have to explain to the public what sort of progress they have made. In this sense the media have taken on board part of the role that traditionally has belonged to those funding research (Välvirronen 1993 and 1996).

In our case of forest damage in Lapland, there were also quite practical reasons for this kind of 'accountability journalism'. By Finnish standards

the research project was a huge undertaking, involving four universities, five research institutes and some 50 scholars. Its budget was in excess of FIM 30 million. It was perhaps the first research project in Finland that the general public could follow virtually on a weekly basis. Once the forest damage in Lapland had become a major environmental threat, the media followed the progress of research very closely. Since the researchers involved did not always have new results to report or they had become more cautious in their interpretations, they preferred to talk to journalists about their research programmes rather than their preliminary results.

The mass-mediated public sphere has become an important arena for the legitimisation of science. The institution of science has, at least to some extent, become dependent on the images and discourses produced and circulated in the mass media. Ongoing discussions on the public accountability of science or its public image are reflections of this development. It seems that scientific organisations have become increasingly worried about the media coverage.

The art of managing visibility is also becoming a daily routine for scientists working in different fields and institutional locations. Universities, departments and research institutes arrange courses for researchers on how to write popular papers, how to prepare a press release or how to appear on television. Although ten seconds in prime time news is not perhaps better than one peer-reviewed article in a scientific ranking, some might argue that the old slogan ‘publish or perish’ has transformed into ‘be seen in public or perish’ (Väliverronen 1993).

The scientists I interviewed agreed that publicity had an important role to play particularly as far as research funding was concerned. Some went so far as to describe publicity as the “lifeblood” of research funding, some just stressed that it was important. Publicity has its pros and cons, but it has become an “integral part of the system”.

Well yes you could even say that publicity is the lifeblood of environmental research... I mean if the media did not constantly raise hell about these things then it's hard to imagine how society would allocate its resources into these studies. (researcher 1)

In general terms it's no doubt useful and probably at the private level as well, but you have to be careful with this because it may also turn against you. (researcher 4)

It's a useful tool, you can use it either to raise your own profile or to throw mud on someone else's. In the autumn before they hand out the money you can criticise the work that others have been doing and praise your own. (researcher 8)

The important role of the mass media is recognised in a number of studies. Scientists themselves are also well aware of the instrumental role of the media and publicity (e.g. Dunwoody & Ryan 1985; Peters 1995). The Lapland Forest Damage Project concludes in its final report that the “the good and abundant publicity received by the project in the media made it easier to secure its funding” (Tikka-nen 1995, 12).

Another reason why scientists took such an active role in legitimising their work was that the credibility of forest research had been publicly called into question. The Forest Research Institute and forest researchers had to try and polish up their reputation. Scientists are generally quite reluctant to assess the results or views of their colleagues in the mass media. This reservedness is explained by the tendency of both scientists and other professions to try and keep any disputes they may have within the profession or discipline, because any public spillover might tarnish its public image (Larson 1990, 39). In the case of the forest damage issue it was impossible to avoid this. Given the obvious contradictions between different sets of research results and their different interpretations, these questions had to be brought out into the open. In the news stories this was relatively rare, but in leaders quite common.

Media representation may have a significant impact on the funding and public legitimisation of science. This new role of communication and the mass media for science is linked to the changes in knowledge production, discussed for instance as a shift from mode 1 to mode 2 in the production of knowledge (Gibbons et al. 1994), or from normal discipline-based science to transdisciplinary, ‘post-normal’ science (Funtowitz and Ravetz 1993). These changes include a weakening of the peer review process and, in some cases, the so-called extended peer review in order to involve more participants in deciding what is socially accountable research.

However, this is perhaps evident only in certain areas of scientific research, for example in those that have strong commercial connections such as medical research or policy-relevant areas such as environmental research (Weingart 1998). The links

between science and the media are also at their most intensive in areas with close connections to commercial, administrative and political applications as well as in those involving politically and morally sensitive issues. Good examples of this kind of research are provided by the field of energy production (such as cold fusion, high-temperature superconductivity and nuclear energy), environmental research (such as acid rain and forest dieback, climate change and biodiversity) and many fields of biomedicine, most notably genetic engineering.

In these areas the media have become an 'obligatory passage point' (Latour 1988) for scientists and administrators or companies funding their research. But it is perhaps not immediately clear who is 'enrolling' whom. In the current diversified media system with its numerous channels it is very difficult to control publicity.

It also seems that the media and journalists are increasingly aware of the ways in which they are used for instrumental purposes. As this case shows, the journalists were not content simply to report on the research results obtained, but they also evaluated the social role of science and the implications of its results.

The role of the media was most active of all within the frames of environmental policy, legitimisation and science criticism. The framing of forest damage as a political issue meant that some scientists were presented as representatives or certain

schools of thought or as advocates of certain parties. Since the mass media were inclined at one stage to dramatise and personify the disagreements between scientists, it was by no means always possible for the scientists to remain in the role of an impartial adviser. The media used experts selectively, opting wherever possible to speak to scientists whose views best upheld the dramatic tension of the discussion (cf. Peters 1994, 171-179).

Within the science criticism frame research results were interpreted and commented on from two directions. On the one hand scientists commented on the results of their colleagues and explained the problems related to the extent and representativity of their research material or the validity of their research methods. Journalists, for their part, interpreted the differences between research results from a political perspective by referring to scientists' different backgrounds and interests. Both these approaches called into question the ideal-type image of science according to which there is no need to debate the validity of research results or the conditions for their production outside the scientific community.

Compared to traditional science journalism, the media adopted an active role in reporting science as part of social and political struggles. The forest damage debate revealed increasing public scepticism towards the supposed neutral role of science and scientists in solving social problems and called for a new kind of reflexivity in science reporting.

Notes

1. The textual corpus was collected in two phases. First, we collected all the stories published in *Lapin Kansa*, a newspaper that is published in Rovaniemi (the biggest town in Lapland) and that covered the issue more intensively, between January 1989 and March 1993. On the basis of these data we gathered another corpus, which consists of the most intensive periods of the forest damage debate (November 1989, February 1990, July 1991 and August 1992). This corpus which runs up to 104 news stories, forms the basis of the analysis presented in this paper. In addition, we gathered, more selectively, newspaper articles from these as well as other newspapers and periodicals between 1980 and 1995. To complement this textual analysis, we interviewed 8 scientists and 4 journalists, who were
2. These studies are not directly comparable. The study by Ochsenhofer (1993) on forest damage in Austrian newspapers is perhaps the closest comparison. Ochsenhofer studied the appearance of different types of actors in newspaper articles. The biggest single group was represented by scientists, accounting for one-third of all appearances. Politicians accounted for one-quarter. In the study by Krott (1987, 8) only one-tenth of the data concerning forest damage came directly from research sources.
3. Some of the newspaper stories contain elements from more than one frame. Likewise, scientists sometimes appeared in different roles. I have classified the newspaper articles on the basis of their primary frame.

References

- Barrier-Lynn, Christiane (1991) Scientifiques et acteurs environnementaux. *Societes Contemporaines* 6, Juin 1991.
- Bucchi, Massimiano (1998) *Science and the Media*. London and New York: Routledge.
- Dornan, Christopher (1990) Some Problems in Conceptualising the Issue 'Science in the Media'. *Critical Studies in Mass Communication* 7: 48-71.
- Dunwoody, Sharon & Ryan, Michael (1985) Scientific Barriers to the Popularization of Science in the Mass Media. *Journal of Communication* 35 (1).
- Dunwoody, Sharon & Griffin, Robert (1993) Journalistic Strategies for Reporting Long-Term Environmental Issues. In Hansen, Anders (ed.) *The Mass Media and Environmental Issues*. Leicester.
- Evaluation (1992) *Evaluation of Research in Forest Damage Caused by Air Impurities in Finland*. The Academy of Finland. Helsinki: Vapk.
- Felt, Ulrike & Nowotny, Helga (1992) Striking Gold in the 1990s: The Discovery of High Temperature Superconductivity and its Impact on the Science System. *Science, Technology and Human Values* 17:4.
- Felt, Ulrike & Nowotny, Helga (1993) Science Meets the Public. *Public Understanding of Science* 2: 375-390.
- Funtowitz, Silvio & Ravetz, Jerome (1993) Science for the Postnormal Age. *Futures* 25 (1993):7.
- Gamson, William & Lasch, Kathryn (1983) The Political Culture of Welfare Policy. In Spiro, S.E. (ed.) *Evaluating the Welfare State*. New York: Academic Press.
- Gibbons, Michael et al. (1994) *The New Production of Knowledge*. London: Sage.
- Gitlin, Todd (1980) *The Whole World is Watching*. Berkeley: University of California Press.
- Hansen, Anders (1991) The Media and the Social Construction of the Environment. *Media, Culture and Society* 13: 443-458.
- Hilgartner, Stephen (1990) The Dominant View of Popularisation. *Social Studies of Science* 20: 519-539.
- Krott, Max (1987) *Waldsterben zwischen Mythos und Medien*. Forstarchiv 58 (1).
- Krämer, Paul & Suda, Michael (1987) Das Waldsterben in den Massenmedien. *Allgemeine Forstzeitschrift* 49/1987: 1291-1294.
- Larson, Magali Sarfatti (1990) In the Matter of Experts and Professionals – Or How Impossible is it to Leave Nothing Unsaid. In Torstendahl, R. & Burrage, M. (eds.) *The Formation of Professions*. London: Sage.
- Latour, Bruno (1988) *The Pasteurization of France*. Cambridge and London: Harvard University Press.
- Lewenstein, Bruce (1992) The Meaning of 'Public Understanding of Science' in the United States after World War II. *Public Understanding of Science* 1 (1).
- Ochsenhofer, Dietmar (1993). *Zeitungsberichterstattung über Wissenschaftliche Waldschadenforschung*. Institut für forstliche Betriebswirtschaft und Forstwirtschaftspolitik an der Universität für Bodenkultur, Wien.
- Peters, Hans-Peter (1994) Wissenschaftliche Experten in der Öffentlichen Kommunikation über Technik, Umwelt und Risiken. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 34, Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen.
- Peters, Hans-Peter (1995) The Interaction of Journalists and Scientific Experts: Co-Operation and Conflict between Two Professional Cultures. *Media, Culture & Society* 17: 31-48.
- Roqueplo, Philippe (1986) Der saure Regen: ein "Unfall in Zeitlupe". *Soziale Welt* 37: 402-426.
- Sundqvist, Göran (1991) *Vetenskapen och miljöproblem*. Göteborgs Universitet, Sociologiska Institutionen.
- Tikkanen, Eero (1995) (toim.) *Kuolan saastepäästöt Lapin metsien rasiitteena*. Itä-Lapin metsävaurioprojektin loppuraportti. Helsinki: Metsätutkimuslaitos.
- Weingart, Peter (1997) From "Finalization" to "Mode 2": Old Wine in New Bottles? *Social Science Information* 36 (1997):4.
- Whitley, Richard (1985) Knowledge Producers and Knowledge Acquirers. In Shinn, T. & Whitley, R. (eds.) *Expository Science*. Dordrech: Reidel.
- Wiedemann, Peter (1991) Strategien in der Risiko-Kommunikation und ihre Probleme. In Jungermann, Helmut et al. (eds.) *Risikokontroversen*. Berlin: Springer Verlag.
- Välvirronen, Esa (1993) Science and the Media: Changing Relations. *Science Studies* 6 (2).
- Välvirronen, Esa (1996) *Ympäristöuhkan anatomia*. Tiede, mediat ja metsän sairaskertomus. Tampere: Vastapaino.
- Välvirronen, Esa (1998) Biodiversity and the Power of Metaphor in Environmental Discourse. *Science Studies* 11 (1999):1.
- Yearley, Steven (1991) *The Green Case*. London: Harper Collins.
- Zehr, Stephen (1994) The centrality of Scientists and the Translation of Interests in the U.S. Acid Rain Controversy. *Canadian Review of Sociology and Anthropology* 31 (3).

Media och socialt arbete

En explorativ studie av mediarapporteringen som påverkansfaktor inom socialtjänsten i Sverige och England

ELINOR BRUNNBERG

Publiciteten i media tycks spela en central roll i skandaliseringen av offentliga verksamheter. När barn skadas eller dödas trots att socialtjänsten har kontakt med familjen blir publiciteten i media omfattande. Rapporteringen och skandaliseringen kan utlösa en krisreaktion inom den verksamhet som berörs och sprida sig som ringar på vattnet till andra liknande verksamheter. Den byråkratiska krisen kan leda till förändringar av rutiner och arbetsmetoder. Media är även en arena klienter eller intressegrupper missnöjda med socialtjänstens verksamhet ibland väljer att agera på för att åstadkomma en förändring av socialtjänstens verksamhetsutövning. I England har socialt arbete varit mer skandalomsusat än i Sverige.

Lorraine Fox Harding skriver i sin bok *Perspectives in Child Care Policy* (1991) att det finns fyra betydelsefulla faktorer som påverkar hur lagstiftning, policy och praktik inom 'child care' formas. De faktorer hon menar spelar en stor roll för hur politik och praktik tar form är skandaler, intressegruppers tänkande, resultat från olika typer av statliga utredningar och rapporter samt regeringens politik i stort. Fox Harding diskuterar inte närmare medias roll omkring de faktorer hon menar påverkar child care trots att media kan vara en lokal, nationell eller internationell arena att agera på och sprida information via. Vilka nyheter som presenteras styrs inte bara av händelser och externa aktörer utan också av mediaföretagens bedömning av vad som är mest intressant i dagens händelseflöde, vilka frågor man vill belysa och hur.

Syftet med artikeln är att beskriva situationer där socialarbetare menar att media påverkat

socialtjänstens verksamhet, men också professionens status. Jag kommer även att beskriva forskning som granskat medias roll i relation till välfärdsstaten och socialt arbete. Socialtjänstens arbete med utsatta barn och ungdomar sker inte inför öppen ridå i offentligheten utan i en sluten värld där sekretesslagstiftningen ofta omöjliggör informationsutbyte. Kan rapporteringen i media trots det påverka socialtjänstens arbete? Vilken roll spelar media för socialarbetarprofessionens status? Den här studiens empiriska material är från socialarbetarintervjuer, och frågeformulär som samlats in i en svensk kommun och ett engelskt county¹. Studien har en explorativ karaktär. Det empiriska materialet är inte tillräckligt omfattande för att ge annat än en begränsad beskrivning av skillnader mellan svenska och engelska socialarbetares upplevelser av rapporteringen i media. Det internationella perspektivet kan ändå visa på olika dimensioner i socialt arbetes relation till media.

Intresset för frågan kan knytas till mig som person eftersom jag i många år arbetat som socialarbetare, men också i många år arbetat som journalist. Det som väckte min nyfikenhet och förbryllade mig var framförallt de engelska socialarbetarnas återkommande resonemang om socialarbetarprofessionens presentation i media. Även de svenska socialarbetarna kunde diskutera professionella aspekter i relation till media, men inte med samma intensitet och på samma sätt som de engelska. Det fanns en skillnad. Samtidigt är medias villkor olika i de två länderna. De engelska journalisterna har inte samma möjligheter som de svenska p.g.a. offentlighetsprincipen att få information från myndigheter.

Vid analysen visade det sig att i England förekommit betydligt fler skandaler där social-

Inst. för samhällsvetenskap, Örebro Universitet, SE 701 82 Örebro, elinor.brunnberg@sam.oru.se

arbetarnas arbetsinsatser granskats än i Sverige. När ett barn som socialtjänsten haft kontakt med har dödats och händelsen presenteras i media sker en skandalisering. Skandalen kan utlösa en professionell och verksamhetsanknuten kris, som i sin tur kan leda till stora eller små förändringar i verksamhetsutövning och attityder. En professionell skandalisering kan även ske genom att intressegrupper agerar via media eller via kontrollerande myndigheter. I skandaliseringen är media en central arena.

Välfärdsstaten och rapporteringen i media

I England tycks relationen mellan media och socialt arbete väcka starkare känslor än i Sverige av flera olika skäl. Två engelska forskare (Franklin & Parton 1991) menar att som bakgrund till medias rapportering om socialt arbete finns en koppling mellan synen på välfärdsstaten och på socialarbetarna där socialarbetarna blivit en symbol för den offentliga sektorn.

Media presentations of social work articulate a broader antipathy to the role of the social democratic state as a provider of goods, especially welfare goods and services. (Franklin & Parton 1991, sid 48)

Ekonomiska och ideologiska förändringar under 1970-1980-talet i det brittiska samhället ledde till att socialarbetarprofessionen utsattes för offentlig kritik. Det finns en koppling till det politiska och samhällsekonomiska klimatet. Konjunkturedgången i mitten av 1970-talet med massarbetslöshet som följd och valet av en konservativ regering 1979 innebar att välfärdsstaten alltmer sågs som en börda i Thatchers England. Det berodde inte bara på att antalet klienter ökade samtidigt som ekonomin och resurserna minskade utan också på att traditionella värden ansågs hotade. Välfärdsstaten skapade beroende och ansvarslösa individer. Peter Golding och Sue Middleton gjorde 1982 en större studie av massmedias bevakning av välfärdspolitik i England². Det är fortfarande en av de största undersökningar som gjorts inom området. Resultaten från den engelska undersökningen visade bl.a. att välfärdsrapporteringen dominerades av nyheter om fusk och missbruk av välfärdspolitiken.

I Sverige har en studie av explorativ karaktär gjorts om synen på välfärdsstaten i pressen (Svallfors 1995) under tiden 1969-1993. Undersökningen av välfärdsrapporteringen i svenska tidningar visar

på stora skillnader jämfört med rapporteringen i engelska medier. Rapporteringen om missbruk av välfärden hade i Sverige en mycket undanskymd plats i samtliga tidningar. Detta förklarar Svallfors med att det finns skillnader i inställningen till välfärdsstaten bland tjänstemännen i båda länderna.

Den borgliga dominansen i civil service i Storbritannien torde i Sverige motsvaras av ett socialreformistiskt etos bland många högre tjänstemän, som gjort välfärdsstatens värderingar till sina egna. Studerar man de många "experten slår larm"-artiklarna ser man också att de nästan aldrig artikulerar missbruksdimensionen. (Svallfors 1995, sid 64)

I den svenska välfärdsmodellen, som är av mer generell karaktär än den engelska, betraktas klienterna som att de har ett problem och att det är något som kan drabba alla. I den residuala engelska välfärdsmodellen betraktas klienterna som om det är de som är problemet (Weightman & Weightman 1995). Svallfors menar att i ett system där de flesta på ett eller annat sätt berörs av välfärdspolitiska åtgärder blir välfärdspolitiken 'i högre grad en gemensam problemlösning och i mindre grad en fråga om hur 'de andra'; de fattiga, arbetslösa, misslyckade – bör behandlas' (Svallfors 1995 s 65). Den svenska välfärdsstaten tycks på tidningssidorna ha varit mer accepterad än den engelska. Även socialtjänstens verksamhet kan därför på ett symboliskt plan möta olika attityd i media-rapporteringen dvs. den engelska socialtjänsten bli mer ifrågasatt än den svenska.

Tragiska händelser med barn

Den omfattande kritiken i media mot de engelska socialarbetarna har också, menar flera engelska forskare (Valentine 1994, Franklin & Parton 1991, Aldrige 1994), sitt ursprung i en serie olyckliga händelser i England under sjuttioalet och åttiotalet då barn dödades. Den första i raden av uppmärksammade tragedier inträffade 1973 då åttaåriga Maria Colwell dödades av sin styvfar. Dödsfallet ledde till en officiell undersökning av omständigheterna runt hennes död. I media klandrades socialarbetaren för att genom sin försumelse ha orsakat barnets död. Det här blev startpunkten för en ny era i allmänhetens attityder mot socialt arbete i England (Valentine 1994), men också en punkt då misshandel placerades på agendan i debatten om den sociala välfärden (Parker 1995). Sedan första världskriget hade så gott som enbart vanskötsel, inte misshandel, varit på den offentliga agendan.

Det här var också första gången som en offentlig undersökning gjordes av ett fall där ett barn misshandlats i sitt eget hem (Parker 1995). Tidigare hade ett flertal offentliga undersökningar gjorts, men de hade alla rört barn som misshandlats på institutioner eller i skolor.

Maria Colwells död följdes av flera liknande tragiska händelser. Fyrtiofem officiella undersökningar av händelser där barn dödats eller utsatts för andra övergrepp, gjordes under åren 1973-1994 (Munro 1999). Socialarbetare var inkopplade i samtliga fall. Syftet med de offentliga undersökningarna var att hitta systemfel. Till några av de mest kända skandalerna hör mordet på Tyra Henry, Jasmine Beckford och Kimberley Carlile som dödades av sina fäder/styvfäder. I media presenterades de socialarbetare som arbetat med fallen som inkompetenta och obeslutsamma med ett motstånd mot att intervensera i familjens inre angelägenheter även om det gällde att skydda ett barn från en misstänkt misshandlande vuxen (Franklin & Parton 1991).

Clevelandfallen 1988 var nästa milstolpe i den massmediala uppmärksamheten. Det innebar att även sexuella övergrepp kom på den offentliga agendan. I Cleveland omhändertogs ett stort antal barn sedan medicinska undersökningar visat att de kunde ha utsatts för sexuella övergrepp (HMSO 1988). Socialarbetarna i Cleveland beskrevs som auktoritära byråkrater som utan större hänsyn till varken barns eller vuxnas mänskliga rättigheter bröt sönder familjer genom att omhänderta barn (Franklin Parton 1991).

I den engelska pressen har alltså kritiken mot socialarbetarnas arbetsmetoder både gällt fall där socialarbetarna ingripit för lite och för mycket. Mediabevakningen har alltid lyft fram de rapporter som konstaterar att de professionella gjort fel, men för den engelska forskare (Munro 1999) som gick igenom samtliga rapporter framstod en delvis anorlunda bild än intrycket från mediareporteringen. I en fjärdedel av rapporterna hade utredarna inte varit kritisk mot någon professionell aktör utan barnets död framstod som oförutsägbart. I 42% av rapporterna fick socialarbetarna snarare beröm för sina insatser, men i de övriga hade de kritiserats framförallt för att de var alltför långsamma i att omvärdera sina bedömningar och ta till sig uppgifter som inte stämde med den bedömning de redan gjort. Socialarbetarna blev alltså låsta i sitt eget tänkande och försökte bekräfta den egna bedömningen, som ofta utgick från det första intrycket av familjen. När de gjort en felbedömning kunde den kvarstå och få ödesdigra konsekvenser för barnet.

Även barnets egen berättelse handskades socialarbetaren med på samma sätt dvs. tog till sig när den stämde och ifrågasatte när den utmanade socialarbetarens egen bedömning. Det kunde innebära att socialarbetaren inte trodde på barnet när det berättade om misshandel. Å andra sidan var det flera av barnen, som förnekade misshandeln och höll med föräldrarna om att skadorna berodde på olyckor.

I Sverige, hade när intervjuerna genomfördes, egentligen bara ett fall förekommit som kan sägas motsvara de engelska. Det var det sk Hedemora-fallet. En 4-årig tysk pojke, Mikael, sparkades en julidag 1990 ihjäl av sin styvfar uppe i den svenska fjällvärlden. En socialarbetare ställdes, efter en offentlig utredning, inför rätta anklagad för tjänstefel (Hedemora Tingsrätt 1991). Det finns även andra fall som uppmärksammats av media, men de svenska socialarbetarna kan ändå inte sägas ha belastats med samma mängd negativ publicitet som de engelska där de tragiska händelser inträffat som lett till officiella undersökningar av socialarbetarnas arbetsinsatser. Clevelandfallen och fallen med de små Londonflickorna som mördades av sina far eller styvfar samt ytterligare ett par andra fall påverkade starkt den nya lagstiftningen som kom till uttryck i The Children Act 1989 (Hogget 1990).

Socialt arbete och mediareportering

Nyheter konstrueras i en kulturell och samhällelig situation ofta i ett möte mellan professionella aktörer. Bob Franklin och Nigel Parton (1991) menar att förklaringen till medias rapportering om socialt arbete innehåller åtminstone tre olika element som förstärker varandra. Den första är att socialt arbete framförallt under Thatcher-eran blev en symbol för den offentliga sektorn och dess tillkortakommanden. Det andra att socialt arbete är en tvetydig profession. Socialarbetarna ser sig själva som klientorienterade och hjälpande samtidigt som de arbetar på uppdrag av samhället. Myndighetsutövningen blir central liksom rollen som 'gatekeepers' i förhållande till samhällets resurser. Bob Franklin och Nigel Parton menar att tvetydigheten i professionens arbetsuppgifter skapar en professionell sårbarhet och inre spänning. Det tredje elementet som påverkar medias rapportering om socialt arbete handlar om medias egna villkor. Redaktionsmässiga prioriteringar, nyhetsvärderingar och rutiner avgör vilken uppmärksamhet en händelse får (Aldrige 1994) inte bara händelsen i sig.

Det finns i media ett stiliserat berättande, arketyper med bestämda scener, roller och intriger

(Svallfors 1989; Eide & Hernes 1987). Några av de mest centrala välfärdspolitiska arketyperna är

- 1) fördelningsdimensionen – vardagspraktiken innebär ett fördelningsproblem mellan rik och fattig mellan stark och svag
- 2) administrationsdimensionen – vardagspraktiken fokuseras som ett möte mellan medborgare och myndighet
- 3) kostnadsdimensionen – sätten att finansiera den vardagspraktiska verkligheten fokuseras.
- 4) missbruksdimensionen – utnyttjandet av välfärdssystemet fokuseras liksom klienternas sviktande moral. (Svallfors 1989)

Dessa arketyper berör framförallt ett ekonomiskt eller administrativt perspektiv, men medias rapportering kan också gälla vård, omsorg och skydd av individer. En engelsk forskare, som granskat medias rapportering om socialt arbete (Aldrige 1994) menar att de för professionen socialt arbete mest smärtsamma händelserna, som fått mycket publicitet i media, alla handlade om den offentliga socialtjänstens arbete med barn och familjer. Omvårdnadsperspektivet ur samhällets moraliska diskurs kan beskrivas med liknande arketyper som de välfärdspolitiska samt ytterligare en arketyper som rör de professionellas sviktande moral eller kunskap.

- 5) maktmissbruksdimensionen – den svage utnyttjas av den starke p.g.a. bristande moral eller kunskap hos myndighetsutövaren. Klienten som skall vårdas eller skyddas av myndigheten har inte blivit omhändertagen eller skyddad utan utnyttjad, skadad eller illa behandlad.

Socialtjänsten och personal social services har välfärdsstatens yttersta ansvar för att skydda barn. Har barn, som socialtjänsten har kontakt med, dödsats, skadats eller blivit illa behandlade har socialtjänsten inte lyckats skydda barnet. Det kan i media beskrivas med arketyper maktmissbruksdimensionen p.g.a. bristande moral och/eller oprofessionellt agerande och leda till en skandalisering. En skandal handlar i dagligt tal om något som väcker allmän förargelse eller obehagligt uppreppande; en skamfläck (Svenska akademins ordlista över svenska språket 1982/1992). En skandal förutsätter att andra människor känner till vad som hänt. Massmedias funktion blir utifrån den dramatiska händelsen att göra allmänheten medveten om vad som hänt, varför det kunnat hända och följderna av det. Det blir en synlig manifestation av in-

tresset för ett ämne eller en händelse. Medierna kan utifrån etiska värderingar diskutera och ifrågasätta olika aktörers professionella handlande. Att definiera något som ett socialt problem är ett normativt ställningstagande då man konstaterar att det finns en diskrepans mellan hur något är och hur det bör vara (Söder 1999). Olika aktörer kan ta problemet på entreprenad och aktivt agera för att definiera problemet och få det förankrat på den massmediala och politiska arenan.

Det sociala problemet blir det problem som aktörerna skapar genom att definiera det (Söder 1999, sid 214).

Inte bara ett dramas nyhetsvärde och dramaturgiska mönster avgör om problemet och den specifika definitionen av det får genomslag på den offentliga arenan utan också om perspektivet går att anknyta till några av tidens grundläggande dilemman (Söder 1999). Maktmissbruk är ett av vår tids dilemma. Övergrepp mot barn är ett tema där rollfördelningen om vem som är den starke och vem som är den svage är tydlig samtidigt som alla har varit barn och därför lätt kan identifiera sig med barnet. Utlöser ett samhällsproblem en stark allmän oro kan det med ett sociologiskt begrepp beskrivas som att det uppstår 'moralisk panik' (Cohen 1980). En skandal skiljer sig från moralisk panik genom personorientering.

Scandals must be traceable to real persons who are held responsible for their actions (Lull & Hinerman 1997, sid 4).

Lull & Hinerman (1997) menar att personanknytningen också skiljer en skandal från ett rykte. En skandal beskriver en händelse som kan framkalla skamkänslor hos berörda personer. Den kan stimulera till moralisk panik om individernas handlingar kan tolkas som symptomatiska på ett större socialt problem. Den moraliska paniken uttrycker rädslan och skräcken som kan finnas hos andra personer. En känsla som sällan kan sägas inträffa hos den sk allmänheten menar Malin Åkerström (1991). Hon menar att panik är ett alltför starkt ord. Det handlar om mer flyktiga känslor hos allmänheten än panikkänslor dvs att människor blev mer tillfälligt sorgsna, upprörda eller berörda av händelserna. Media kan ägna stor uppmärksamhet åt ett ämne vars offentliga behandling åtföljs av tecken på intensivt engagemang hos allmänheten, men den intensiva känslan för saken hos allmänheten kanske inte finns där när allt kommer omkring. Händelsen framkallar

ett moraliskt entreprenörskap, som i sin tur leder till en mobilisering av övervakningsapparaten (Åkerström 1991, sid 228).

Rädsla hos allmänheten kan, även om den har en flyktig karaktär, upplevas som stark kritik för de som är personligt, politiskt eller professionellt ansvariga för det som inträffat. Har det som hänt en generell problematik kan rädslan, misstänksamheten och kritiken som myndighetens företrädare och politiskt ansvariga möter i media vara starkare. Intensiteten i allmänhetens kritik och flyktigheten i den 'moralisk panikreaktionen' kan variera med risken för att själv bli berörd, men också med hur avvikande myndighetens agerande varit från centrala etiska värden i välfärdssamhället. Det som intrasserat mig är vad som händer inom den berörda verksamheten. Allmänhetens reaktion på medias rapportering kan vara flyktig, men är den lika flyktig inom den verksamhet som berörs av händelsen eller liknande verksamheter?

Metod och instrument

Det empiriska materialet har samlats in i en mer omfattande studie av socialtjänsten i Sverige och England. Jag har gjort djupintervjuer med sammanlagt tjugofyra socialarbetare varav elva i Sverige och tretton i England. 90 socialarbetare på samma platser har även skriftligt besvarat öppna frågor i ett frågeformulär. Intervjuerna har utgått från olika temaområden bl.a. handlingsutrymme och påverkansfaktorer däremot inte socialt arbetes relation till media. Professionens och verksamhetens relation till media har i analysen av intervjumaterialet visat sig vara ett centralt tema för många av socialarbetarna. Artikeln har alltså en fenomenologisk utgångspunkt (Giorgi 1988, Brunnberg 1994) och är av explorativ karaktär.

Intervjuerna genomfördes och frågeformulären samlades in under perioden hösten 92 – våren 94. Socialarbetarna arbetar alla med barn och ungdomar inom likartad verksamhet dvs child protection inom social services, med barn och ungdomar inom NSPCC samt inom socialtjänstens individ och familjeomsorg. Intervjupersonerna har både inom den svenska kommunen och det engelska countiet tillhört olika arbetsgrupper och haft olika funktioner och positioner. Urvalet av intervjupersoner i båda områdena har gjorts för att uppnå maximal variation med den sk snöbollsmetoden (Patton 1990) där den ena intervjun lett till nästa och där kompletteringar skett efter vad som hittills saknats i materialet. Det rör sig alltså inte om något syste-

matiskt urval. Intervjuerna har bandats och därefter ordagrant skrivits ut. De har genomförts i ena landet på mitt modersmål och i andra landet på ett språk jag behärskar sämre. Intervjuerna har skrivits ut av personer med svenska respektive engelska som modersmål.

Våren 1992 besvarade femtiofem socialarbetare i den svenska kommunen även ett frågeformulär med öppna och slutna frågor om socialarbetarprofessionens status och utvecklingen under den tid de arbetat professionellt i socialt arbete. Av dem var tre fjärdedelar kvinnor (73%) och en fjärdedel män (27%). Medelåldern var 39 år för kvinnorna och 40 år för männen. Socialarbetarna hade arbetat inom socialt arbete under i genomsnitt ca tolv år.

Hösten 1993 besvarade trettiofem engelska socialarbetare från Social Services Department och NSPCC i ett engelska countiet samma frågeformulär. Även bland de engelska socialarbetarna var tre fjärdedelar kvinnor (74%) och en fjärdedel män (26%). Samtliga var erfarna socialarbetare. Medelåldern för kvinnorna var 39 år och för männen 38 år. De hade i genomsnitt arbetat ca tio år inom socialt arbete. De grupper i de två länderna som besvarade frågeformuläret var alltså när det gäller bakgrundsfaktorer som kön, ålder och professionell erfarenhet mycket lika varandra.

Barnomhändertagande på undersökningsorterna

Den svenska kommunen var i slutet på 1980-talet den kommun i Sverige där socialtjänsten genomförde flest insatser för barn och unga (Brunnberg 1993). En förändring hade inträffat under 1980-talet som fört kommunen från 50:e plats till att vara ledande i landet när det gäller antalet insatser för barn och unga. I slutet på 1980-talet skedde nästan dubbelt så många ingripanden som riksgenomsnittet. Kommunen använde både³ fler frivilliga insatser och fler tvångsinsatser än tre andra kommuner av liknande storlek under hela 1980-talet och avvek framförallt när det gällde användande av kontaktmän/kontaktfamiljer och tvångsomhändertagande av ungdomar p.g.a. eget beteende. När det gäller tvångsomhändertagande p.g.a. eget beteende låg kommunen 1990 på samma nivå som 1982 när en nya lag, som betonade frivillighet, infördes. Antalet omhändertagna ungdomar minskade däremot kraftigt efter 1990. Den stora förändring som skedde gällde inte för omhändertagande p.g.a. brister i hemmiljön. I mitten och slutet på 1990-talet kunde kommunen inte längre betraktas som någon höginputs-kommun t.ex. 1998 placerades det någon

gång under året betydligt färre barn och ungdomar i den aktuella kommunen än riksgenomsnittet

Figur 1. Placeringar enligt SoL eller LVU per 1 000 barn i befolkningen någon gång under 1998

	0-12 år	13-17 år	18-20 år
Hela riket	4,8	13,1	6,7
Aktuell kommun	2,1	5,5	1,1

Källa: Socialstyrelsen statistik (1999).

Det engelska countiet var när det empiriska materialet samlades in snarast ett county med låginsatsprofil. Det fanns bara ett fåtal områden i England med samma antal eller ändå färre barn som placerades av myndigheten.

Figur 2. 'Children looked after' 31 Mars per 1 000 i befolkningen under 18 år

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Aktuellt county	3.3	3.1	2.9	3.0	2.9	2.7
England	5.5	5.1	4.7	4.5	4.5	4.5

Källor: Central Statistical Office, Regional Trends 28,1993.

Siffrorna för det aktuella countiet för åren 1992-1996 bygger på uppgifter från Departement of Health. Countiet delades 1997 upp i tre olika administrativa enheter.

Utvecklingen när det gäller omhändertaganden i countiet har under första hälften av 1990-talet inte riktigt följt den utveckling som varit i landet i övrigt, men området har hela perioden behållit en låg insatsprofil. Den nedåtgående trenden i England tycktes lokalt brytas 1993/1994 och snarare öka än minska lika kraftigt som i landet i övrigt. 1995 blev det i countiet på nytt en nedåtgående trend medan det då var mera stillastående i landet som helhet.

Analys

I den inledande analysen av intervjumaterialet och materialet från frågeformuläret fann jag att socialarbetarna ofta i sina beskrivningar beskrev relationen till media. Jag valde därför att granska i vilka situationer relationen till media blivit central för socialarbetarna och på vilket sätt media upplevdes ha påverkat det sociala arbetet och professionens status.

Att jag valt att jämföra socialt arbete i Sverige och England beror på att det är två traditionella välfärdsstater som socialpolitiskt brukar hänföras till två skilda kategorier. Även medias villkor är olika i de två länderna bl.a. när det gäller myndighetsinformation och namnpublicering. I den här artikeln fokuserar jag dock inte medias villkor utan socialarbetarnas upplevelse av relationen till media.

I frågeformuläret fick socialarbetarna bedöma socialt arbetes och nio andra välfärdsprofessioners status – advokat, distriktsläkare, psykolog, polis, grundskollärare, distriktssköterska, förskollärare, hemtjänstassistent och fritidspedagog. De fick också besvara en öppen fråga om de under de år de arbetat inom yrket ansåg att de fått högre eller lägre status i allmänhetens och andra professionellas ögon. I frågeformuläret fokuserades alltså relationen till media med riktade frågor. De kvalitativa intervjuerna utgick inte heller från något temaområde som speciellt tog upp socialt arbetes relation till media. Det var istället socialarbetarnas svar som väckte frågeställningen.

Resultat

När de svenska och engelska socialarbetare fick bedöma den egna och nio andra yrkesgruppers status uppfattade socialarbetarna i båda länderna att de hade ett yrke med medel- eller förhållandevis låg status (Brunnberg 2000). De bedömde professionens kollektiva status förvånansvärt lika. Däremot hade de olika uppfattning om hur statusen förändrats under den tid de själva varit yrkesverksamma trots att det i genomsnitt varit yrkesverksamma ungefär lika länge i båda länderna. De flesta engelska socialarbetarna (77%) tyckte att deras status var lika låg som tidigare eller sjunkit medan de svenska socialarbetarna (69%) tyckte att statusen ökat framförallt i relation till andra professionella. Både svenska och engelska socialarbetare menade att professionens status kunde påverkas av vilken publicitet yrkesgruppen och deras arbetsinsatser fick i media. De engelska socialarbetarna ansåg att rapporteringen om skandaler inom den egna eller andra liknande förvaltningar hade påverkat deras status negativt.

I think the social status of social workers has declined, largely due to adverse mass media coverage of scandals – for example Cleveland. Rochdale, the Orkneys and of individual cases where children whose families have already been known to social services departments have

been injured or have been killed (Enkät engelsk socialarbetare 1993)

Av de engelska socialarbetare som angett att statusen sänkts⁴ under den tid de varit yrkesverksamma menade mer än hälften⁵ att det berodde på rapporteringen i media. De beskrev händelser där socialarbetare kritiserats för att vara ineffektiva och inte ingripit för att förhindra att barn utsatts för övergrepp. Var fjärde socialarbetare beskrev också att de i media och på andra sätt gjordes ansvariga för välfärdsstatens problem.

Through "bad press" public view is very poor. As we are seen as uneffectual. Other professional groups may also have a low opinion. Social workers are used as "scapegoats" (Enkät engelsk socialarbetare 1993)

De svenska socialarbetarna uppfattade inte medias roll för professionens status lika central och negativ som de engelska, men var tionde svensk socialarbetare poängterade ändå att publiciteten i media påverkade professionens status.

Statusen har genom åren gått upp och ner beroende på konjunkturen och även medias behandling av de arbetsinsatser som görs inom socialtjänsten (Enkät svensk socialarbetare 1992)

De engelska socialarbetarna upplevde alltså att professionen befann sig i motvind medan de svenska socialarbetarna upplevde medvind. Känslan av att som professionell yrkesgrupp befinna sig i motvind kopplade de engelska socialarbetarna ofta till rapporteringen i media om olika skandaler eller till känslan att ha utsetts till välfärdsstatens syndabocker. Det skedde samtidigt som välfärd under Thatcher – epoken var ett av tidens dilemman i det engelska samhället. De svenska socialarbetarnas upplevelse av medvind fick de framförallt i kontakten med andra professionella. Då spelade media inte samma centrala roll, som när det blåste motvind för de engelska socialarbetarna.

Lokal skandal inom det engelska countiet

I intervjuerna med de engelska socialarbetarna kopplades medias negativa rapportering framförallt till en skandal med rötter inom den egna förvaltningen. Intervjuerna med socialarbetarna i området gjordes ett drygt år efter att skandalen hade inträffat.

I november 1991 dömdes en känd, inflytelserik och karismatisk person i countiet för sexuella och fysiska övergrepp mot flera institutionsplacerade

barn. Anklagelserna inkluderade fyra tidelag och en våldtäkt. Mr Ally⁶ hade varit ansvarig för flera barnhem i det engelska countiet under åren 1973-1986. Han hade deltagit i den offentliga debatten och påverkat omgivningen med sina professionella idéer om hur barn skulle omhändertas. Ytterligare tre män var inblandade i övergreppen mot barnen. Flera av de barn som utnyttjats hade redan innan de placerades på barnhem varit utsatta för övergrepp. Det var alltså en händelse där en ansvarig för socialtjänstens verksamhet själv förgripit sig på omhändertagna barn. Det var barn som samhället skulle vårda och skydda. Skandalen hade fått mycket publicitet. Dramaturgiskt var händelsen av arketyper maktmissbruksdimensionen. Händelsen tycks ha utlöst en kris inom verksamheten.

What Ally did was set up a system which enabled him to abuse children with relative impunity over a long period of time. I don't think anyone would be able to establish that sort of system any more. I think they could abuse an individual child, with a good deal of subterfuge within the system, but it wouldn't be a part of the system. (Intervju engelsk socialarbetare 1993)

Avslöjandet att flera omhändertagna barn hade utsatts för svåra övergrepp av personer anställda inom myndigheten ledde till förändringar av rutiner så att organiserade övergrepp inte skulle kunna pågå på samma sätt dvs under lång tid och mot flera barn utan att avslöjas. En omorientering av verksamheten hade skett sedan händelsen inträffade. Flera av socialarbetarna beskrev en förändring av rutiner och attityder. Kraven på utredningsförfarandet när en misstanke om övergrepp på någon institution uppstått tydliggjordes. Utredningskraven skulle även gälla om det omhändertagna barnet var placerat i familjehem. Skandalen hade påverkat hur mycket omhändertagna barn fysiskt skulle kunna straffas av institutionspersonalen.

It seems to have had some influence on the arrangements for children in care. For example, how much they can be physically restrained. (Intervju engelsk socialarbetare 1993)

Myndigheten kontrollerade efter skandalen mer noggrant vem som anställdes för att kunna undvika att de som tidigare hade misshandlat personer anställdes. Dessutom beskrev socialarbetarna hur barn tillskrivits en större trovärdighet än tidigare.

we have perhaps learned that we must listen to children very much more than we have done and

do, although I think things have changed slightly. I don't think revolutionary, perhaps as they are required, so I think we need to do more listening. (Intervju engelsk socialarbetare 1993)

Den i media, rättsväsendet och av centrala statliga myndigheter uppmärksammade händelsen förändrade, enligt socialarbetarnas beskrivningar, handlandet inom social services department.

Potentiell mediaskandal inom det engelska countiet

Några av de engelska socialarbetarna beskrev även en annan händelse som hade kunnat bli en skandal uppmärksammas av media, men som inte blev det. Den inträffade en kort tid efter Ally-skandalen. De socialarbetare som beskrev händelsen hade på olika sätt själva arbetat med det aktuella fallet. Även den 'potentiella skandalen' ledde till en omorientering av myndighetens spelregler menade de.

What really kick-started it was the murder of a child who was on the Child Protection Register by his father, which had all the hallmarks of a potentially, a potential scandal and a national enquiry. (Intervju engelsk socialarbetare 1993)

Den potentiella skandalen och befarade nationella undersökningen blev aldrig av. Myndigheten hade förberett sina pressmeddelanden innan situationen förändrades genom att pappan, som var anklagad för att ha mördat sitt barn, tog livet av sig i fängelset. Det skedde två dagar innan rättegången skulle börja. Pappan hade tidigare hävdats att han inte vara skyldig, vilket innebar att all bevisning skulle läggas fram i rätten och bli offentlig. Myndighetens informationsskydd skulle ha brutits.

there would be a great deal of information that the media would have access to about our levels of involvement and that didn't happen. The trial didn't happen. (Intervju engelsk socialarbetare 1993)

Mamman var också anklagad, men hon erkände sig skyldig till anklagelserna mot henne. Det blev alltså ingen konfliktfylld rättegång med omfattande bevisföring. Det i sin tur ledde till att den befarade nationella undersökningen inte heller blev av.

Medias villkor är olika i Sverige och England när det gäller att få tillgång till information från myndigheter. I Sverige är myndigheters allmänna handlingar offentliga medan uppgifter om enskildas personliga och ekonomiska förhållanden är sekretessbelagda. Journalisten kan skydda en person

som avslöjar interna 'hemligheter'. I England finns ingen rättighet att få information. Avslöjanden kräver officiellt godkännande. Myndigheter kan behålla sina hemligheter. Journalister kan av domstol anmodas avslöja sina källor (Humphreys 1996). En konfliktfylld rättegång där myndigheten skall visa hur man agerat blir därför i England ett tillfälle då media får tillgång till information som annars inte är tillgänglig.

Social services egen undersökning av det potentiella skandalfallet visade att den ansvariga socialarbetaren och flera andra som varit direkt inblandade hade bedömt att familjens barn måste omhändertas. Den beslutande församlingen gick emot socialarbetarens bedömning. Barnet omhändertogs inte utan dödades. Rättegången mot pappan kunde i sin förlängning lett till en nationell undersökning eftersom den interna konflikten skulle avslöjats och socialtjänsten kunde kritiserats för sitt agerande,

But in a sense him killing himself sort of let the department off the hook. (Intervju engelsk socialarbetare 1993)

Utan medias uppmärksamhet ledde inte händelsen till den befarade kritiken. Den potentiella mediaskandalen innebar ändå att myndigheten, i förberedelsearbetet för rättegången, genomfört en utredning där förvaltningen skaffat sig kunskap om andra tragiska fall förvaltningen varit inblandad i. De fallen hade tidigare inte uppmärksammats. Skälet till att utredningen av vad som orsakat även andra tragiska händelser där barn allvarligt skadats eller dödats påbörjades efter just det här fallet var bl.a. att myndigheten befarade att händelsen skulle presenteras i media. Resultatet av utredningen visade att myndigheten ibland hade väntat alltför länge med att ingripa och flytta barn från en skadlig hemmiljö.

our level of intervention is set rather too high, that actually we don't intervene in some quite serious cases to remove children when perhaps we ought to (Intervju engelsk socialarbetare 1993).

Ett arbete med att omorientera den tidigare alltför restriktiva inställning till omhändertagande inleds. Arbetsledningen på mellannivå och socialarbetarna gjordes från högsta ledningen uppmärksam på behovet att skydda barn och att 'act decisively to protect them' (a.a 1993). En förskjutning skulle ske till en högre nivå när det gällde myndighetens ingripanden och socialarbetarnas riskbedömningar skulle få större betydelse än tidi-

gare. Samtidigt uppfattade den centrala arbetsledningen att det fanns ett motstånd hos socialarbetarna och den lokala arbetsledningen mot att ingripa i familjerna på ett annat sätt än tidigare. Den potentiella mediaskandalen blev ingen skandal eftersom det inte skedde någon konfliktfylld rättegång mot pappan, informationspridning till allmänheten och ställningstaganden från andra myndigheter om personal social services agerande. Omorienteringen blev en intern angelägenhet för förvaltningen.

Media som arena för att påverka socialtjänsten i den svenska kommunen

I den svenska kommunen associerade samtliga intervjupersoner det aktiva omhändertagandet av ungdomar under 1980-talet till den intensiva och starkt polariserade debatt som förts inom kommunen. Den lokala debatten startade med att en förälder i maj 1981 uttryckte ett desperat rop på hjälp i en artikel i en av ortens tidningar. Hans egen dotter hade blivit narkotikamissbrukare. Det var ett känslomässigt starkt inlägg där föräldern, som också var en av kommunens kända auktoriteter, beskrev hur han och andra föräldrar befann sig i en situation där hjälplösheten och förtvivlan var så stark att man önskade att man slapp leva. Föräldrarna bildade en intressegrupp, FMN-föräldraföreningen mot narkotika, som strategi för att rädda livet på sina missbrukande barn och för att själva kunna överleva. Dessutom ville de åstadkomma en förändring i samhällets sätt att möta problemen genom

...att påverka kommun och skola i staden därhän att effektiva åtgärder mot narkotikamarknaden och mot missbruket kommer till stånd. (ÖK 1981-05-15)

De önskade att en snabb kartläggning av hasch- och sniffbrukets spridning bland ungdomarna i kommunen skulle ske, att samarbetet mellan berörda professionella skulle förbättras och att skolan skulle reagera så fort man misstänkte missbruk hos någon elev. En generalisering av familjernas problem skedde. Det som hade hänt dem kunde drabba alla tonårsfamiljer.

Ett par veckor senare skrev två representanter för en annan intressegrupp RNS-Riksförbundet Narkotikafritt Samhälle en artikel. En av författarna kom senare att spela en mycket framträdande roll i den interna debatten. Intressegrupperna RNS och FMN delade uppfattningen att narkotikan var ett samhällsproblem, som måste åtgärdas genast.

De delade också uppfattningen att vilken tonåring som helst kunde bli narkoman och krävde att politiker skulle agera för att stoppa missbruket.

Artiklarna blev en väckarklocka och skapade ett tryck mot politiker och ansvariga tjänstemän 'att göra något'. En byråkratisk kris initierades via publiciteten i media. Opinionen ledde till att politiker beslöt sig för att ta fram resurser för att starta en speciell länsövergripande narkotikaenhet för unga. Den öppnades ett och halvt år senare. Men redan dessförinnan hade en särskild Citygrupp med fyra fältassistenter bildats. Drygt ett år efter det att narkotikaenheten öppnats startade också ett behandlingskollektiv. Den vardagspraktiska verksamheten förändrades.

Även på riksplaneln hade vid den här tidpunkten narkotikaproblemet blivit en viktig politisk fråga som debatterades i media. I regeringsförklaringen⁷ 1982 uttryckte Olof Palme att kraftfulla åtgärder måste vidtas och en särskild kommission för att bekämpa narkotikamissbruket tillsattes. Satsningen var politiskt kontroversiell. Samma år trädde den nya socialtjänstlagen i kraft. En lag som betonade frivilligheten. Valfärdsstatens linje var flertydig och komplex. Den linje FMN drev var att tvånget borde öka i kampen mot narkotikan. I socialarbetargruppen blev det en häftig starkt polariserad professionell debatt.

Det var ju några oerhört starka grupper som slogs stenhårt för det här med Hassela- omskolning. De som syntes mycket utåt var duktiga opinionsbildare. Hade mycket kontakt med polisen. (Intervju svensk socialarbetare 1992)

I socialarbetargruppen var det RNS som dominerade och i den offentliga samhällsdebatten var det FMN. Inom den professionella gruppen var den stora stridsfrågan ur vilket perspektiv socialarbetarna skulle se på missbruk och vilka arbetsmetoder de skulle använda.

Det var en ideologisk debatt som handlade om hur man ska se på narkotikamissbruk. Om man ska ha en restriktiv politik eller inte. Huruvida man ska ingripa tidigt eller inte. Om man ska se missbruk som ett symptom på bakomliggande faktorer eller inte. (Intervju svensk socialarbetare 1992)

Den professionella stridsfrågan delade socialarbetargruppen i olika läger. Förvaltningsledningen var kritisk mot socialarbetarna i RNS medan politiker stödde dem. Av de elva i den här studien intervjuade socialarbetarna arbetade fyra aktivt efter RNS idéer, tre var kritiska och en fanns inte i länet

när debatten var som livligast. De övriga förhöll sig passiva. Alla de socialarbetare som förhöll sig passiva i debatten menar att de påverkades av RNS och FMN:s idéer. Även de socialarbetare som öppet stod för en kritisk hållning påverkades liksom den från början kritiska förvaltningsledningen.

I slutet på 1986 blev narkotikadebatten åter intensiv i kommunen. RFHL hade anmält de lokala narkotikagrupperna i länet till JO för åsidosättande av sekretesslagens bestämmelser. I de lokala narkotikagrupperna ingick företrädare för socialtjänst, skola, fritid, polis, föräldraföreningen m fl. De samlades för att diskutera narkotikafrågan och hur de skulle hjälpa enskilda missbrukare i kommunen eller kommundelen. JO:s utredning visade att det inom samrådsgrupperna lämnats uppgifter om enskildas personliga förhållanden utan samtycke från de berörda. Samrådsgrupperna åsidosatte sekretesslagens bestämmelser. Socialarbetarnas arbetsmetoder fick stark kritik i lokalpressen och även i rikspressen, TV och radio. Socialarbetarna beskyddes för maktmissbruk och övergrepp.

Socialstyrelsen fick i januari 1987 en anmälan från tre akademiker inom socialt arbete. De var oroade över bemötandet av ungdomar med missbruksproblem och ifrågasatte det narkotikapolitiska programmet som de menade stred mot gällande svensk lag. Socialstyrelsen fann anledning att rikta kritik mot socialtjänstens sätt att bemöta ungdomar med faktiska eller antagna missbruksproblem och skrev att det i den aktuella kommunen förekom

Organiserat förtal och brott mot sekretesslagen och metoder som är ägnade åt att hota och skrämja ungdomar till att medverka i socialtjänstens program för dem. (Socialstyrelsen 87-01-26)

De intervjuade socialarbetarna beskrev hur RNS linje tonades ner och andra behandlingsideologier började göra sig gällande. Det som växte sig starkt i socialarbetarkåren var idéer om att arbeta med barn och ungdomar i deras hemmiljö och nätverksarbete betonades. Den Hasselainspirerade modellen för behandlingsarbete som tidigare tillämpats på kommunens behandlingskollektiv övergavs och ersattes av Minnesotamodellen.

Diskussion

Socialarbetarna i den här studien menar att medias rapportering påverkar policy och praktik inom socialt arbete. De menar även att rapporteringen påverkar professionens status. Publiciteten i media spe-

lar en central roll i skandaliseringen av verksamheten. Publiciteten kan utlösa en byråkratisk kris. Den kan få politiska, administrativa men också professionella konsekvenser. Bearbetningen av den byråkratiska krisen kan innebära en omorientering av vardagspraktiken t.ex. genom att nya rutiner och arbetsmetoder införs samt att ökade resurser tillförs det aktuella området. Den utlovade förändringen kan innebära en attitydförändring hos personalen där media primärt kan spela en central roll genom att sätta ett tema för dagen på 'var mans läppar'. När omorienteringen förutsätter en attitydförändring där samhällets etiska gränser skall tolkas på ett annat sätt än tidigare kan även andra verksamheter beröras för att förändringen på ett mer genomgripande sätt skall ta form och få bestående karaktär.

En skandal inom det aktuella engelska countiet, men också skandaler där socialarbetare på andra platser inom landet kritiserats för sina arbetsinsatser uppfattade de engelska socialarbetarna på ett negativt sätt hade påverkat professionens status. Skandalisering kan sägas ske när media till en bredare allmänhet sprider kännedom om en händelse av *arketypen maktmissbruksdimensionen*. Den externa reaktionen framkallade en intern reaktion och myndigheten måste för att inte förlora sin professionella auktoritet visa att det inte finns risk att händelsen skall upprepas igen. Skandalen runt Mr Ally ledde till att byråkratiska handläggningsrutiner ändrades, personalens möjlighet att använda aga begränsades och tilltron till barns berättelser om övergrepp förväntades öka dvs en attitydförändring hos personalen skulle ske. Kraven på omorienteringen av verksamheten kan sägas vara en del av byråkratins bearbetning av den interna kris skandalen utlöste.

I den potentiella skandalen utlöstes en krisreaktion inom verksamheten hos ledningen och berörda socialarbetare, men verksamheten skandaliserades inte i media. Verksamhetens professionella insatser granskades därför inte av den externa övervakningsapparaten för proffsionen. Kännedom om bristerna i handläggningen blev huvudsakligen interna, men hotet om publicitet hade lett till förberedelser för agerande i media och rättssalen. En krisreaktion hade utlösats och en omorientering av verksamheten inleddes trots att händelseförloppet bara delvis blev det förväntade. Den potentiella skandalen ledde till att socialarbetarnas riskbedömningar i fortsättningen skulle få större betydelse än tidigare. Inom countiet skulle även en förskjutning av grundläggande värderingar i myndig-

hetsutövningen ske för att fler barn inte skulle riskera att dödas. Fler barn skulle kunna omhändertas.

Ären efter följde utvecklingen i det engelska countiet när det gäller omhändertaganden av barn inte den trend som var i landet i övrigt. Omhändertagandena minskade inte lika kraftigt som i landet i övrigt utan snarare ökade under något år. 1995 blev det åter en nedåtgående trend när det gäller barnomhändertagande i countiet medan den då var mera stillastående i landet som helhet. Det kan tolkas som att det just då fanns fler barn i problematiska situationer i countiet och att det därför under något år blev fler omhändertaganden. Förändringen när det gäller antal barn som omhändertagits kan också tolkas som att det temporärt skedde en viss förändring av attityden till barnomhändertagande i countiet. Den förändringen kan, med viss försiktighet, uppfattas som en bekräftelse på den kris den potentiella skandalen utlöste och omorienteringen i verksamheten till följd av den. Däremot hade konsekvenserna av countiets särskilt restriktiva policy inte offentligt diskuterats och granskats. Förändringen var inte officiellt förankrad. Efter något år följdes åter den allmänna trenden i landet. Den potentiella skandalen blev inte en reell mediaskandal, vilket kan ha lett till att attitydförändringen inte blev av bestående karaktär eftersom den inte var grundad i en attitydförändring i relation till samhället utanför t.ex. till andra myndigheter och i relation till andra counties.

I den svenska kommunen valde intressegrupper aktivt media som en av flera arenor för att förändra socialarbetarnas och politikernas värderingar och handlande. Media var en central arena initialt för kritiken från intresseorganisationen. Publiciteten utlöste en krisreaktion. Socialarbetarna beskrev hur centrala värderingar om hur de skulle utföra sitt professionella arbete förändrades hos dem av den debatt som fördes under första hälften av 1980-talet av intresseorganisationer och starka karismatiska personer internt och externt. Kommunen blev en högingsats kommun i omhändertagande av ungdomar. Föräldrarnas agerande gav resultat.

Även när det gäller det händelseförlopp som några år senare ledde till att de svenska socialarbetarna åter förändrade professionella värderingar och behandlingsmetoder spelade media en central roll. Den arena som en intresseorganisation då valde att agera på var inte i första hand media utan en byråkratisk kontrollerande instans, Justitieombudsmannen. JO:s kritik ledde dock till en reaktion i media. Ytterligare en byråkratisk instans, Socialstyrelsen, kopplades in för att granska den lo-

kala verksamheten. Media spelade inte samma roll som huvudarena för intressegruppens agerande i slutet på 1980-talet som i början utan var en sekundär arena, men socialarbetarna fick stark kritik i media. Socialarbetarna skandaliserades och beskyldes för maktmissbruk och övergrepp. Det skedde i slutet på 1980-talet. Efter det började nya behandlingsideologier att växa sig starka och omhändertagande av ungdomar blev efter 1990 inte lika vanliga som tidigare. Kommunen kunde inte längre betraktas som någon högingsats kommun.

Att sprida kännedom om interna förhållanden externt kan tolkas som ett viktigt moment för att utlösa en byråkratisk kris. Mötet med en extern reaktion kan initiera ett händelseförlopp som efter en politisk reaktionsfas och byråkratisk undersökandefas leder till en beslutsfas där omorientering av rutiner inom verksamheten sker och krav på förändrade attityder eller arbetsmetoder formuleras.

Socialarbetare, framförallt i England, har beskrivit att professionens status påverkats negativt av publiciteten i media (Brunnberg 2000). Även svenska socialarbetare tog upp professionens relation till media, men inte i samma utsträckning som de engelska. Socialarbetare i den svenska kommunen och det engelska countiet bedömde professionens status förvånansvärt lika.

En studie av rapportering (Aldrige 1994) i engelska media visade att socialtjänsten egentligen fick en mycket begränsad uppmärksamhet. Den rutinmässiga bevakningen i lokaltidningarna kunde dessutom vara relativt positiv och ibland ge socialtjänsten rollen som expert. Den bästa bevakningen i media fick frivilligorganisationer som själva arbetade riktat mot media för att informera om sociala frågor. Socialtjänsten fick långt ifrån alltid negativ behandling i media. Trots det upplevde de engelska socialarbetarna att medias rapportering påverkade professionens status negativt. Engelska forskare har tolkat den negativa publiciteten i media om socialtjänsten som att allvarliga barnmisshandelsfall leder till en identifikation med barnet och emotionell upprördhet och att socialarbetarna blir måltavla för projektioner av de känslor övergrepp mot barn väcker (Valentine 1994). Det är en tolkning som inte tar hänsyn till den kulturella och samhälleliga situation i vilken nyheter konstrueras och om perspektivet går att anknyta till några av tidens grundläggande dilemman.

Maktmissbruk är ett grundläggande dilemma i både Sverige och England liksom att sexuella övergrepp mot barn är moraliskt otillåtna. Den tidsmässiga närheten till skandalen inom det engelska countiet kan delvis tolkas som en förklaring till att

fler engelska socialarbetare än svenska uppfattade att deras professionella status sänkts p.g.a. medias rapportering. De engelska socialarbetarna uppfattade även att publicitet runt skandaler inom andra förvaltningar än den egna påverkat professionens status negativt. Under Thatcher-eran blev välfärdens brister ett grundläggande tema i England vilket det inte var på samma sätt i Sverige. De engelska socialarbetarna blev ifrågasatta som välfärdsprofessionella aktörer. Tragiska händelser, offentliga utredningar och negativ publicitet utifrån maktmissbruksdimensionen tycktes kunna ha en generaliserande effekt till andra förvaltningar. I den pågående professionaliseringsprocessen var det centralt att socialarbetare inte fick kritik för att vara oprofessionella.

Att händelsen inträffat, dramats nyhetsvärde, dramaturgiska mönster och om perspektivet går att

anknyta till några av tidens grundläggande dilemma avgör om problemet får genomslag på den offentliga arenan i media. Genomslaget på den offentliga arenan påverkar också den inre arenan. Den byråkratiska krisen inom socialtjänsten tycks både i England och Sverige framförallt kunna initieras av händelser som skildras med arketyper maktmissbruksdimensionen där den svage utnyttjas av den starke p.g.a. bristande moral eller kunskap. Klienten som skall vårdas eller skyddas av myndigheten har inte blivit omhändertagen eller skyddad. Reaktionen efter skandaliseringen kan hos socialarbetarna bli långvarig. Det kan tolkas som att begreppet 'moralisk panikreaktion' har större relevans för att beskriva reaktionen inom den verksamhet som berörs och liknande verksamheter än hos allmänheten och vara ett uttryck för rädslan att betraktas som oprofessionell.

Noter

1. Jag kommer i den här artikeln att använda uttryck som svenska respektive engelska socialarbetare trots att socialarbetarna enbart kommer från ett lokalt område i varje land och därmed inte kan sägas vara ett representativt urval för hela landets socialarbetare.
2. Gäller alla rikstidningar, ett par lokaltidningar, några lokalradiostationer samt TV:s sändningar under tiden juli-dec 1976.
3. Undantaget är 1982 då en av de tre andra kommunerna använde något fler frivilliga insatser än den i studien aktuella kommunen.
4. De flesta av de trettiofem engelska socialarbetarna menade att statusen var lika låg (9) som tidigare eller hade sänkts (20) under den tid de själva varit yrkesverksamma. Några av socialarbetarna menade att statusen i något avseende höjts (6<9 och då oftast i relation till andra professionella).
5. 60%.
6. Fingerat namn.
7. 821008.

Referenser

- Aldrige, M. (1994) *Making Social Work News*. London: Routledge.
- Brunnberg, E. (1993) *Omhändertagen i onödan eller lämnad i sticket?* Örebro: Högskolan i Örebro, Forskargruppen i socialt arbete (Rapport 1993:20).
- Brunnberg, E (1994) *Då blev jag besviken! En fenomenologisk analys av fyra berättelser*. Örebro: Högskolan i Örebro.

- Brunnberg, E. (2000) 'Svenska och engelska socialarbetares professionella status, arbetsglädje och besvikelse'. i Brunnberg, E. *I välfärdens skugga*. Göteborg: Göteborgs Universitet, CEFOS (kommando).
- Central Statistical Office (1993) Regional Trends 28.
- Cohen, S. (1980) *Folk Devils and Moral Panics. The Creation of the Mods and Rockers*. Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Eide, M. & Hernes, G. (1987) *Död og pine! Om massmedier og helsepolitikk*. Oslo: FAFO.
- Fox Harding, L. (1991) *Perspectives in Child Care Policy*. London: Longman.
- Franklin B. & Parton N. (1991) 'Media Reporting of Social Work'. I Franklin B. & Parton N. (red.) *Social Work the Media and Public Relations*. London: Routledge.
- Giorgi, A. (1988) *Phenomenology and Psychological Research*. USA: Duquesne University Press.
- Golding, P. & Middleton, S. (1982) *Images of Welfare. Press and Public Attitudes to Poverty*. Oxford: Martin Robertson.
- Hedemora Tingsrätt 1991-09-26 Dom.
- HMSO (1988) *Report of the Inquiry into Child Abuse in Cleveland 1987. Short version extracted from the complete text*. London: HMSO.
- Humphreys, P. (1996) *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press.
- Lull, J. & Hinerman, S. (1997) 'The Search for Scandal'. I Lull, J. & Hinerman, S. (red.) *Media Scandals*. USA: Columbia University Press.
- Munro, E. (1999) 'Common Errors of Reasoning in Child Protection Work', *Child Abuse & Neglect*, Vol 223, No 8, 745-758.

- Parker, R. (1995) 'A Brief History of Child Protection'. I Farmer, E. & Owen, M. *Child protection Practice: Private Risks and Public Remedies*. London: HMSO.
- Patton, M.Q. (1990) *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: Sage.
- Socialstyrelsen 1987-01-26, Anmälan av Örebro kommun, Dnr 18/87.
- Socialstyrelsen statistik, Socialtjänst (1999) *Insatser för barn och unga 1998*. ISBN 91-7201-368-0.
- Svallfors, S. (1989) *Vem älskar välfärdsstaten? Attityder, organiserade intressen och svensk välfärdspolitik*. Lund: Arkiv.
- Svallfors, S. (1995) *Välfärdsstaten i Pressen En analys av svensk tidningsrapportering om välfärdspolitik 1969-1993*. Umeå: Umeå Studies in Sociology, No 108.
- Svenska akademins ordlista över svenska språket 1982/1992.
- Söder, M. (1999) 'Kan forskning skapa insikt? Exemplet tvångssteriliseringsdebatten'. I Christensen, K. & Syltevik, L. J. *Omsorgens forvitring? Antologi om utfordringer i velferdsstaten*. Bergen: Fagbokforlaget
- Valentine, M. (1994) 'The Social Worker as a "Bad Object"', *British Journal of Social Work*, Nr 24, 71-86.
- Weightman, K. & Weightman, A. (1995) "Never Right, Never Wrong": Child Welfare and Social Work in England and Sweden', *Scandinavian Journal of Social Welfare*, Nr 4, 75-84.
- Åkerström, M. (1991) 'Våldet en moralisk panik? Emotionellt engagemang eller publika tyckanden'. I Åkerström, M. (red) *Kriminalitet Kultur Kontroll*. Stockholm: Carlssons Bokförlag.
- Örebrokuriren (1981) 'Vågar vi sticka näsan i skiten?' 1981-05-15.

Konvergens som strategi

ASLE ROLLAND

Den framvoksende konvergens mellom kringkasting, telekommunikasjon og informasjonsteknologi er den viktigste grunnen til å føre *mediekonsentrasjon* opp på den politiske dagsorden i dag. Sentrale bøker på området har derfor titler som *Media Ownership and Control in the age of convergence* (MacLeod 1996), og *Media Policy: Convergence, Concentration & Commerce* (McQuail and Siune 1998). Muliggjort av teknologiske gjennombrudd og politisk deregulering på slutten av det 20. århundre, utfordrer denne utviklingen nå de sentrale verdier som vi ønsker at våre mediesystemer skal realisere, som ytrings- og informasjonsfriheten.

Mediekonsentrasjon er imidlertid verken en nødvendig forutsetning for eller den uunngåelige konsekvensen av at teknologier og markeder konvergerer. I stedet for *bedriftsintegrasjon* ved hjelp av oppkjøp, sammenslåinger eller allianser kan bedriftene velge *diversifisering ved intern ekspansjon* som strategi for konvergens, dvs. å spre den opprinnelige virksomheten til nye markeder, adaptere supplement til den teknologi som danner det historiske grunnlaget for deres eksistens. Med en analogi til idretten står valget mellom å kjøpe seg til suksess, eller satse på intern rekruttering.

Et tredje handlingsvalg er å gi avkall på de mulige fordeler ved konvergens – kanskje etter en nytte/kostnadsanalyse som konkluderer med at “en skomaker bør bli ved sin lest”. Selv om informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT)-sektoren totalt sett er i sterk vekst, og har vokst vesentlig sterkere enn resten av økonomien siden 1995 (Statistisk sentralbyrå 2000A og B), har aksjeverdiene periodevis vært i fritt fall på verdens børser, og mange IKT-bedrifter tjener overhodet ikke penger. En illustrasjon kan være avisoppslagene 1. desem-

ber 2000. “Nasdaq i fritt fall” var *Aftenpostens* budskap denne dagen til dem som måtte være usikre på verdien av å konvergere. *Dagens Næringsliv* brukte hele førstesiden til å fortelle om “It-ras på verdens børser” og “Mareritt for Hermansen” (Telenors sjef). Markedskommentaren samme dag hadde tittelen “It-panikk smittet europeiske børser” – og børskommentaren tittelen “Massakre for it”. Når avisen i tillegg kunne opplyse at verdien av Telenor hadde sunket med en tredel bare siden sommeren, skulle en tro at i hvert fall på denne dagen var det få skeptikere som besluttet seg for å satse på konvergens som selskapets strategi.

Også til dette tredje handlingsalternativet hører det naturligvis en mulighet for å etablere ny virksomhet, eventuelt å integrere eksisterende bedrifter gjennom oppkjøp, sammenslåinger og strategiske allianser. Mens det første kan øke konkurransen i etablerte mediemarkeder, vil det siste medføre konsentrasjon innenfor de tradisjonelle mediebransjer.

Problemstilling

På denne bakgrunn synes det viktig å undersøke empirisk hvilke strategier berørte bedrifter har i forhold til konvergens, herunder om de ser seg selv som deltakere eller tilskuere, pådrivere eller etternølere i forhold til de prosesser som finner sted. De spørsmål som melder seg, kan sammenfattes slik:

- Er konvergens bedriftenes hovedmålsetting, eventuelt en utvikling de finner det nødvendig å tilpasse seg med sine strategier?
- Er bedriftsintegrasjon (oppkjøp, sammenslåinger, allianser) den dominerende strategi for å realisere konvergens, eller satses det mer på konvergering av eksisterende aktiviteter, dvs diversifisering ved intern ekspansjon?

Senter for Medieøkonomi, Handelshøyskolen BI,
Boks 580, N-1302 Sandvika, asle.rolland@ssb.no

- Eller er det en myte at mediebedriftene søker konvergens, satser de mer på å ekspandere innenfor sine opprinnelige mediebransjer?
- Er i så fall bedriftsintegrasjon eller intern ekspansjon den dominerende strategi?

Spørsmålene stilles her med Norge og Norden som referanseramme.

S. M. Chan-Olmsted har undersøkt et lignende sett problemstillinger for USAs vedkommende (Chan-Olmsted 1998). Det er derfor naturlig å starte vandringen i hennes fotspor. Først blir det redegjort for Chan-Olmsteds teori og metode, som er analyse av registre over oppkjøp og sammenslåinger mellom bedrifter. Deretter blir det vist hvordan metoden kan anvendes på et norsk og nordisk datamateriale, og en del empiriske resultater presenteres. Det kan imidlertid reises innvendinger mot metoden, og disse belyses ved gjennomgang av et alternativt datamateriale – de ledende mediebedriftenes årsrapporter. Men heller ikke dette datamaterialet er uten problemer. Til slutt drøftes derfor hva en spørreundersøkelse blant bedrifter kan bidra med av supplerende informasjon.

Industriell konvergens – virkning eller årsak?

Det norske konvergensutvalget skriver i sin utredning at konvergens er utdeliggjøring av sektorgrensene mellom kringkasting, tele og IT. Med utgangspunkt i de ulike ledd av verdikjeden identifiserer utvalget fire dimensjoner ved konvergens:

1. tjenestekonvergens
2. nettverkskonvergens
3. terminalkonvergens
4. markedskonvergens

Om markedskonvergens skriver utvalget at den "følger som en naturlig konsekvens av de forannevnte dimensjoner ved konvergens, og innebærer at økonomiske sektorer som tidligere var relativt klart atskilte, gradvis infiltreres i hverandre. Markedskonvergens medfører følgelig at aktører som hittil har operert i klart atskilte markeder, i noen grad må konkurrere om de samme kundene. Dette har gitt opphav til en lang rekke endringer i aktørkonstellasjonene i markedene (fusjoner, allianser etc)" (NOU 1999:26, s. 11).

S. M. Chan-Olmsteds analyse av utviklingen i USA tar som utgangspunkt at "over the last two de-

cades, mergers and acquisitions (M & A) have become an integral part in the strategic initiatives of many media companies that wish to capitalize on the trend of globalization of businesses, technical development, industrial consolidation, and economic ramifications of political reform." Valget av bedriftsintegrasjon som strategi for konvergens skyldes at "convergence through M & A seems to provide the best opportunity for companies to accelerate the implementation of new technologies and at the same time capture a developed customer base". Som følge av denne vurderingen vil "the increasing strategic alliances between various media and telecommunications companies present a road toward convergence of industries. The word convergence has often been characterized as the integration of content ... and the integration of distribution systems ... It is my belief that the study of convergence would be incomplete without the analysis of strategic integration between firms in the telephone, cable, broadcasting, and computer industries" (Chan-Olmsted 1998:33-34).

Chan-Olmsteds budskap er at konvergensutvalgets observasjon av "en lang rekke endringer i aktørkonstellasjonene i markedene" bør identifiseres som en egen dimensjon ved konvergensbegrepet. Chan-Olmsted benevner dimensjonen

5. industriell konvergens

Alternative begrep kan være konvergens mellom sektorer, næringer eller bransjer. Det vil være meningsnyanser mellom disse begrepene, men de overskygges av at samtlige omhandler sammen-smelting av tilbudssiden i markeder som også vokser sammen.

Vi aner her to motsatte oppfatninger av årsaksforholdet mellom teknologisk og industriell konvergens. I det norske konvergensutvalgets analysemodell vil industriell konvergens være en funksjon av de øvrige dimensjoner, som også står i et kausalt forhold til hverandre. Resonnementet er at konvergens mellom tjenester, nettverk, terminaler og markeder er en uunngåelig utvikling som bedriftene må forholde seg til om de vil overleve. Industriell konvergens, eller sammenslåing av bedrifter på tvers av de tradisjonelle mediebransjene, framstår da som en rasjonell tilpasning til denne utviklingen.

I det perspektiv Chan-Olmsted trekker opp, er industriell konvergens snarere en målsetting for bedrifter som ser hvilke muligheter teknologisk og markedsmessig konvergens fører med seg. Heller enn å tilpasse seg utviklingen, vil rasjonelle bedrifter søke å påskynde den ved å integrere sine virk-

somheter på tvers av de tradisjonelle mediebransjene.

S. Granhaug har framført et lignende resonnement i en diskusjon av begrepet 'scenarioanalyse' i Reve og Stokkes bok om strategisk analyse (Reve & Stokke 1996). Han hevder at "store deler av integrasjonstiltakene mange bedrifter i medie- og telekommunikasjonssektoren har gjennomført de siste årene kan forstås ut fra en ... tro på et scenario der ... bransjene ikke vil kunne skilles klart fra hverandre i fremtiden. ... For å stå rustet til et slikt scenario velger mange av bedriftene å gjennomføre en eierskapsmessig konvergens allerede i dag" (Granhaug 1999:5).

Kanskje ser vi her en antydning av motsetningsforholdet mellom determinisme og voluntarisme ved forklaringen av sosiale fenomen. Det norske konvergensutvalget representerer i så fall det deterministiske syn, der industriell konvergens vil være den logisk nødvendige slutning å trekke for aktører som ønsker å handle rasjonelt når de stilles overfor teknologisk og markedsmessig konvergens. Og Chan-Olmsted representerer det voluntaristiske syn, der industriell konvergens blir et sjakktrekk for aktører som ser hvilke muligheter som åpner seg ved felles handling når teknologi og markeder blir integrerte i hverandre.

Også konvergensutvalget ser imidlertid "first mover advantage" som en framtreddende strategi. Under denne tittelen skriver utvalget at "utviklingen er i øyeblikket preget av stor usikkerhet mht. hvilke tjenester brukerne faktisk vil etterspørre og på hvilken måte de vil ta inn disse. Samtidig er det et stort potensiale for fortjeneste knyttet til å være først ute med attraktive tjenester. Denne kombinasjonen av høy risiko og stort fortjenestepotensial preger mange av aktørenes disposisjoner. Én effekt er at man får en rekke nyetableringer av mindre nisjeaktører. En annen er at etablerte aktører ofte synes å velge strategier der man satser i mange retninger, i håp om at noen av disse skal lykkes. Når det gjelder Internett-tjenester har mange investorer vært villige til å ta store tap i en etableringsfase, i håp om at investeringene på lengre sikt skal gi høy avkastning" (NOU 1999:26, s. 62).

Frihet til å velge strategi omfatter også friheten til å velge feil. Hvis markedet utvikler seg raskt, for eksempel, kan det være mer rasjonelt å satse på ekstern vekst gjennom bedriftsintegrasjon, enn intern vekst gjennom utvikling av nye produkter – eller for igjen å bruke analogien med idretten: Å kjøpe etablerte spillere framfor å satse på rekrutteringsstallens evne til å utvikle nye talenter. Den

som har denne forståelse av hva som er den rasjonelt riktige strategi, vil imidlertid oppleve seg som værende i en tvangssituasjon, og ikke stilt overfor et reelt valg.

Strategiske problemstillinger

P. Kotler har definert markedsstrategier slik: "Market-oriented strategic planning is the managerial process of developing and maintaining a viable fit between the organization's objectives, skills, and resources and its changing market opportunities. The aim of strategic planning is to shape and reshape the company's business and products so that they yield target profits and growth" (Kotler 1997). En fyndigere formulering er Normann og Ramirez' (1993) definisjon av strategi: "The art of creating value".

Begrepsdiskusjon

Det grunnleggende strategiske valg er som nevnt mellom *bedriftsintegrasjon* og *intern ekspansjon*, ekstern eller intern vekst. Chan-Olmsted beskriver dette valget slik: "In planning for long-term growth, a diversified company faces the choice of M & A versus internal expansion" (1988:36). I den forbindelse definerer hun en 'strategisk allianse' som "a business relationship in which two or more companies, working to achieve a collective advantage, attempt to integrate operational functions, share risks, and align corporate structures" (1998:34). Definisjonen gjør strategisk allianse til et begrep *overordnet* de ulike formene for bedriftsintegrasjon, som kan variere fra enkle lisensavtaler til oppkjøp og fusjon. En alternativ terminologi er å reservere begrepet for *alternativene* til oppkjøp og fusjon, dvs. samarbeidsavtaler av ulike slag – hvilket medfører at den strategiske allianse vil være underordnet bedriftsintegrasjon som overordnet begrep. I en analyse av samme fenomen i Norge har S. Granhaug således definert 'strategisk allianse' som "et forretningsforhold der to eller flere virksomheter etablerer avtale om samarbeid i forbindelse med markedsføring, salg, produksjon, innkjøp eller annen bedriftsfunksjon" (Granhaug 1999:25). Umiddelbart virker denne begrepsbruken mer fruktbar, for ut fra begge definisjoner forutsetter 'strategisk allianse' eksistensen av harmoni – de berørte selskaper vil samarbeide mot et felles mål – mens oppkjøp og fusjoner også kan være av fiendtlig karakter.

Chan-Olmsted (1998:35) skiller videre mellom tre former for eierskapsbasert bedriftsintegrasjon: *Acquisition*, *merger* og *consolidation*. Igjen er terminologien ikke helt overensstemmende med vanlige norske inndelinger. Således blir 'acquisition' definert som at "one company acquires the operating assets of another, in exchange for either cash, securities, or a combination of both". I vanlig norsk språkbruk er dette et oppkjøp, jfr igjen Granhaug (1999:24). Typisk vil det oppkjøpte selskap fortsette å eksistere, mens en "merger is a combination of two corporations in which only one corporation survives". I Granhaugs terminologi er dette en sammenslåing, mens det Chan-Olmsted beskriver, snarere synes å være at et selskap utsletter et annet etter å ha overtatt dets verdier ("the acquiring company assumes the assets and liabilities of the merged company").

Chan-Olmsted skiller mellom en 'merger' og en 'consolidation', som er en "business combination whereby two or more companies join to form an entirely new company". Også dette faller inn under det norske begrepet 'sammenslåing' (på engelsk 'merger'). Ved *consolidation* synes det imidlertid relevant å skille mellom situasjoner der dette resulterer i henholdsvis ett og tre selskaper, dvs der de to opprinnelige selskapene utsletter seg selv til fordel for ett nytt, og der de etablerer et felles datterselskap. I det førstnevnte tilfellet vil forskjellen mellom 'merger' og 'consolidation' i Chan-Olmsteds terminologi være lik en forskjell mellom sinnelag og motiv, idet hun – med referanse til P. A. Gaugan (1991) – mener "consolidation is a more friendly, cooperative deal than either a merger or acquisition because it provides equal footing in the new firm for each corporation" (1998:35).

Hvordan Chan-Olmsted definerer det andre strategiske hovedalternativet – intern ekspansjon – framgår ikke av den analyse som her diskuteres. Alternativet vil imidlertid være at et selskap som opprinnelig var aktivt i én av de næringer som nå inngår i IKT-sektoren, ekspanderer inn i andre næringer ved å adaptere deres teknologier og inkorporere dem i den eksisterende organisasjon. Hvorvidt dette skjer gjennom å tilføre den etablerte bedrift nye oppgaver eller ved at det opprettes av nye selskaper for disse oppgavene, blir da et spørsmål om hva som er den mest effektive organisasjonsform. Eksempelvis blir begge modeller benyttet for aviser som "går på nettet". Etablering av datterselskap vil imidlertid forkorte avstanden mellom de to hovedalternativene bedriftsintegrasjon og intern ekspansjon.

Handlingsalternativer

Forholdet mellom bedriftsintegrasjon og intern ekspansjon må utgjøre én dimensjon ved studiet av bedriftsstrategier i den framvoksende IKT-sektoren.

Handlingsalternativer under *bedriftsintegrasjon* vil være

- samarbeidsavtaler mellom bedrifter som naturligvis fortsetter å eksistere
- oppkjøp (helt eller delvis) av bedrifter som også fortsetter å eksistere
- oppkjøp eller hel overtakelse av bedrifter for deretter å legge ned den svakeste
- sammenslåing av flere selskap til ett felles selskap
- samarbeid med andre selskaper om å etablere nye felles bedrifter

Handlingsalternativer under *intern ekspansjon* vil være

- utvidelse av arbeidsoppgavene for eksisterende bedrifter
- etablering av egne bedrifter for å ivareta de nye oppgavene

Denne dimensjonen krysses imidlertid av en annen, knyttet til nivåene i produksjonsprosessen og graden av markedsrelevans. Chan-Olmsted drøfter denne dimensjonen i forhold til "strategiske allianser" (i hennes terminologi), men den er åpenbart også relevant for selskaper som i stedet velger intern ekspansjon. Med dette klassifikasjonssystemet lagt til grunn, ender Chan-Olmsted med å skille mellom fire velkjente strategiske handlingsalternativer (1998:37):

- horisontale strategier (ekspansjon eller bedriftsintegrasjon på samme nivå i produksjonsprosessen)
- vertikale strategier (ekspansjon eller bedriftsintegrasjon mellom ulike nivåer i prosessen)
- konsentriske strategier (komplettering av mangler ved produksjonsledd, teknologier, markeder)
- konglomeratiske strategier (overordnet stabilitet viktigere enn delløsninger)

Andre begrep som kan og er blitt knyttet til denne dimensjonen, er f.eks. diagonal integrasjon, multi-

medieintegrasjon, multisektorintegrasjon (mellom IKT-sektoren og andre næringer), internasjonal integrasjon. Jo flere begrep som tas i bruk, desto større sjanse synes det imidlertid å være for at begrepene er overlappende – og for at de krysser det grunnleggende skillet mellom horisontale og vertikale strategier igjen. Dette synes også være tilfelle med konsentriske og konglomeratiske strategier slik Chan-Olmsted bruker disse begrepene.

Det synes derfor å være grunn til å hevde at de to dimensjonene til sammen gir fire hovedformer for strategiske handlingsvalg:

	Bedrifts- integrasjon	Intern ekspansjon
Horisontalt i markeder	1	2
Vertikalt på produksjonsnivåer	3	4

Hvorvidt en bedrifts handlingsvalg vil omfatte én eller flere celler i denne modellen, avhenger trolig av på hvilket nivå i selskapshierarkiet den befinner seg. En avis som starter nettavis innen for rammene av den eksisterende redaksjon, vil f.eks. være et eksempel på intern ekspansjon horisontalt i markeder (celle 2). Konsernet som avisen tilhører, kan imidlertid tenkes å ekspandere i samtlige fire celler samtidig – eller i tur og orden.

Analysen av bedriftsregistre

Chan-Olmsteds metode

S. M. Chan-Olmsteds metode var å undersøke sammenslåinger og oppkjøp i de berørte bransjer i USA over et antall år, slik disse har vært rapportert i fagtidsskriftet *Mergers & Acquisitions*. For å komme med i tidsskriftets "M & A Rosters", må en transaksjon være verdsatt til en viss størrelse. Transaksjoner som tilfredsstiller dette kravet, deles inn i tre hovedkategorier etter geografi (innenlandske transaksjoner, utenlandske oppkjøp i USA og amerikanske investeringer i utlandet). Dertil kommer en inndeling etter bransje eller næring, og Chan-Olmsted konsentrerte seg om fjernsyn, kabelfjernsyn, radio og telefontjenester – naturligvis spesielt med siktemål å observere transaksjoner på tvers av disse (dvs konvergens). Opplysningene synes dertil å være detaljerte nok til å kunne fastslå om det dreier seg om horisontal eller vertikal integrasjon, f.eks.

Etter en klassifikasjon av transaksjonene ut fra disse dimensjonene, ble en komparativ metode benyttet for analysen. Chan-Olmsted foretok sammenligninger i tid og rom (næringer), og trakk på dette grunnlag slutninger om forskjeller og likhetstrekk ved næringenes strategivalg før og nå.

Det framgår ikke eksplisitt hvilke indikatorer Chan-Olmsted bruker for å identifisere de(n) dominerende strategi(er). Valg av metode innebærer imidlertid at hun implisitt baserer sine konklusjoner på en rent kvantitativ opptelling av forekomster, uten noen vurdering av hvilken verdi det enkelte tilfelle av bedriftsintegrasjon har for selskapet, hvilken risikovilje investeringen gir uttrykk for, eller andre kvalitative forhold som kan indikere noe om viljen til å satse.

Nordicoms registre

Den nordiske dokumentasjonssentralen for massekommunikasjonsforskning (Nordicom) gjør det mulig å gjenta mye av denne analysen både på norsk og nordisk plan ved hjelp av allerede publisert materiale, som i USA. Blant sine mange aktiviteter samler Nordicom jevnlig inn data om de nordiske medieselskap og deres forretningsaktiviteter. Imidlertid er det først med 2000-utgaven at rapporten *The Nordic Media Market* (Harrie 2000) synes å inneholde tilstrekkelig med opplysninger til å kunne sammenlignes med "M & A Rosters" i *Mergers & Acquisitions*. Dette begrenser naturligvis muligheten for å studere utviklingen over tid.

Verken "M & A Rosters" eller Nordicom gir fullstendig oversikt. Det benyttes også noe forskjellige seleksjonskriterier. I "M & A Rosters" er dette som nevnt en gitt verdigrænse for transaksjonene. *The Nordic Media Market* sies å inneholde "selected acquisitions and mergers". Det framgår imidlertid at to kriterier er benyttet. Det første er at selskapet står på Nordicoms liste over de 24 største medieselskapene i Norden, målt med omsetning i 1998. Utvelgelsen til denne listen igjen synes å være basert på hele omsetningen for nordiske selskaps vedkommende (dvs. inklusive omsetning utenfor Norden), men kun på omsetningen i Norden for ikke-nordiske selskap (selskap nr. 23 og 24 på listen har hovedsete utenfor Norden). Det andre seleksjonskriteriet er at transaksjonen av Nordicom defineres som "signifikant", hvilket synes å være gjenstand for en mer skjønnsmessig vurdering. I det hele synes det atskillig mer krevende å utarbeide Nordicoms liste, enn listen i "M & A Rosters". Mens den sistnevnte åpenbart bygger på rutinemessig innrapportering, er Nordicoms liste resul-

tatet av ganske omfattende detektivarbeid og kildegranskning.

Framstillingen i *The Nordic Media Market* er basert på de nasjonale markeder. Behandlet blir de nordiske land minus Island men pluss de baltiske stater, der oppkjøp og fusjoner med nordisk deltakelse er tatt med. Opplysninger samlet inn, er

- Hvilken "sfære" (konglomerat, konsern) kjøper tilhører
- Kjøper (selskap)
- Kjøpt (selskap)
- Det kjøpte selskaps forretningsområde (klassifisert)
- Selger ("sfære")
- Annet, herunder hvor stor andel som er kjøpt, eierskapets fordeling etter handelen (mer tilfeldig informasjon)

Oppkjøp og sammenslåinger i Norden

Det utvalg som er foretatt, gir et godt inntrykk av eiendomshandelen på det nordiske mediemarkedet i 1998 og 1999. Med Island og Baltikum holdt utenom, var det f.eks. i alt 169 "noteringsverdige" oppkjøp og fusjoner disse årene. Etter kommentarene å dømme var oppkjøp den suverent vanligste av disse formene for eiendomshandel, idet ca. ni av ti transaksjoner synes å tilhøre denne kategorien (jf. også Granhaug 1999:24-25).

Mer overraskende kanskje er hvordan de 169 transaksjonene fordelte seg på de nasjonale medie-markeder:

Mediemarkeder	Antall	Andel (%)
Danmark	21	12
Finland	34	20
Norge	55	33
Sverige	59	35
Sum	169	100

Relativt til forbrukermarkedet var det klart størst aktivitet i Norge, som med lavest innbyggertall hadde nesten like mange fusjoner og oppkjøp som dobbelt så store Sverige, og langt flere enn de større landene Danmark og Finland. Dette kan imidlertid også reflektere forskjellige grader av konsentrasjon i disse markedene forut for transaksjonene i 1998 og 1999 – hvor er det mest å få kjøpt. For eksempel er konsentrasjonsgraden svært høy i dansk presse, der det opprinnelige "fireblad-

system" (Thomsen 1972) forlengst er trengt sammen til høyst én og ofte ingen avis. Andre forklaringer på det lave antall transaksjoner i Danmark kan være at de største foretakene der har en annen strategi – i hvert fall domineres listen over de største av stabile avisforetak, statlige TV-selskap og Egmont som satser mest utenfor Norden. Nordicom ser imidlertid heller ikke bort fra at den rent nasjonale aktiviteten i Danmark kan være underrapportert, jfr. nødvendigheten av kontaktnett og tilgang på kilder for å framskaffe data (e-brev av 31.1.01 fra Nordicom til forfatteren).

En annen smaksprøve på dette datamaterialet kan være å fordele det etter hvilken medienæring det kjøpte eller fusjonerte selskap tilhører. Her kan det være uklart hva som gir en uttømmende klassifikasjon bestående av gjensidig utelukkende kategorier. For at ikke det beste skal bli det godes fiende, kan imidlertid følgende kategorisering forsøkes:

Medienæringer	Antall	Andel (%)
Trykte medier (aviser, blader, bøker)	74	44
Kringkasting (TV og radio)	40	24
"Lyd og bilde" (musikk, film, video)	16	9
"Nye medier" (tele, Internett)	31	18
Annet	8	5
Sum	169	100

Nær halvparten av alle nordiske transaksjoner gjaldt bedrifter innen den mest tradisjonelle av medienæringene, dvs trykte medier og produksjon eller distribusjon av disse. Dette kan tolkes som at interessen fortsatt er størst for trykte medier som aviser, ukeblad og bøker. Imidlertid kan det også gjenspeile at her er tilbudet fortsatt størst, idet de øvrige medienæringer i klassifikasjonen inntil nylig har vært dominerte av offentlige monopol i betydelig grad. Dette gjelder naturligvis kringkastingen i hele Norden, men også film og kino har i betydelig om enn varierende grad vært et offentlig anliggende.

En tredje smaksprøve kan være å fordele transaksjonene på ulike ledd i verdikjeden. Her vil det være problemer både med å definere leddene i kjeden og å plassere de kjøpte bedrifter entydig i forhold til disse. Våre mediebegreper benyttes jo både om produsenter, produkter og distribusjon – ta for eksempel 'kringkasting', et distribusjonsbegrep som også benyttes om produsent og formidler, eller 'avis', som nyttes både om institusjon og produkt.

Imidlertid bør det være mulig å skille ut mediebedriften med redaktøransvar for et produkt, og

rene produksjons- og distribusjonsbedrifter uten produkter de står ansvarlige for overfor publikum. I så fall synes det mulig å klassifisere de 169 transaksjonene omtrent som følger:

Verdikjeden	Antall	Andel (%)
Produksjonsbedrifter	47	28
Mediebedrifter	90	53
Distribusjonsbedrifter	26	15
Annet, uklart	6	4
Sum	169	100

Ut fra denne inndelingen ser vi at over halvparten av transaksjonene gjelder mediebedrifter med redaktøransvar. Tar vi med andre bedrifter som også produserer medieinnhold, blir over 80 prosent på produksjons- eller innholdssiden, og kun 15 prosent på distribusjonssiden. Materialet fra Nordicom gjør det også mulig å fastslå i hvilken utstrekning innholdsprodusenter kjøpte distributører og omvendt. Med så liten andel av aktiviteten på distribusjonssiden er det imidlertid åpenbart at handelen hovedsakelig foregikk mellom innholdssprodusenter av ulike slag.

Videre gjør Nordicoms materiale det mulig å se hvordan kjøpene fordeler seg for eksempel på antall 'interessesfærer' (konsern, konglomerater) i hvert mediemarked og samlet for disse nordiske landene.

Mediemarkeder	Antall kjøp	Antall kjøpere (sfære)	Kjøp/kjøpere
Danmark	21	12	1,75
Finland	34	7	4,86
Norge	55	11	5,00
Sverige	59	25	2,36
Sum	169	55	3,07

Vi ser at færrest kjøpere var det i Finland, der kun 7 konsern og konglomerater var involverte i de 34 oppkjøpene og fusjonene, hvilket gir et gjennomsnitt på 4,86 oppkjøp per kjøper. I Sverige var hele

25 kjøpere involverte, og selv med det største antall kjøp totalt, gir dette et gjennomsnitt på bare 2,36 kjøp per kjøper. Enda lavere aktivitet var det i Danmark, der de 21 kjøpene fordelte seg på 12 kjøpere, dvs kun 1,75 kjøp per kjøper.

Hårfint mer aktive enn de finske var imidlertid de 11 kjøperne i Norge. I gjennomsnitt deltok de i 5 transaksjoner i det norske mediemarkedet.

I samtlige markeder gjelder naturligvis at kjøper kan komme fra et annet nordisk land, eller et land utenom Norden. Det siste synes for øvrig å være tilfelle for kun *åtte* av de 169 transaksjonene, eller snau 5 prosent av dem. I alt seks ikke-nordiske firma var involverte. Selv om Murdoch, Bertelsmann og UPC var blant disse, kan dette knapt kalles en invasjon av Norden fra de internasjonale medie gigantenes side. I 1998 og 1999 var Norden åpenbart primært satsingsfelt for de hjemlige mediekonsern.

Nordicoms rapport inneholder også data om hvem som var de største medieselskapene i Norden, målt i omsetning i 1998. Det kan være av interesse å se hvordan de største aktørene deltok i transaksjonene – i eget og nabolandenes mediemarkeder (tabell 1).

Samtlige av de store medieselskapene må sies å ha vært svært aktive kjøpere i 1998 og 1999, i det de til sammen foretok 79 oppkjøp registrerte av Nordicom. Den ivrigste kjøperen, norske Schibsted, kjøpte imidlertid 1,4 ganger så ofte som den minst ivrige, svenske Modern Times Group. Større forskjeller mellom konsernene var det med hensyn til hvilke nasjonale markeder de kjøpte i. Med 79 kjøp i alt er det klart at hvert enkelt kjøp gir et stort prosentvis utslag, men de fordelingene er likevel interessante. Således ser vi at klart orienterte mot det hjemlige marked var Sanoma-WSOY, Modern Times Group og Bonnier, som gjorde henholdsvis 88 prosent, 85 prosent og 67 prosent av sine oppkjøp i det hjemlige marked (Finland, Sverige og Sverige). Minst orientert mot det hjemlige marked var Egmont, som kun gjorde 31 prosent av

Tabell 1. Kjøper mest – land

Selskap	Dk	Fin	N	S	Sum
Bonnier (Sverige)	2	1	2	10	15
Sanoma-WSOY (Finland)		15	1	1	17
Egmont (Danmark)	5		10	1	16
Schibsted (Norge)	3		7	8	18
Modern Times Group (MTG) (Sverige)	1	1		11	13
Sum	11	17	20	31	79

Tabell 2. *Selger mest – land*

Selskap	Dk	Fin	N	S	Sum
Bonnier (Sverige)	1			4	5
Sanoma-WSOY (Finland)		3	1		4
Egmont (Danmark)	1		4		5
Schibsted (Norge)	1		7	4	12
Modern Times Group (MTG) (Sverige)		2		1	3
Sum	3	5	12	9	29

sine investeringer i Danmark og 63 prosent av dem i Norge.

Schibsted gjorde 39 prosent av sine kjøp hjemme i Norge, og 44 prosent av dem i Sverige, som totalt sett var det heteste markedet, med 39 prosent av de store selskapenes i alt 79 oppkjøp. Det nest mest aktive markedet var som vi ser Norge, der hvert fjerde oppkjøp fant sted. Halvparten av disse oppkjøpene sto danske Egmont for, og kun 35 prosent var norske i det Schibsted sto bak dem. Det finske markedet synes mest beskyttet mot utenlandske investeringer, idet 15 av 17 oppkjøp, eller 82 prosent var i regi av Sanoma-WSOY. De to siste sto symptomatisk nok svenske kjøpere for.

De store mediekonsernene i Norden var ikke bare involverte i kjøp – de solgte seg også ut av selskaper, og de solgte hele selskaper. I alt ble det foretatt 29 salg registrerte av Nordicom (tabell 2). Kjøpsaktiviteten var med andre ord 2,7 ganger større. Og mens Schibsted hårfint var største kjøper, var konsernet suverent største selger, idet konsernet alene sto for 12 eller 41 prosent av de fem selskapenes samlede salg. Mest solgte Schibsted i Norge, der konsernet solgte like mye som det kjøpte, og der syv av i alt tolv salg utgjør 58 prosent av salgsaktiviteten. Men Schibsted solgte også unna i Sverige der det ble investert mest. På grunn av Schibsted var det også totalt sett mest salg i Norge – og et klart skille mellom Norge og Sverige som land med mange og Danmark og Finland som

land med svært få salg for de store mediekonsernernes vedkommende.

Med Schibsted på topp både når det gjelder kjøp og salg, måtte konsernet nødvendigvis bli klart mest aktivt av de store nordiske konsernene. I alt deltok Schibsted i hele 30 eller 27,7 prosent av de 108 transaksjonene der de største var involverte. Schibsted var imidlertid langt fra den største samleren av dem, idet hele 12 eller 40 prosent av konsernets transaksjoner var salg, og altså kun 60 prosent kjøp. For de øvrige storkonsernene utgjorde kjøp 75-81 prosent og salg 25-19 prosent av transaksjonene de deltok i (tabell 3).

Schibsted hadde dessuten den klart mest internasjonale profilen på satsingen i disse to årene – vel å merke med utenlandske markeder avgrenset til tre andre nordiske land. Konsernet var det eneste av de store som kjøpte mest utenom eget land. Hele 11 av 18 kjøp, eller 61 prosent, var i andre nordiske markeder. For de øvrige storkonsernene var 60 til 90 prosent av kjøpene i det hjemlige mediemarkedet. At Schibsted solgte mest i eget land, hadde konsernet imidlertid til felles med flere av medie gigantene.

Sterke og svake sider ved metoden

Samtlige av tabellene ovenfor lar seg relativt enkelt konstruere ved hjelp av Nordicoms rapport "The Nordic Media Market", simpelthen ved å reklassi-

Tabell 3. *Sum deltakelse i fusjoner og oppkjøp*

Selskap	Dk	Fin	N	S	Sum
Bonnier (Sverige)	3	1	2	14	20
Sanoma-WSOY (Finland)		18	2	1	21
Egmont (Danmark)	6		14	1	21
Schibsted (Norge)	4		14	12	30
Modern Times Group (MTG) (Sverige)	1	3		12	16
Sum	14	22	32	40	108

fisere oversikten over fusjoner og oppkjøp, og deretter telle opp forekomstene. Mer komplisert vil det være å finne ut om kjøper har krysset mediegrenser eller gått inn i nye ledd av verdikjeden. Dette skyldes at Nordicoms oversikt kun inneholder opplysninger om det *kjøpte* selskaps aktiviteter – ikke om hva kjøper drev med før oppkjøpet eller fusjonen, og i de fleste tilfeller trolig driver med fortsatt. Informasjon om dette lar seg bare trekke ut i den utstrekning kjøper også er selger, og det solgte produkt også kan sies å være hovedaktiviteten, slik tilfellet vil være for eksempel når transaksjonen gjelder en familieeid avis som helt eller delvis blir solgt.

Mer systematisk kunnskap om slike grenseoverskridelser forutsetter at Nordicoms materiale suppleres med annen datainnsamling. Fraværet av slikt materiale begrenser rapportens nytteverdi som kilde til kunnskap om vertikal og horisontal integrasjon, og om konvergens. Dette er naturligvis ikke noen kritikk av Nordicoms rapport, men påpeking av et problem som lett oppstår når det benyttes et datamateriale som er samlet inn for andre formål. De manglende informasjoner bør også være forholdsvis enkle å framskaffe, da aktørene i de omtalte transaksjoner er bedrifter som det foreligger mye kunnskap om.

Handleringer sier mer enn ord. Det er derfor åpenbare fordeler med å studere fusjoner og oppkjøp som har faktisk funnet sted, framfor dem det kun eksisterer utsagn om. Spesielt er dette tilfelle hvis ønsket å identifisere forutsetningene for at strategier skal lykkes – hvilket de *må* gjøre for at vi skal kunne føre fenomenet konvergens tilbake til (summen av en rekke) strategiske handlingsvalg. Finner vi ut hvilke ressurser det er som gir strategier suksess, kan vi også med betydelig treffsikkerhet forutsi utfallet av å ta disse ressurser i bruk. Vi vet imidlertid ikke om potensialet vil bli realisert – enn si om den som har potensialet, er kjent med det.

Ved å studere resultatet av vellykkede strategivalg får vi derfor heller ikke vite i hvilken utstrekning de berørte aktører har hatt konvergens som strategisk målsetting. Det framkommer for eksempel ikke hva som har vært det *oppkjøpte* firmas strategi – om den har vært å la seg kjøpe, eller om firmaet ble oppkjøpt fordi en strategi for å hindre fiendtlig overtakelse var mislykket. Videre vil oversikter som Nordicoms *The Nordic Media Market* ikke kunne inneholde eksempler på strategivalg som har vært *mislykkede for begge parter*, som forsøket i 2000 på å fusjonere Telia og Telenor.

Endelig vil en analyse av vellykkede transaksjoner ikke kunne dreie seg om andre strategivalg enn dem oversikten omfatter, dvs. "mergers & acquisitions". I og for seg er dette tilstrekkelig til å kunne sammenligne forekomsten av M & A i tid og rom, for derigjennom å fastslå om antall oppkjøp og fusjoner øker eller minker, for eksempel. Metoden gir også grunnlag for å fastslå om M & A er vanligere i enkelte av de berørte næringer enn i andre. Endelig gir den et grunnlag for å fastslå hvilke typer M & A-strategier som er vanligst – om det er fusjoner og oppkjøp innenfor eller på tvers av det tradisjonelle skillet mellom medier, telekommunikasjoner og IT, og om strategien nyttes innenfor eller på tvers av de ulike leddene i verdikjeden.

Sammenligninger som dette gir imidlertid ikke grunnlag for verifisere eller falsifisere en hypotese om at M & A er *hovedstrategien* og intern ekspansjon følgelig den minst benyttede strategi for aktørene i de berørte bransjer. Følgelig kan de heller ikke avgjøre om industriell konvergens er den viktigste av de fem dimensjonene ved konvergensbegrepet, der nettverk, tjenester, terminaler og markeder utgjør de øvrige fire dimensjonene.

Det kan derfor synes som om Chan-Olmsted søker å verifisere en hypotese om selskapenes hovedstrategi, ved hjelp av et datamateriale som utelukkende omfatter utfallet av denne strategien. I så fall står vi overfor en analyse som "begs the question", dvs. den forutsetter det som skal bevises. Chan-Olmsted kan riktignok framlegge høye M & A-tall til støtte for sitt syn, men så lenge vi ikke kjenner tallene for andre årsaker til konvergens, kan vi heller ikke vite hvorvidt M & A er mest utbredt, subsidiært mest vellykket, av de strategier som fører til denne utviklingen.

Chan-Olmsted trekker da heller ikke slike konklusjoner. I stedet nøyer hun seg med å fastslå at "most M & A strategies appeared to be internal (i.e. within-industry) during the 6-year period. Firms in these four industries seem to achieve growth through internal strategic alliances rather than true convergence with firms from different industries (1988:44). Altså – ingen hentydning overhodet til hypotesen om intern ekspansjon som alternativ til bedriftsintegrasjon.

For å undersøke en hypotese om hovedstrategi, må vi vite i hvilken utstrekning konvergens faktisk er det strategiske målet for foretakene i de berørte bransjer. Og hvis dette er målet: i hvilken utstrekning de faktisk velger M & A som strategi framfor å la det eksisterende selskap videreutvikle seg inn i nye medienæringer. Vi må i prinsippet undersøke

samtligeselskapers tanker og intensjoner, ikke resultatet av handlingene til noen av dem.

To metoder for å framskaffe data om selskaperens intensjoner, er å

- lese hva de allerede har sagt om dette, og
- spørre dem om de har noe mer å si

Analyse av årsrapporter

Et eksempel på den førstnevnte innfallsvinkelen, å lese hva selskapene har sagt om sine intensjoner, er T. Helgesens bruk av årsrapporter som grunnlag for analysere de store mediekonsernernes strategier (Helgesen 2000A, jf også Helgesen 2000 B). S. Granhaug brukte delvis samme metode i den ovenfor omtalte analysen av bedriftsintegrasjon (1999).

Konvergens som målsetting

T. Helgesen konkluderer sin analyse av Schibsted, Orkla og A-pressens årsrapporter for 1999 med at "i en sum virker det som om konsernene ikke tror på noen videre ekspansjon for de tradisjonelle papirbaserte avisene i Norge. Det virker mer som om de forbereder seg på omfattende strukturendringer i det norske mediebildet, med papiravisene på vikende front". Dette på tross av at årsmeldingene "med all ønskelig klarhet (viser) at det fremdeles er papiravisene som gir det alt vesentlige av inntekter til de tre konsernene". Som følge av dette blir industriell konvergens, til foretrengsel for den tradisjonelle avisdrift som vitterlig er det markedet etterspør, en selvpoppfyllende profeti, konstaterer Helgesen.

Ifølge Boston Consulting Groups terminologi for porteføljestrategi – omtalt i Helgesen 2000 B – bruker medieselskapene avisen som *melkeku* for satsingen på nye medier. "En melkeku er en forhenværende og nedadgående stjerne – men den tjener fremdeles penger" (Helgesen 2000B:39, jfr Oster 1994). Illustrerende for T. Helgesens poeng er således driftsresultatet for Schibsted-gruppens fire virksomhetsområder i 1999. Satsingen på nye medier ga et driftsresultat på minus 9 millioner for virksomhetsområdet TV og film, og minus 6 millioner for virksomhetsområdet multimedia (Internett). For så vidt også minus 8 millioner for det mest tradisjonelle av alle Schibsted-områder, forlagsvirksomheten. Avisdriften derimot, ga et pluss på 141 millioner. Tross dette fastslår Schibsted i årsmeldingen at "en vesentlig del av den fremtidige verdiskapning vil komme fra nye medier" (s. 19), og det overordnede strategiske målet for avis-

virksomheten er – foruten å bevare markedsposisjonen for den tradisjonelle avisdriften – å "utnytte avisenes sterke posisjon som varemerker som spydspiss i en offensiv satsning på Internett som nyhets- og annonsekanal" (s. 30).

Schibsted har også som overordnet målsetting å "bli Skandinavias ledende mediebedrift gjennom å være den foretrukne innholdsleverandør til lesere, seere og annonsører, uavhengig av medievalg" (s. 7). Altså horisontal konvergens – men ikke nødvendigvis vertikal, for Schibsteds ambisjoner er avgrenset til innholdet. Riktignok opprettet konsernet Schibsted Telekom AS for å "utforske potensialet med hensyn til neste generasjons mobiltelefonløsninger" (s. 23), men begrunnelsen for dette er igjen at "Schibsted innehar et betydelig produkttilbud ... for bredbåndsdistribusjon av data, underholdning og transaksjonstjenester" (s. 26).

Schibsted fikk derfor et forklaringsproblem, da konsernet kjøpte seg inn i den norske teleoperatøren Safetel dagen etter at selskapet var med på å tape kampen om lisensene for neste generasjons mobiltelefonsystem, UMTS. Safetel satser på mobilkommunikasjon mellom maskiner (M2M) – eksempelvis alarmer og posisjoneringssystemer for bilder – og "for et mediekonsern som Schibsted, hvor såkalt redaksjonelt innhold er kjernevirksomheten, er det ... et langt skritt å ta å gå inn i mobiloperatør for maskiner", må konsernets egen Aftenposten konstatere 1.12.00. *Aftenposten* kan derfor ikke forstå det annerledes enn at Schibsted er mer interessert i Safetels kunder enn i deres alarmsystemer.

Samtlige av konsernene A-pressen, Orkla og Schibsted har konvergens som scenario og tentativ målsetting for utviklingen. Schibsted illustrerer dette med å gi årsrapporten tittelen "Schibsted.com", og A-pressen tar det helt ut med tittelen "www.apressen.no/lonnsom.sammensmeltning.av.medier". A-pressens styre "ser begrensede muligheter for vesentlig vekst i de tradisjonelle virksomheter i Norge, og legger til grunn at de viktigste vekstområdene for A-pressen de nærmeste par årene er internettbaserte tjenester og investeringer i andre land" (årsrapport 1999:13). Konsernet har derfor som målsetting å "videreutvikle elektroniske medier gjennom å utnytte lokalavisens sterke markedsposisjon og målet er, at A-pressens nettsted skal være foretrukket inngangspost til nettinformasjon og nettjenester i sine definerte markeder" (årsrapport 1999:1).

Orkla Media skilte i november 1999 Internett og Elektronisk publisering som eget virksomhetsområde (årsrapport 1999:13, 63). Årsrapporten

fastslo også at Orkla Media siden 1995 har "foretatt en rekke investeringer i Internett-baserte virksomheter innenfor ledende utviklingsmiljøer og selskaper som opererer innenfor kategoriene portal-, kanal- (vortal) og e-handelstjenester" (s. 63). Gitt bredden i Orkla-konsernets aktiviteter er det ikke til å undres at nettopp e-handelstjenester inngår i satsingsområdet. Mer påfallende er at årsrapporten ikke uttrykker noen målsetting for satsingen, eksempelvis for integrasjon mellom medier og e-handel, men nøyer seg med å ramse opp hvilke selskaper man er med i.

Bedriftsintegrasjon som strategi?

Mens konvergens er et scenario de tre konsernene åpenbart forholder seg til, er det mindre åpenbart at de har mergers & acquisitions" som hovedstrategi. Kun A-pressen har som uttalt strategi at konsernet "skal vokse gjennom investeringer og oppkjøp, og vil videreføre og utvikle strategiske allianser" (årsrapport 1999:1). For samtlige av dem er nettutgaver av de tradisjonelle avisene et meget viktig satsingsfelt, altså en form for indre vekst, enten den skjer i avisenes regi eller ved at avisene skiller ut selvstendige nettavis- og internettannonseringsselskaper. Utskilling av denne virksomheten synes for øvrig å være den dominerende trend.

Schibsted satser på å utnytte sterke merkenavn som VG og *Aftenposten* i Norge, *Aftonbladet* og *Svenska Dagbladet* i Sverige. A-pressen meldte at "ved inngangen av 2000 framstår Internett som A-pressens viktigste vekstområde". I 1999 hadde 21 av konsernets 49 aviser nettstedet med lokalt innhold. Strategien for 2000 var "gjennom samarbeidet i A-pressen Nett ta posisjonen som ledende aktør på Internett i lokale og regionale markeder" (årsrapport 1999:59). Orkla Media kunne melde at "27 av gruppens aviser i Skandinavia og Øst-Europa (har) innholdstjenester på Internett" (årsrapport 1999:61).

Det virker dessuten som om sannsynligheten for å velge "mergers & acquisitions" eller industriell konvergens som strategi, øker med avstanden til konsernernes kjerneaktiviteter. Som S. Granhaug har påpekt, er det f.eks. "kun innenfor multimediaområdet man kan snakke om noen nevneverdige konvergens mellom det tradisjonelle medieselskapet og aktører i telekommunikasjonssektoren" for Schibsteds vedkommende (Granhaug 1999:44). Lignende forhold synes å gjøre seg gjeldende for A-pressen og Orkla Media. Helt sikre på dette kan vi imidlertid ikke være, for ingen av de nevnte årsrapporter er detaljerte nok til å kunne

foreta systematiske sammenligninger mellom satsingsområdene.

For øvrig noterer vi at det også ble satset friskt på den tradisjonelle avisdriften, både med oppkjøp og med store investeringer i trykkeridrift. Schibsteds nye trykkeri i Nydalen, fullført i 1999, er således en av de største satsinger i konsernets historie. Schibsteds kjøp av *Aftonbladet* i 1996 og *Svenska Dagbladet* to år senere, er spektakulære satsinger. Det samme er Orklas kjøp i 28. november 2000 av Det Berlingske Officin, Danmarks største avishus. Samtlige av de tre konsernene har vært aktive kjøpere på avismarkedene øst for Norge – i Sverige, Polen, Baltikum, Russland. Schibsted har dessuten startet egne gratisaviser i Tyskland og Sveits, og Italia kan stå for tur. I slutten av november kom meldingen om at A-pressen var i ferd med å kjøpe 25 prosent av Pravda, fortsatt Russlands ledende avis etter Sovjetunionens sammenbrudd.

Ikke overraskende har konsernene derfor store ambisjoner også for det tradisjonelle området. Schibsted Avis hadde derfor som overordnet strategisk mål for 1999 å "bevare den sterke markedsposisjonen de tradisjonelle avisene innenfor konsernet har" (s. 30). Denne defensive men likevel krevende målsettingen ble åpenbart sett som instrumentelt nødvendig for å realisere mål nummer to: "Utnytte avisenes sterke posisjon som varemerker som spydspiss i en offensiv satsning på Internett som nyhets- og annonsekanal" (s. sted).

A-pressen hadde som "ambisjon og hovedmål å sikre og forsterke lokalavisenes strategiske posisjon" (s. 1). Men i avsnittet "konsernsjefen har ordet" sa Alf Hildrum åpenhertig at "lokalmediene er under press...samtidig som vi videreutvikler avis og TV må vi evne å tenke flermedialt" (s. 5). Det er grunn til å minne om konvergensutvalgets observasjon – at de store etablerte aktørene "ofte synes å velge strategier der man satser i mange retninger, i håp om at noen av disse skal lykkes" (op. cit.). Dertil kommer at det kan være en avstand mellom retorikk og realiteter i årsrapportene: Mediekonsernene vil gjerne framstå – for andre og for seg selv – som moderne og framtidsrettede, og til dette formål er satsing på dot.com i dag en nødvendighet. Samtidig er det avis konsernene kan, og som pengene kommer fra.

Observasjoner som disse gjør det nærliggende å konkludere med at oppkjøp og sammenslåinger for å realisere konvergens ikke er de store mediekonsernernes hovedstrategi. De synes å satse mer

- på bedriftsintegrasjon og til dels intern ekspansjon i "primærnæringen" avis

- samt på å konvergere sine eksisterende kjerneprodukter til Internett-tjenester

og kjøper seg kun inn på for dem mer perifere IKT-områder der de selv mangler fagkompetanse. Imidlertid knytter de betydelig framtidstro til disse foreløpig mer perifere områder, selv om de i første omgang har åpenbare problemer med å tjene penger på dem.

Det er naturlig nok ingen opplysninger om nettutgaver av avisene i Nordicoms register over bedriftsintegrasjon. Den konklusjon som antydes i avsnittet ovenfor, understøtter derfor den tidligere nevnte innvendingen mot Chan-Olmsteds metode med å bruke registre over “mergers and acquisitions” til å teste en hypotese om at ”M&A” er bedriftenes hovedstrategi. Man kan knapt undres over at virkeligheten fortøner seg slik, når alternativet er utelatt fra analysegrunnlaget.

De tre store mediekonsernene har alle sin basis i de trykte mediene – hovedsakelig avisdrift, men Schibsted var opprinnelig et bokforlag. For dem betyr konvergens også transformasjon – de må inn i den sektor der kringkasting, telekommunikasjoner og informasjonsteknologi smelter sammen. De selskapene som allerede befinner seg i IKT-sektoren, har ikke et tilsvarende behov for transformasjon. De trykte medienes produksjons- og distribusjonsteknologi har de overhodet ikke bruk for. Hvor stort behov de har for de trykte mediene som innholdssprodusenter, avhenger av hvor selvforsynte de er. Både Schibsted og A-pressen er allerede tungt inne i kringkasting, f.eks. eier de en tredel hver av TV2, og A-pressen er dessuten en betydelig eier av lokale TV-selskaper. Som selskap for trykte medier har de imidlertid

- intet å tilby tele- og IT-selskapene når det gjelder levende bilder
- noe mer når det gjelder databaser
- og aller mest når det gjelder journalistikk

Som nevnt, har A-pressen som uttalt målsetting å bli en ledende leverandør av lokal journalistikk på nettet. Telenor har i år kjøpt seg inn i A-pressen.

Disse betraktninger kan sammenlignes med den analyse Asle Borud, Scott Engebriktsen og Rune Jacobsen har foretatt av vekststrategier i større europeiske medieselskap (Borud et. al 1997). Formålet med deres arbeid var å undersøke sammenhengen mellom strategi og vekst i et ekspanderende marked, der manglende vekst følgelig er ensbetydende med tap av markedsandel og svekket framtidig posisjon. For å belyse mulige sammenhenger

ble åtte av de 100+ største medieselskapene valgt ut – fire med høy og fire med lav vekst. Høy vekst i analysen hadde Kinnevik/Modern Times Group (Sverige), CLT (Luxembourg), Carlton Communications (England) og Bertelsmann (Tyskland). Lav vekst hadde VNU (Nederland), Sanoma (Finland), Fininvest (Italia) og TA (Sveits).

Selskapenes vekst og strategiske valg ble analysert på bakgrunn av materiale som årsrapporter, selskapsanalyser og artikler i fagtidsskrifter og aviser. Med det kildemateriale som kunne framskaffes, måtte analysen av strategiene nødvendigvis bli en blanding av selskapenes uttalte målsettinger, oppnådde resultater og tredjeparts vurderinger av begge deler. Målet var imidlertid å finne ut om forskjeller i vekst kunne tilbakeføres til forskjellige strategier, som i hvilken retning selskapene søkte å vokse (horisontal eller vertikal integrasjon, relatert eller urelatert diversifisering), hvilke vekstmetoder som ble benyttet (bedriftsintegrasjon eller intern ekspansjon), internasjonaliseringens betydning, og hva som totalt sett framsto som ”best practise in emerging markets”.

Forfatterne konkluderte med at det ikke lyktes dem å finne noen klar sammenheng mellom strategi og vekst. Både vekst- og ikke-vekstselskapene hadde sterkest vekst langs den horisontale dimensjonen. Langs den vertikale dimensjonen var det imidlertid en tendens til at vekstselskapene utvidet sin virksomhet, mens ikke-vekstselskapene i større grad fokuserte på sine kjerneområder. Reduksjon av vertikale oppstrømsaktiviteter (dvs mot leverandørnivået) antas å være en hovedforklaring på den lave veksten hos disse selskapene. Når det gjelder diversifisering, kan det også synes som at intern vekst gjennom datterselskaper hadde gitt bedre resultater enn strategiske allianser og oppkjøp. ”Våre cases har lært oss at det er særdeles vanskelig å hente ut synergi mellom avis, tv, radio og blader, og framfor alt også til nye medier. Til det er det (fortsatt) dype kløfter mellom kulturer og produksjonsmetoder”, sier forfatterne (s. 244). Samtidig bemerker de at fokusering på vekst i stedet for lønnsomhet ikke nødvendigvis er den beste strategi å ha, selv i ekspanderende markeder. Har kan det ligge en alternativ forklaring på forskjellene i vekst de analyserte selskapene i mellom – de har ikke hatt samme målsetting for sine strategier.

Sterke og svake sider ved metoden

Som i det foreliggende arbeid, avgrenset både Helgesen og Granhaug analysen av årsrapporter til et lite antall viktige aktører. For slike selskapers

vedkommende finnes det mye skriftlig dokumentasjon i tillegg til årsrapportene – dels fordi selskapene selv bruker mediene til å eksponere sine synspunkter, og dels fordi de i kraft av sin størrelse er gjenstand for kontinuerlig medieovervåkning.

Metoden med å analysere skriftlig dokumentasjon synes velegnet dersom kun et mindre antall sentrale aktører skal undersøkes. Den medievitenskapelige analyse av slikt materiale vil heller ikke være vesensforskjellig fra historikernes analyser av dokumenter som beretninger og levninger: De sier noe om det fenomen som skal belyses – i dette tilfellet valg av hovedstrategi – og de sier noe om dem som ytrer seg, i dette tilfellet de store mediekonsernene. Det er ikke nødvendigvis sammenfall mellom disse dimensjonene, for ytringen om hovedstrategi behøver ikke være sann.

En begrunnelse for utvalget av aktører såvel som for valg av metode kan være at maktfordelingen var skjev allerede på startstreken for konvergeringsprosessen. I Norge blir kringkasting og telekommunikasjoner fortsatt dominert av de nylig avviklede statsmonopoler NRK og Telenor, det ble utdelt kun én konsesjon på riksnivå for hver av henholdsvis privat fjernsyn og radio, avisbransjen er dominert av tre store konsern (Schibsted, Orkla, A-pressen), ukepressen dominert av et par konsern (Egmont, Aller) – og de dominerende selskapene innen trykte medier har også betydelig kontroll over de nye radio- og fjernsynsselskapene. Selv om disse konsern hver for seg skulle kontrollere et mindre antall medie- og kommunikasjonsbedrifter, kontrollerer de både hver for seg og samlet en betydelig del av den totale *omsetningen* i de berørte næringer. Derfor kan en analyse av deres strategier vise seg tilstrekkelig til å predikere med stor grad av sannsynlighet hvordan konvergeringsprosessen vil utvikle seg. Vi står overfor en situasjon der ”stemmer teller, men ressurser avgjør”, for å parfrasere S. Rokkan (1966).

Denne tilnærmingsmåten ville imidlertid ikke avslørt tidenes fusjon mellom America Online og Time Warner. Der var det vitterlig det lille og ny-startede nettselskapet som la under seg den tradisjonsrike mediegianten.

Spørreundersøkelser

Som vi har sett, er det svakheter både ved bruk av bedriftsregistre og årsberetninger som metode for å avdekke deres strategier. En tredje mulighet er å spørre bedriftene selv – gjennomføre en anonym, kvantitativ undersøkelse i hele bedriftspopulasjonen eller et representativt utvalg av denne.

En åpenbar innvending mot denne tilnærmingsmåten er at bedriftene aldri vil røpe sine strategier og planer i et intervju. Det er imidlertid ikke usannsynlig at de vil røpe den strategiske tenkemåten i et intervju – som at de er på utkikk etter en passende samarbeidspartner på innholdssiden. Det er også på dette nivået, med både selger og kjøper i en planlagt transaksjon anonymiserte, at vi kan gjøre oss forhåpninger om å avdekke de generelle mønstre i medie- og kommunikasjonsbedriftenes strategiske tenkning.

Utvalg

En dimensjon i M. Porters modell for konkurranseanalyse er knyttet til begrepet ’inntrengere’ (Porter 1980). I en analyse av industriell konvergens må dette begrepet stå helt sentralt, da konvergens på dette nivået per definisjon innebærer at bedriftene krysser de tradisjonelle grensene mellom bransjer og markeder, horisontalt og vertikalt. Samtidig reiser inntrengerbegrepet spørsmålet om ytre avgrensning av analyseenhetene. IKT-bransjen trekker til seg oppmerksomhet også fra utenforliggende bedrifter, som ser et større potensial der enn i de bransjer hvor de hittil har operert. Tradisjonelt har bilindustrien vært den næring andre bransjer har målt seg mot – nå domineres listen over verdens mest verdifulle selskaper, av IKT-bedrifter. Typisk i så henseende er meldingen for en tid siden om at den yngre generasjon i familien bak BMW vurderte å selge seg ut – ungdommen var lei av bil, og ønsket seg over i medier og IT.

Det er derfor ikke uten interesse å kunne gjennomføre en bred undersøkelse av norske bedriftslederes holdning til og interesse for IKT. Hovedformålet må være å finne ut hvordan personer med strategisk innflytelse i næringslivet vurderer framtidsutsiktene i denne bransjen, og om de selv har investert eller planlegger å investere i den. Et forprosjekt kan være å kartlegge hva som allerede finnes offentlig tilgjengelig av slike undersøkelser, ikke minst med sikte på å få avklart om disse dekker våre behov for informasjon om strategisk tenkning.

To andre spørsmål som må besvares, kan først illustreres gjennom valg S. M. Chan-Olmsted fant nødvendige for den amerikanske analysen. Chan-Olmsted skriver at ”I decided to exclude the computer industry from this study of industry convergence because of the computer industry’s inherent volatile market nature and the complexity of firms in the industry” (1998:38). De to spørsmålene er med andre ord:

- 1) Bør en undersøkelse omfatte samtlige av de bransjer som er i ferd med å konvergere til en felles IKT-sektor, eller kan vi nøye oss med noen av dem?
- 2) Hvordan vil vi definere begreper som firma, bedrift, selskap og konsern, og på hvilke nivå bør enhetene for undersøkelsen identifiseres?

Ut fra de problemer Chan-Olmsted kom opp i, virker det nærliggende å anta at svaret på det første spørsmålet avhenger av løsningen på det andre. Hvis bedriftsenhetene lar seg identifisere på en meningsfull måte, må det være en styrke for undersøkelsen om også IT-bransjen ble inkludert.

Hva analyseenhetene angår, vil et avgjørende moment være om identifikasjon av det strategiske nivået skal være en forutsetning for eller et resultat av undersøkelsen. For bedrifter som inngår i konsern, er det f.eks. ikke urimelig å forutsette at strategien fastlegges av styret på konsernnivå, og da kan det synes lite hensiktsmessig å henvende seg til hver enkelt bedrift med spørsmål om deres strategi. For andre bedrifter kan dette imidlertid være mindre opplagt – og det behøver ikke forholde seg slik selv i bedrifter der dette tilsynelatende er tilfelle. Det synes derfor å være mest som taler for at samtlige registrerte selskap i de berørte bransjer bør inngå i universet av bedrifter, slik at identifikasjonen av nivået for strategiske beslutninger blir et empirisk resultat av undersøkelsen.

Spørreskjema

Med spørreundersøkelse som metode vil det være mulig å analysere utviklingen både fra et kausalt og et intensjonalt perspektiv. Sammenligning av kvantifiserbare forhold i tid og rom vil i seg selv gi grunnlag for å trekke slutninger om årsaker og virkninger. I tillegg vil det imidlertid være mulig å spørre de ansvarlige om hensikten med bedriftenes strategivalg, for på dette grunnlag å trekke slutninger om *motiver og konsekvenser*. Eksempelvis kan motivet for å kjøpe seg inn i en bedrift være taktisk og kortsiktig – en pengeplassering, eller et mottrekk mot andre aktørers antatt fiendtlige handlinger – og konsekvensen være mer strategisk og langsiktig viktig enn kjøper forestilte seg.

Det intensjonale perspektivet er viktig fordi industriell konvergens per definisjon forutsetter ekspansjon inn i tilstøtende bransjer eller næringer. Dette gjør det nødvendig å avklare om bedriftens målsetting er å konvergere, eller om dette er det utilsiktede resultatet av tiltak med andre (primære)

formål. I den forbindelse spiller det en rolle at modellen med de fire hovedformene for strategiske handlingsvalg, også kan brukes til å studere ekspansjon innenfor egen bransje eller kommunikasjonsnæring. I forhold til det overordnede postulat om industriell konvergens er naturligvis dette en helt sentral problemstilling. Bedrifter som allerede befinner seg der pengene antas å være når konvergeringen er fullbrakt, har f.eks. ikke noe motiv for å bidra til prosessen som sådan, da dette jo vil medføre ”utvandring” til mindre lukrative områder. Bedrifter med tradisjon og kompetanse innenfor et område på retur, kan tross dette se det som mest fordelaktig å ekspandere der – kanskje nettopp fordi konkurrentene orienterer seg mot nye områder og etterlater seg et tomrom. Som kjent ble Norge en ledende skipsfartsnasjon ved å kjøpe opp utrangerte seilskip da andre land gikk over til kull. Det kan bli mange ledige avislokaler når ”alle” er på Internett.

Et grunnleggende spørsmål er i hvilken utstrekning bedriftene tenker strategisk overhodet. Hvor sentralt står dette i styrets og ledelsens virksomhet? Hvordan fordeler de ansvarlige organer sin tid mellom kortsiktig problemløsning og langsiktig planlegging? Hvordan fordeler den strategiske planleggingen seg mellom produkter, kunder, markeder og bedriften som helhet? Har bedriftsledelsen egne stabsorganer til disposisjon for sine strategiske overveielser, og hva slags analytisk kompetanse benytter den seg i så fall av? Benytter den eksterne konsulenter i tillegg til eller i stedet for egne stabsorganer, og henter den i tilfelle sin ekspertise fra konsulentfirma, bransjens utredningsinstitutt, institutter for markedsanalyse, forskningsmiljøene eller hva? Og deltar bedriftens ekspertise i en kontinuerlig prosess, eller fastlegges strategien f.eks. i femårsplaner etter mønster av sovjetisk planøkonomi?

Videre vil det være interessant å vite hvilken utstrekning bedriftene benytter informasjonskanaler som dagspresse, radio og TV, fagpresse, Internett, messer og konferanser, samt personlige nettverk, som underlag for strategisk planlegging. Henter bedriftene sine kunnskaper fra de samme eller ulike kilder? Hvor viktig er det å være orientert om det samme som konkurrentene er orienterte om, og hvor viktig er det å skaffe seg unik kunnskap og informasjon? For Schibsted, Orkla og A-pressen er likheten i den strategiske tenkingen mer påfallende enn forskjellene. Samtlige satser tungt på netttutgaver av de tradisjonelle avisene, samtlige supplerer med andre typer elektroniske tjenester,

samtliges synes å samarbeide med andre om disse tjenestene, samtlige satser internasjonalt og samtlige satser primært øst for Norge.

Og hva anser bedriftene for å være deres viktigste strategiske ressurser? Er det deres produktkunnskap eller markedskunnskap? Deres tradisjon og erfaring, kontaktnett, opparbeidede tillit? Deres kompetansenivå, kompetansens attraktivitet og – eksklusivitet?

Det vil også være av interesse å vite hvilken eller hvilke tilnæringsmåter bedriftene benytter i deres strategiske arbeid. I det ovenfor nevnte arbeidet av Reve og Stokke (1996) blir det f.eks. skilt mellom fem tilnæringsmåter som kan tenkes anvendt hver for seg eller i kombinasjon med hverandre. Altså, i hvilken utstrekning benytter bedriften seg av

- *Scenarioanalyser* eller forestillinger om fremtiden for næringen?
- *Industrialanalyser* eller forestillinger om rammevilkårene for virksomheten?
- *Konkurranseanalyser* eller forestillinger om hva konkurrentene vil gjøre?
- *Verdikjedeanalyser* eller forestillinger om egen verdiskaping?
- *Kjerneanalyser* eller forestillinger om egne konkurransefortrinn?

For hver av disse tilnæringsmåter vil det naturligvis være av betydelig interesse å vite hvilke tanker bedriften allerede har gjort seg – hvordan den ser på fremtiden, rammevilkårene, konkurrentene, verdiskapningen og egne fortrinn.

Når det gjelder *fremtiden*, vil det være nærliggende å undersøke i hvilken utstrekning konvergens faktisk er det scenario bedriftene forholder seg til, med den konsekvens at konvergens blir en selvpoppfyllende profeti, slik T. Helgesen påpeker.

Når det gjelder *rammevilkårene*, vil det foruten de spesifikke industrielle betingelser en bedrift må forholde seg til, også være viktig å kartlegge deres syn på og interaksjon med premissleverandører i omgivelsene, herunder også den offentlige politikk. Blant de interne industrielle betingelser vil det blant annet være interessant å studere oppfatningene av organisering og arbeidsforhold (f.eks. faste stillinger versus prosjektansettelser, fagorganisering og fagbevegelsens rolle). Blant de eksterne (politiske) betingelser vil det være interessant å studere forhold tilknyttet støtte- og kontrolltiltak, erfaringer med egen evne til å påvirke politiske beslutninger, synet på den offentlige politikks effekti-

vit, og hvilke tanker bedriftene gjør seg om endringer i den offentlige politikk.

Når det gjelder *konkurranseanalyse*, synes det nærliggende å be bedriftene redegjøre for sitt syn på dette f.eks. ved hjelp av Porters (1980) ”five forces”. Hva ser de som sitt marked eller arena for konkurransen, og hvem definerer de som

- leverandører
- inntrengere
- substitutter
- og kunder?

Deltar bedriften i flere markeder, og hva karakteriserer hvert av disse?

Når det gjelder *verdikjedeanalyse*, vil det være av interesse å undersøke hvordan bedriftene oppfatter verdiskapningen i den nåværende og eventuelt også den framtidige medie- eller IKT-næringen. En innfallsvinkel kan være å be bedriftene plassere seg i forhold til

- the value chain
- the value shop
- the value network

som ”three distinct generic value configuration models required to understand and analyze firm-level value creation logic across a broad range of industries and firms” (Stabell og Fjeldstad 1998: 413). En analyse langs disse dimensjoner vil også kunne gi innsikt i bedriftenes potensiale til å mestre de scenarier de ser og prøver å forholde seg til.

Også når det gjelder *kjerneanalyse* vil det til en viss grad være bedriftenes selvinnsikt som undersøkes. Hva oppfatter de som sine viktigste konkurransefortrinn, hva betrakter de som sine kjerneaktiviteter? Har de en realistisk vurdering av sine fortrinns markedsverdi, og av hva som skaper verdi i de næringer bedriftens næring konvergerer med? Med utgangspunkt i J. D. Thompsons (1967) skille mellom ”long-linked, intensive, and mediating technologies”, konstaterer f.eks. Stabell og Fjeldstad (1998:413) at

- ”the long-linked technology delivers value by transforming inputs into products,
- the intensive technology delivers value by resolving unique customer problems,
- and the mediating technology delivers value by enabling direct and indirect exchanges between customers”

Konvergens kan bety at verdiskapningens underliggende logikk må skiftes ut, suppleres, transformeres. Hva skjer med verdiskapningen etter hvert som en bedrift beveger seg fra tradisjonell avisproduksjon via etablering av informasjonsbanker til den trer inn i markedet for mobiltelefoni? Hvilken verdi har dens kjerneaktivitet – innholdsproduksjon – i disse markeder?

Avslutning

Industriell konvergens er både den mest og den minst spektakulære av de aktiviteter som fører til sammensmeltning mellom kringkasting, telekommunikasjoner og informasjonsteknologi. Den tiltrekker seg betydelig oppmerksomhet når den dreier seg om oppkjøp eller sammenslåing av store selskap som de fleste har et forhold til. Mindre oppmerksomhet vil det være om strategiske allianser og samarbeidsavtaler – ikke fordi de nødvendigvis er mindre viktige, men fordi aktiviteten kan være vanskeligere å oppdage. Enda mindre oppmerksomhet vil det være rundt konvergens gjennom intern ekspansjon, i hvert fall hvis den finner sted uten etablering av datterselskaper for de nye aktiviteter. Men også bedriftsintern konvergens innebærer at det skjer noe. Aller minst oppmerksomhet vil det derfor trolig være om de bedrifter som kun ekspanderer på det aktivitetsområdet der de alltid har befunnet seg – for ikke å snakke om de som ikke foretar seg noe som helst for å vokse, men er mer opptatt av å konsolidere stillingen og forbedre lønnsomheten i sin tradisjonelle aktivitet. Til gjengjeld kan dette være ”den tause majoritet” av bedrifter i de berørte bransjer.

Referanser

Aftenposten 1.12.00

A-pressen. Årsrapport 1999.

Borud, Asle, Scott Engebrigtsen og Rune Jacobsen (1997) *Vekststrategier i større europeiske medieselskaper – en komparativ analyse*. Diplomoppgave. Sandvika: Senter for Medieøkonomi, Handelshøyskolen BI.

Chan-Olmsted, S. M. (1998) 'Mergers, Acquisitions, and Convergence: The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services'. Pp. 33-46 i *The Journal of MediaEconomics*, II (3).

Jeg har i dette arbeidet vist hvordan to metoder med sine respektive datamateriale tegner nokså forskjellige bilder av konvergens som strategi. Metoden med å analysere statistikk over registrerte tilfeller av bedriftsintegrasjon etterlater naturlig nok et inntrykk av at oppkjøp og sammenslåinger er den dominerende strategi – simpelthen fordi det er dette statistikken handler om. Metoden gir grunnlag for en rekke interessante sammenligninger når det gjelder bruk av denne strategien, men ikke grunnlag for å sammenligne den med bruk av den alternative strategi for konvergens, intern ekspansjon.

Metoden med å analysere årsrapporter for de ledende mediekonsernene – som gjerne er involverte i de mest spektakulære tilfellene av oppkjøp og sammenslåinger – bekrefter ikke inntrykket av at dette er deres hovedstrategi, enn si den mest vellykkede av de strategier som utprøves for å møte den nye teknologiske og markedsmessige virkeligheten. Den faktiske satsingen synes atskillig mer konsentrert om tradisjonelle kjerneområder enn konsernernes *dot.com* dokumenter kan gi inntrykk av. At de markedsfører seg slik, indikerer at det er viktig for disse bedriftene ikke å framstå som sinker i forhold til den informasjonsteknologiske utviklingen.

Det siste er likevel bare en hypotese, som best lar seg besvare ved å foreta en spørreundersøkelse blant bedriftene i de berørte bransjer. Hva en slik undersøkelse bør inneholde, har også vært gjenstand for drøfting i det foregående. Det gjenstår imidlertid å gjennomføre den.

Dagens Næringsliv 1.12.00.

Gaugan, P. A. (1991) *Mergers & Acquisitions*. New York: HarperCollins.

Granhaug, S (1999) *Bedriftsintegrasjon i medie- og telekommunikasjonssektoren*. Sandvika: Senter for Medieøkonomi, Handelshøyskolen BI.

Harrie, E. (2000) *The Nordic Media Market 2000. Media Companies and Business Activities*. Nordicom Media Trends 5, Göteborg: Nordicom.

Helgesen, T. (2000 A) 'Dagspressens strategier'. *Medieverden* nr 16. Sandvika: Senter for Medieøkonomi, Handelshøyskolen BI.

Forfatteren takker professor Rolf Høyer ved Senter for Medieøkonomi for konstruktive kommentarer, samt Hamrin-stiftelsen for finansiering av arbeidet. Det inngår i Senter for Medieøkonomis prosjekt om mediekonsentrasjon, som forfatteren p.t. er ansvarlig for.

- Helgesen, T. (2000 B) *Dagspressens fremtid. Markedsorientering og konkurransekraft*. Sandvika: Senter for Medieøkonomi, Handelshøyskolen BI.
- MackLeod, Vicki (ed) (1996) *Media Ownership and Control in the Age of Convergence*. London: International Institute of communications (IIC).
- McQuail, Denis, and Karen Siune (ed) (1998) *Media Policy: Convergence, Concentration & Commerce*. The Euromedia Research Group, London: Sage.
- Kotler, P (1997) *Marketing Management*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- NOU 1999:26 *Konvergens. Sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene*.
- Normann, R, & Ramirez, R (1993) 'From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy'. *Harvard Business Review* 71 (4), pp. 65-77.
- Orkla. Årsrapport 1999.
- Oster, S. M. (1994) *Modern Competitive Analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Porter, M (1980) *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- Reve, T. & Stokke, P. R. (1996) *Strategisk analyse. Grunnlaget for praktisk strategiutvikling*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Rokkan, S. (1966) "Norway: Numerical Democracy and Corporate Pluralism". I Dahl, R. A. (ed) *Political Oppositions in Western Democracies*. New Haven: Yale University Press.
- Schibsted. Årsrapport 1999.
- Stabell, C. B. and Fjeldstad, Ø. D. (1998) 'Configuring Value for Competitive Advantage: On Chains, Shops, and Networks'. *Strategic Management Journal*, Vol. 19, 413-437.
- Statistisk sentralbyrå (2000A) Sterk vekst i IKT-sysselsettingen. *Dagens statistikk* 24.11, i *Ukens statistikk* nr 47.
- Statistisk sentralbyrå (2000B) Informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT)-sektoren. Omsetning 1995-1999. Øker drøye 10 prosent årlig. *Dagens statistikk* 28.11.00, i *Ukens statistikk* nr. 48.
- Thompson, J. D. (1967) *Organizations in Action*. New York: McGraw-Hill.
- Thomsen, Niels (1972) *Dagbladskonkurrencen 1870-1970*. Universitetsforlaget i København, i kommisjon hos E. C. Gads forlag.

Development of Media Research in Estonia

PEETER VIHALEMM

Regular empirical media research began in Estonia in 1965. The mid-1960s was the period of the birth of empirical social sciences in general in Estonia. Although some successful and influential attempts of empirical social research were made in the late 1920s and 1930s, the tradition of regular research was not established before World War II.

Until the late 1950s, empirical social sciences did not exist in the Soviet Union. Instead of research, society was described by using ideological constructions of the Communist Party history. These were much more closed to religion than to science. Krushchev's thaw brought some democratic changes into political life and ideology but did not change the suspicious and hostile attitude towards empirical social research as an "alien bourgeois activity." The years 1958-1964 has been called the embryonic period of Soviet sociology (Shlapentokh 1987: 13-32) – in 1958 the Soviet Sociological Association was established and in 1961-1964 the first sociological research units were established in Moscow, Leningrad and Novosibirsk. Young people who had contacts with Western sociologists and who had had opportunities for scholarship in the West often headed the units. It was one of the reasons why sociology was by that time viewed by officials with suspicion.

Attitudes towards sociology started to change in the middle of the 1960s. Empirical sociological research expanded into many areas of study and began to spread across the country. Sociology deserved official recognition and was very popular in society; sociologists enjoyed both official and popular prestige. It happened in connection with Premier Kosygin's plans for economic reforms in the USSR. Attempts at reforming the USSR's economy

could not be based only on ideological mythology but presumed a more or less objective picture of economic and social reality based on actual data. The forceful introduction of empirical sociology in 1965-1966 was closely connected with these reform plans (which were never fully implemented). Fruitful development continued for several years, even in the beginning of political and ideological stagnation after the crackdown on democratic developments in Czechoslovakia. The years 1965-1972 have been called the golden age of Soviet sociology (Shlapentokh 1987: 33-56).

The possibilities for empirical sociological research were actively put to use in Estonia. Due to close contacts with democratic-minded young sociologists in Leningrad and Moscow, and easier access to Western literature (especially through Finnish contacts), students of Tartu University showed great interest towards the introduction of empirical social studies. One of the first areas of the newborn empirical social studies was media research. A pioneer in the field of media studies was Ülo Vooglaide, on whose initiative the first comprehensive professional audience survey by the Tartu local newspaper *Edasi* was conducted in 1965. This was one of the first representative surveys of a media audience in the Soviet Union. During 1966-1969, *Edasi* also carried out a large program of additional empirical research, which involved polls, experiments, and observations (Vooglaide 1972).

In 1967 Ülo Vooglaide established the Laboratory of Sociology at Tartu University, which developed within a short period into an influential centre for regular media research across all the Soviet Union. Another centre was established in Tallinn, where in 1965-1966, research groups at Estonian Radio and Estonian Television started studying the structure and interests of radio and television audiences.

Annual conferences on mass communication theory organised by the Sociological Laboratory of

*Department of Journalism and Communication,
University of Tartu, Ülikooli 18, Tartu 50090,
peetervi@ut.ee*

Tartu University at Kääriku near Tartu from 1966 to 1969 bridged the gap between empirical media studies, which were rapidly developing in Estonia as elsewhere in the Soviet Union, and the contemporary theoretical paradigms of Western mass communication research. At these conferences, young researchers from many Russian universities and Tartu University discussed relations between the media and society, media and personality, and media and mass culture. Unfortunately, any participation by researchers from outside the Iron Curtain was impossible; nevertheless these conferences were very prestigious (Shlapentokh 1987: 38).

After the first three Kääriku conferences, their proceedings – detailed reports of discussions, outlines of social gatherings during the conferences, cartoons of participants, anecdotes and doggerel – were published. These editions, printed in the printing house of Tartu University, were practically uncensored and accurately conveyed the free atmosphere at the conferences, which was very unusual in the bureaucratised and ideologised world of Soviet social sciences. This free atmosphere was one reason why three mimeographed small books on cheap paper became well known and popular among media researchers across the Soviet Union. Another reason was their content. The Kääriku I proceedings were titled *Methodological Problems of Mass Communication Research* and included outlines of different sociological and social-psychological approaches to the media (structural functionalism, theory of cognitive dissonance, symbolic interactionism) without any ideological phraseology, which usually characterised all Soviet publications in social sciences (Kääriku I 1967). Kääriku II was titled *Value Orientations and Mass Communication*, discussing mainly the problems of personal and social effects of the media and mechanisms of their influence (Kääriku II 1968). Many of these problems were also discussed during Kääriku III, where the main topic was *Personality and Mass Communication* (Kääriku III 1969).

The main purpose of the rapidly growing media research at the end of the 1960s was practical: to create feedback from the audiences to the editorial staff of newspapers and broadcasting companies. At the same time, in these conditions, media research in Estonia also acquired a critical objective – to give journalists an insight into the process of media consumption, into real attitudes and preferences of audiences, and thus provide journalists with arguments which would give more weight to people's real interests as an alternative to official ideological demands. Using the methodology,

which was quite similar to the “uses and gratifications” model, Estonian media researchers carried out comparative analyses of audience interests with the structure of media content. The results were used not only for practical guidance of the editorial staff but by researchers as a tool of measuring social distance between different audience groups and communicators. In the Soviet system, media content was created, structured and filtered strictly according to the rules established by the Communist Party, and thus the discovered conflict between audiences' expectations and the content provided by the censored media also served as an indicator of the growing gap between official ideology and people's needs and values.

Without any survey it was clear that what the Soviet media network offered was largely in conflict with the interests and expectations of the people; however, journalists and liberal officials needed scientific arguments to introduce major changes. As official Soviet ideology included “scientific methods” as a very important concept, the Communist Party tried to lend a “scientific character” to all its activities.

This fledgling branch of sociology quickly spread into areas monopolised by the Communist Party, threatening, among other things, the bureaucracy's monopoly on information channels. That is why after the failure of economic reform and the ruthless crackdown on the Prague events in 1968, the Communist Party placed a firm grip on sociology. It was only with the permission of the special commission at the Central Committee of the Communist Party that a sociological research effort could be conducted, and even with permission, publishing the collected data was often difficult in Estonia and practically impossible abroad.

Nevertheless, media research in Estonia soon produced tangible results, which led to some changes in media content and journalistic forms. Supported and encouraged by survey results, the Tartu newspaper *Edasi* followed everyday life and popular attitudes in the late 1960s much more closely, and its circulation increased from 44,000 in 1964 to 91,000 in 1969. The launching of Estonian Radio's second programme in 1967, which combined current news and music, was similarly based on research into listeners' interests and expectations.

Media Research in the 1970s and 1980s

The system of control over public life, which had relaxed somewhat in the 1960s, regained force in

the early 1970s. In 1970 the Kääriku conferences on mass communication research were prohibited and the proceedings of the fourth conference in 1969, *Mass Culture and Mass Communication*, could not be published. In 1975 the Laboratory of Sociology at Tartu University was closed down on the orders of the Central Committee of Estonian Communist Party with the assistance of the KGB.

The same kind of developments took place everywhere in the Soviet Empire. The years 1973-1975 have been called the time of purges in Soviet sociology (Slapentokh 1987: 13). Restrictions and repressions, which began in 1969 but developed slowly at first, got into full swing some years later (Ibidem: 43-56). Repressions struck mainly against critically oriented academic media sociology. Practically oriented professional media research in Estonia continued to develop and became institutionalised. In 1969 a sociological research group started to work at Estonian Radio, a year later at Estonian Television. From 1970 onward, these groups conducted quarterly panel surveys of radio and television audiences via listeners' and viewers' diaries. Besides regular monitoring of audience structure, these groups examined the interests and expectations of the audience, including construction of empirical typology of viewers and listeners. For many years during the late 1970s and early 1980s, there was also a regular content analysis of Estonian Radio and Estonian Television broadcasts.

Despite repressions, academic media research also found ways to survive, using the cover of journalism studies. In 1976 the training of journalists at Tartu University was reorganised. In 1954-1976, journalism was offered as a special program in the Department of Estonian Philology; students could choose it to specialise in after two years of general philological studies. Since 1976 journalism studies have been based on their own curriculum and own admittance of students. In 1978 the Department of Journalism was established, chaired by Professor Juhan Peegel, a well-known folklorist and press historian, who founded academic journalism training in Estonia in 1954. Research activities in the Department of Journalism concentrated on two main directions: Estonian press history (Juhan Peegel, Epp Lauk) and media sociology (Marju Lauristin, Peeter Vihalemm, Andrus Saar, Hagi Shein; the latter two worked mainly in Tallinn, participating in research groups at Estonian Radio and Estonian TV). As journalism in Tartu University was officially a branch of Humanities, it was considered to be less dangerous for the political sys-

tem. Since the mid-1970s, research activities concentrated on areas which were less important for the Communist Party officials and less controlled by them: the readership and content of the local press and cultural weekly, book consumption.

In the 1970s, the first PhD dissertations in the field of media research in Estonia were completed. Ülo Vooglaid defended his dissertation on audience research in 1970 at the Institute of Sociology in Moscow, Peeter Vihalemm on the reception of newspapers texts in 1974 at Leningrad University, Marju Lauristin on content analysis in 1976 at Moscow University, and Andrus Saar on functional typology of radio broadcasts in 1977, also at Moscow University. Unfortunately, all publications connected with these dissertations are only available in Estonian and Russian. According to Soviet rules, all dissertations (including dissertations on dialects of national languages) could be written only in Russian. Furthermore, the empirical results of surveys could not be published at all, as they were considered to be "for official use only." This meant that for decades, Estonian media sociology developed without the open academic communication with colleagues abroad, except for a few instances based on personal contacts with Finnish researchers.

Control over Media and Sociological Research by the Soviet Regime

The reason why Estonian media research could continue to develop more freely compared to the total ideological control exercised over the studies of Russian-language central press and broadcasting in Moscow or Leningrad, can be understood only in the context of knowledge about the hierarchical system of political control in the Soviet Union.

Five levels of control and ideological canonisation can be distinguished in the Soviet media (Vihalemm and Lauristin 1997) that included all aspects of the media: channels, sources and authors, themes and topical areas, scales of events and genres (see Table 1).

The first and the highest level of control was exercised every day over the production of all texts which were highly canonised. It concerned the All-Union party press, primarily the newspaper *Pravda* (Truth) and all Russian-language party press in the Union republics (in case of Estonia it was the newspaper *Sovetskaya Estonia*). The main source of information on this level was the news agency TASS, which in reality was a department of the

Central Committee of the Communist Party and functioned as the Orwellian Ministry of Truth, not a journalistic institution. The production of TASS was anonymous; the majority of the identified authors on this level were leading officials of the Communist Party and journalists with special status.

The *second level of control* included the Communist Party press in the national languages, news broadcasts in the electronic media, and coverage of local ideological, political and historical themes as well as economics, where since Khrushchev's thaw it was possible to express some criticism in analytical commentaries. On this level, a strict ideological control was implemented more flexibly: certain local variances of interpretations and modulations of canonical texts were permitted and not all texts were carefully controlled.

An important feature of the Soviet-era Estonian journalism was the permanent struggle for widening the borders of publicly permitted topics and journalistic forms. This struggle had visible results on the *third, medium level of control*, which was specific for the local press on one hand and for the specialised magazines and journals on the other hand. Here, the external control was looser and the duties of internal censorship were given to the chief editors. The extent of their courage determined the extent to which the limits of canonisation and standardisation could be broadened. Many Estonian editors and journalists actively used these opportunities.

More freedom of expression was allowed in the cultural press. It could be considered the *fourth and lowest level of control* in the hierarchy of legal press. On cultural pages journalists used complicated forms of indirect expression: metaphors, analogies, allusions and parodies. Readers learned to read between the lines, to catch hints and draw parallels. Critical ideas about Soviet reality were often expressed in the form of art criticism.

In the censored and ideologically edited version of reality described by the Soviet official media, people did not recognise their own experiences. A remarkable proportion of real problems and events were never reflected in the media content because they did not correlate with the approved positive standard (see e.g., Manaev 1989). For example, open resistance to the system, poverty, crime and other social delinquencies, even diseases and accidents, could not exist in Soviet conditions. These "forbidden topics" could be found only in the alternative, underground or foreign media channels. These channels can be viewed as the *fifth level of*

media hierarchy, which existed out of the reach of Soviet censors.

The same kind of control hierarchy functioned also for scientific activities – both for research institutions and topics of research. To the first level of total control belonged research institutions in Moscow and Leningrad and all research groups connected with military industry. To the second level of control – institutes of the Academy of Science in Soviet republics and all research groups dealing with the history of the Soviet Empire and the Communist Party. To the third level of control – other research institutions in the capitals of the Soviet republics, as well as national universities and trustful research groups in social sciences, economy and law representing official ideology. To the fourth level of control – provincial universities and higher education institutions, less trustful research groups in social sciences. Tartu University as a national learning institution officially belonged to the third level, but it was located outside the capital Tallinn and in practice was usually controlled as an institution of the fourth level. As a result, journalism graduates from Tartu University were not trusted enough to work in media channels of the first and second levels of importance.

In Soviet sociology there was a clear difference between official sociology, which was so tightly connected with the ideological activities of the Communist Party that Shlapentokh called it party sociology, and academically oriented professional sociology (1987: 80-106). Official sociology belonged to the first, second or third level, depending on location and status of the research group: in Moscow, mainly to the first level, in some cases to the second; in Leningrad and other larger Russian centres, mainly to the second level; and in the national republics, mainly to the third level, in some cases to the second. Official sociologists were much more trusted and had more opportunities for publishing, financing, travelling abroad, etc. For their professional career, loyalty to the Communist regime and good friends inside the *nomenklatura* were much more important than high professional competence.

Research groups at Estonian Radio and TV belonged to the third level of control. It meant that they had access to news broadcast research and even to audience research of the Finnish TV, Voice of America and Radio Free Europe. But it also meant that the results of Estonian Radio and TV audience research were half-secret; they were restricted to official use and were available only for radio and TV authorities, not for ordinary journal-

Table 1. *Hierarchies of Political Control and Ideological Canonisation in Soviet Press*

Level of control and canonisation	Channels	Sources, authors	Themes, topical areas	Scale of events	Genres
1. Total control, production of canonical texts	All-Union Communist Party (CP) press (e.g., <i>Pravda</i>), Russian-language CP press in Soviet republics (e.g., <i>Sovetskaya Estonia</i>)	Leading CP officials, TASS; leading official journalists	Ideology, Party politics, All-Union government, foreign policy and international affairs, history of CP, history of USSR	International, All-Union	Editorial, political commentary, all-Union political, economic news, foreign news
2. Strong control, variation of canonical texts	CP press in national languages	Party bureaucrats (<i>apparatchics</i>), local branches of TASS, local nomenclature, official journalistic elite,	Economy, statistics, local CP organisations, local governments, Soviets,	Republican	Articles, columns, local economic and political news
3. Medium control, institutionalised self-censorship, exploring and broadening limits of 'permitted'	Local newspapers, Komsomol press, youth magazines	Professional journalists, local correspondents, local	Work, Soviet way of life, education	Local	Feature, interview, reportage
4. Low level of official control, in-group control, self-censorship, non-canonical texts, language games	a) Cultural and scientific press b) Women's magazines, Sport magazines, social pages of local papers	a) Professional artists, scientists, critics, experts b) Local correspondents, community workers, ordinary people	a) Fine arts, cultural life, research, nature b) Sport, social affairs, community life, family	a) Professional community b) Individuals	a) Essay, scientific article, review, parody b) Feature, interview, feuilleton
5. Absence of official control, hidden surveillance	'Samizdat', alternative press	Dissidents	Critique of the Soviet system and official ideology	Underground	News, commentaries

ists or the broader public. Results about the audiences of foreign radio and TV were a complete secret and went directly to the Communist Party and KGB offices. The research group of the Department of Journalism at Tartu University belonged to the fourth level of control and did not have access to all research topics but in turn was much more free in the use of its results, except in publications abroad and, to a lesser extent, in Moscow. It is important to mention here that the academic staff in the Department as well as in all Tartu University were quite free in classroom teaching.

Areas and topics of research did not have such a clear hierarchy of control but one can find similar tendencies. To the level of complete secret and total control belonged topics connected with the military and foreign policy, which was always controlled by the KGB. To the second level – the history of the Soviet Union and the Communist Party that was under the immediate control of representatives of the Communist Party central or district committees. To the third level – all other politically or ideologically sensitive topics controlled by Communist Party officials in research institutions.

A similar hierarchy also functioned inside different disciplines. Shlapentokh analyses two research areas in his book, the sociology of work and the mass media and public opinion, clearly demonstrating that they belong to different levels of control and canonisation (1987: 133–180).

The international co-operation of researchers was strictly limited, even if it was between the so-called socialist countries. In the case described below concerning co-operative Leningrad-Estonia-Lithuania-Hungary research, the topic seemed to be ideologically neutral. Environmental protection in the Soviet ideological system perhaps belonged to the fourth level of importance. But even in this case, all international exchange was forbidden after the collection of empirical data.

Contacts with Nordic Media Researchers

Despite these difficulties, Estonian media researchers had some contacts with their Nordic colleagues, especially from Tampere University in Finland. In May 1972, Tapio Varis visited Tartu for some hours as a tourist and met occasionally with Marju Lauristin, who was at that time the director of the Laboratory of Sociology. To visit Tartu was not easy, as it was a closed city for foreigners due to the large military airport partly located in the terri-

tory of the city, three kilometres from the main building of the University. For that reason foreigners could not stay in Tartu overnight, and every foreign visitor was registered by the University's foreign office.

For Tartu media researchers regarded as not trustworthy by the authorities, it was even more difficult to visit Western countries. Only in July 1977 could Marju Lauristin visit Tampere as a tourist, and during this visit more regular exchanges between Estonian and Finnish media researchers were discussed. In August 1978, Marju Lauristin, as a member of a tourist group, participated in the World Sociological Congress in Uppsala. During this event several contacts were established and among them were regular contacts with Professor Karl Erik Rosengren from the University of Lund. After the liberation of Estonia, these contacts led to the establishment of the Swedish-Estonian comparative research programme BALTICOM.

In the early 1980s, some possibilities for contacts with Finnish colleagues occurred in connection with Soviet-Finnish seminars on mass communication research. The second seminar was held in Tampere in May 1981. The presentation by Marju Lauristin was in the program and the text was published in the proceedings (Lauristin 1982), but Marju Lauristin herself was by this time on the black list of "seriously mistaken" people who could not travel abroad due to the signing of the dissenting *Letter of Forty* (see e.g., Misiunas and Taagepera 1993: 269).

Media researchers both from Tartu and Tallinn participated in the third Soviet-Finnish seminar in Leningrad in May 1983, and researchers from Tampere visited Estonia in May 1984. Nevertheless, Estonian-Finnish research contacts were irregular. Regular international contacts were only established in 1989-1990 and then, besides Tampere, also with the Universities of Oslo, Lund, Göteborg, Stockholm, Helsinki, Jyväskylä and Aarhus.

The contacts with Nordic colleagues were also an important window to scientific information from the other Western centres. Regular access to the research papers of Tampere University and to the journal *Tiedotustutkimus* gave Estonian researchers, due to their knowledge of Finnish language, the opportunity to follow theoretical developments and current debates in Western communication research more easily than through the English-language sources which were accessible only in special "closed" sections of the academic libraries in Moscow.

Topics and Traditions of Research in 1965-1991

The best-examined area of mass communication processes in Estonia is audience structure. Audience surveys were started in 1965, with regular radio and television audience monitoring beginning in 1970 (see Table 2). During Soviet times, the audience of the print media was examined much less regularly. The bulk of the results of Soviet-era audience research is stored in the Estonian Social Science Data Archive at Tartu University and is available for researchers (www.psych.ut.ee/esta).

In the 1970s and 1980s, content analysis was used more actively and regularly than in the 1990s, including some large research projects which tried to collect data about all the main aspects of the mass communication process.

The first complex media research project in Estonia was connected with the newspaper *Edasi*. During 1965-1975, its audience, content and journalists' orientations were examined as well as three series of experiments conducted on the reception of texts from *Edasi*. There are several reasons

why this paper is so comparatively well researched – it was officially a local paper and belonged to the third level of control and canonisation (which continued even after becoming in fact a nationwide paper). Experiments were allowed in its content and journalistic forms as well as active co-operation with researchers.

The research into the local press in 1979-1986 can be considered as the second large and complex project. Large surveys yielded substantial data about the living conditions, lifestyle and value orientations of different groups of the population, and media use was interpreted in the context of everyday life of the respondents, using both quantitative and qualitative methods of interpretation (Vihalemm 1984; Hion, Lauristin and Vihalemm 1988). Combining statistical cluster analysis with an in-depth analysis of some central representatives of clusters (creating their typological portraits on the basis of answers to the large questionnaires) enabled connections to be drawn from tendencies in media use to cultural and social activities and living conditions.

Table 2. *Empirical Media Research in Estonia*

	Monitoring	Survey	Experiment	Text Analysis
Journalists		local press, 1970-71, 1979-80; all channels, 1988-89, 1995-96		
Content	radio & TV, 1978-87 advertisements (all channels), since 1993; coverage of ethnic relations (press), since 1999			<u>Content analysis:</u> local press, 1968-76, 1979-86, since 1998; weeklies, 1975-78, since 1998; magazines, 1987; TV-news, 1973-75; coverage of <i>Estonia</i> ferry catastrophe, all channels, 1994-1996. <u>Discourse analysis:</u> press, since 1994
Audiences	print media since 1992; radio & TV since 1970	local press, 1965-70, 1979-86, 1998-1999; weeklies, 1975-78, 1998; magazines, 1987-89; books, 1979-90; radio, 1965-94, 1999; TV, 1966-89;		
Effects		press, 1980-81, since 1991	local press, 1971-75; audiovisual commercials, 1971-75	
Functions, Context of Media Use		press, 1979-86, since 1998; books, 1977-90; radio, 1974-77		local press, 1979-86; radio, 1974-77

The third large project Estonian media researchers carried out in 1980s was to assess the influence of the media on environmental attitudes in co-operation with sociologists from Leningrad, Vilnius and Budapest. This study was planned as a comparative research effort using the same questionnaires and content categories in all four countries. The results of large surveys and comparative content analysis led to conclusions about the environmental attitudes of different groups of the population and about the role of the media in their formation. The most interesting conclusion was perhaps the empirical typology of environmental consciousness and the comparison of it with environmental discourses in the media (Lauristin and Firsov 1987; Lauristin 1991). Although the results of the project had high scientific value, it was unfortunately not finalised as a fully comparative project according to its initial design. It developed that the researchers were not permitted to make direct comparisons between the data sets from the Soviet Union and Hungary. It was made clear that international comparative analysis belonged to the highest level of ideological control and these kinds of comparisons were not allowed for research groups who did not represent the official sociology.

The fourth large project of the 1980s was the research about book consumption in Estonia, with five large waves of surveys carried out during 1979-1989. The buying and reading of books was analysed in the context of life-style, activities and interests of different social groups. The typology of book buyers and an analysis of their reading preferences (Lauristin and Vihalemm 1986) demonstrated that cultural stratification in the 1980s in Estonia was much weaker compared to Western countries (and compared to Estonia today). Cultural activities in Soviet-era Estonia were very high in all social groups. National culture functioned as one of the fields of resistance to the totalitarian regime.

In co-operation with Leningrad sociologists, led by Vladimir Yadov, certain traditions of empirical research were formed during 1968-1972 in the Laboratory of Sociology at Tartu University. General principles of research can be characterised as the following:

1. Complexity of the approach and an analysis of all research objects in their social context (e.g., data collection not only about newspaper reading but also about its social and cultural context – general interests and orientations, living conditions, leisure activities, etc.).

2. Detailed character of initial data, detailed and concrete empirical indicators.
3. Analysis of the data on different levels of generalisation – on the lowest level of initial data, then rising to the aggregated characteristics (indices), cluster analysis and empirical typologies.

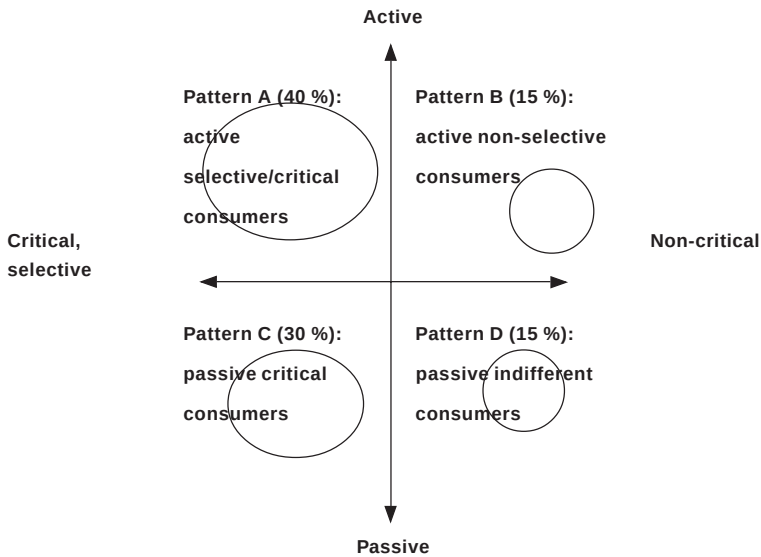
Based on these principles, the primary method of data collection has been a large survey using questionnaires of 60-90 pages (800-1000 characteristics) that were often supplemented by an additional interview. On the basis of these initial data, 50 to 80 aggregated characteristics (indices) were usually constructed; for further generalisation, the majority of the indices were subjected to typological analysis (automatic classification of respondents on the basis of a certain pattern of characteristics). Sometimes content analysis has also been conducted on the basis of the same principles – for analysing the social orientation of the *Edasi*, 254 initial categories were integrated into 40 indices, and from these, eight types of texts were constructed (Lauristin 1976).

On the basis of a large survey, several typologies have been often created. A respondent would be characterised as belonging to different types at the same time – to a particular type of newspaper reading, to another type of book consuming, to a third of value orientations, to a fourth of leisure activities, to a fifth of living conditions, etc.

Typological analysis of newspaper reading was carried out several times and the results were quite stable. Press consumption patterns of the 1970s and 1980s in Estonia were described by using a two-dimensional model: critical vs. non-critical attitude towards the media content and activeness vs. passivity of media consumption (Figure 1).

A similar typological analysis of media consumption was carried out on the basis of BMF Gallup Media data from spring 1997 (Lauristin and Vihalemm 1998). Although the indicators of media consumption were too different for direct comparisons, it is possible to compare empirical trends and say that polarisation between active and passive media users has become more significant among Estonians. The increase of non-selectivity is related to the changed proportions between media channels – the importance of TV watching is much higher in general media use and the importance of reading, especially newspaper reading, is remarkably lower. Non-critical media use is more widely distributed due to the growth of the role of TV. In press consumption, both activity and critical orientation have

Figure 1. *Press Consumption Patterns in Estonia in the 1970s and 1980s*



decreased. Using the typology of Figure 1 to characterise the current situation, one would conclude that the largest types of press consumption among Estonians today are not A and C but types C and D.

Main Theoretical Approaches¹

Western media sociology in the late 1960s departed from the functionalist approach and started to favour critical studies strongly influenced by Marxist tradition. At the same time, the methodology of empirical media research in Estonian sociology (as in Soviet sociology in general) in the 1960s and 1970s became closely linked to the theoretical paradigm of structural functionalism. Marxism, whose rhetorics was compulsory in all social science writing in the Soviet Union, could not be seriously applied as the methodological paradigm in empirical media studies because this would have inevitably led to the ideologisation of media research in the spirit of official dogmatism. A critical attitude towards the Western media and mass culture was part of everyday Communist propaganda, and this was a reason why critical approaches, popular among Western researchers in the 1960s and 1970s, did not have an emancipating influence in the conditions of the totalitarian Soviet system. The development of the critical media studies paradigm in Estonian media research started only after independence was regained.

The 1960s and 1970s, however, also saw a revolutionary development in the applications of structural functionalism for analysing the Soviet media. Media studies helped to describe a reality much different from the canonised picture disseminated and supported by the ideological state apparatus. Instead of propagated pictures of harmonious social relations and mythologies describing Soviet people as “unanimously devoted to ideals of Communism,” the studies described a variety of real interests and values and examined the complicated nature of social self-regulation mechanisms and their relations with official institutions. Empirical media research had an important function supporting and encouraging journalists in their attempts to resist ideological pressure and political control, to feel themselves responsible and accountable for their people and national culture, not for the official ideological and political system. In realising this function under Soviet conditions, the functionalist approach was paradoxically more fruitful than the critical one.

In the late 1970s and in 1980s, models of uses and gratifications were implemented in various audience surveys. Because of its focus on individual choices, this approach was in overt conflict with the official concept of Soviet media as an “ideological weapon in the hands of Communist party” or a “collective propagandist and organiser of masses.” Studying media consumption in the con-

text of everyday life of people and looking at the media as a provider of practical information, as a leisure activity or as an object for critical evaluation by local opinion leaders – both activities stood far apart from the normative picture of Soviet propaganda.

It is important and interesting to mention that Estonian researchers did not implement their research paradigms simply by following examples of Western research but instead developed original communication models and methodological schemes. Unfortunately the Iron Curtain cut off these findings from international scientific debate, and media research in Estonia, as well as in other Soviet centres, remained isolated and mostly unknown to the international research community. The situation started to change in the early 1990s and Estonian media research has since been increasingly included in international academic debate. New research projects (some described below) are primarily influenced by the theory of public sphere and critical media analysis, social constructivism, and the methodology of social representations and critical discourse analysis.

Estonian Media Research in 1990s

Changes in organisation of research. Almost a decade of independence has also been a period of development of media research into a branch of business. In 1992, the media and market research company BMF Gallup Media was established (it earlier used the name Baltic Media Facts), co-owned by the Finnish Gallup and the Estonian market research company Emor. In the same year, BMF started both the National Media Survey, measuring audience structure of all printed media channels in Estonia two times per year, and the TV and Radio Diary Survey four times per year. A bit later, the Target Group Index Survey (buying habits and preferences for major kinds of products, two times per year), the Kids Media Survey and the Advertising Expenditure Survey (advertisement volumes in all media channels) were started. In 1997 the permanent monitoring of TV and radio audiences was introduced to replace the quarterly survey (Baltic Media Book 2000: 14).

As BMF Gallup Media is a highly professional organisation conducting a representative national survey every few weeks and strictly following the international rules and standards in data collection, the research groups at Estonian Radio and Estonian TV were not able to compete and thus finished their activities. Also, the Department of Journalism

at Tartu University has not conducted any nationally representative surveys since the establishment of BMF Gallup Media. For academic purposes, however, it is possible to use all survey results from BMF Gallup Media (including the newest data sets). Besides data collection, BMF Gallup Media compiles and publishes a yearbook titled *Baltic Media Book*. Since 1998 they have also a website www.mediafacts.com, a dynamic online data collection of media facts, statistics and contacts, covering the Baltic countries and expanding into Finland and Russia. BMF Gallup Media does not have a monopoly on the media research business in Estonia; ad hoc studies are also conducted by other companies – Saar Poll (especially content analysis) and Turu-Uuringute AS.

Main research projects. Academic media studies are concentrated in the Department of Journalism at Tartu University. Five large research projects took place in the 1990s:

- *Development of the media in the Baltic countries* (1991-1993) – a joint project of media scholars from Tartu, Riga, Vilnius and Oslo, supported by the Norwegian Ministry of Foreign Affairs, University of Oslo, the Foundations for Free Speech and for the Local Media in Oslo. The outcome of this project was the first extensive book about the Baltic media, *Towards a Civic Society: The Baltic Media's Long Road to Freedom*. It was edited by Sverre Høy, Epp Lauk and Peeter Vihalemm, and published in Tartu in the summer of 1993. The book overviews the development of the media in the Baltic countries from the beginning of publishing in the 16th century, concentrating on the emergence of the national press: its development during 1900-1940, the pressure of the Soviet-era and the first stages of post-Communist transition. In connection with this project, the Baltic Association for Media Research (BAMR) was established in May 1993.

Following the work that led to *Towards a Civic Society*, the historical and sociological approaches to the development of the Estonian media have become much closer to each other in the Department of Journalism.

- *BALTICOM research program* (1991-1996) – a joint project of media scholars from Tartu, Lund, Göteborg and Tampere, supported by the Swedish Royal Academy of Sciences, the Swedish Institute, the Swedish National Board of Psychological Defence, the Estonian Science

Foundation and the Open Estonia Foundation. The main result of the project was the book *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition* (edited by Marju Lauristin and Peeter Vihalemm with Karl Erik Rosengren and Lennart Weibull, published by Tartu University Press in 1997). The book analyses civilizational, regional, social and individual contexts of Estonian transition; gives an overview of historical developments in Estonia during 1987-1997; analyses national spaces in the Baltic area; traces the development of political culture and value systems, and, last but not least, analyses changes in the Estonian media during the last decade.

- *The Estonia ferry catastrophe: authorities, the media and the public* (1994-1996) – a joint project of several Swedish, Finnish and Estonian media scholars on media coverage of the large ferry catastrophe on September 28, 1994, and crisis communication after the disaster, supported by the Swedish National Board of Psychological Defence. The main result of the project was presented in seven research reports, published in 1996 in Stockholm, among them two on the basis of Estonian data – *The Disaster in Estonian Media* (ed. by Marju Lauristin and Peeter Vihalemm) and *När nyheter nadde Estland* (“When the News Reached Estonia,” authors Andrus Saar, Göran Stütz and Eino Tubin).
- *Database and publications on media trends and research documentation in the Baltic countries* (1996-1999) – a joint project of NORDICOM and BAMR, supported by the Nordic Council of Ministers. The main outcome of the project was presented in the three books: 1) *NORDICOM 1996 & BAMR 1996. Bibliography of Nordic and Baltic Mass Communication Literature* – media research bibliography in Estonia, Latvia and Lithuania 1995-1996; 2) *Nordic Baltic Media Statistics* – media development trends in Baltic countries 1990-1997; 3) *Baltic Media Researchers* – data about media researchers and research projects, a bibliography of media literature in the Baltic countries in 1997-1998.
- *Media and social change* (1997-2000) – integrates several projects dealing with different periods in Estonian history and supported by the Estonian Science Foundation and Estonian Ministry of Education. The main focus is concentrated on the last decade (development of the

media system and media use in the framework of institutional and cultural changes; role of the media in integration of Russophones into Estonian society), but also analyses the Soviet period (levels and forms of ideological and political control, expressed through censorship as well as editing; conflicts between ideological control and cultural resistance) and the period of pre-war independence (from the viewpoint of changing journalistic conventions). The main outcome of the project will be the book *Media and Social Change in the Baltic Countries*, in which scholars from Riga, Vilnius and Oslo will also participate and which should be published in early 2001.

Another part of the project is a joint research effort with scholars from Konstanz and Tampere – *Media construction of national identities in post-war Europe* (nationalism and the press in Austria, Germany, Switzerland, Finland and Estonia in 1945-1995). The main outcome of this project will be a book edited by Wilhelm Kempf and Heikki Luostarinen and published in 2001.

Development of the study programs. In 1990, just prior to formal independence, the journalism curriculum like all others in Tartu University was reorganised. The requirement to follow official Soviet curriculae used by Moscow University was abolished and individual study programs were established. Tartu University introduced a system of 4 + 2 + 4, meaning 4 years of BA studies (160 credits, 1 credit = 40 study hours), 2 years of MA studies (80 credits), and 4 years of doctoral studies (160 credits). Post-graduate study programs in journalism and mass communication were opened in 1992. Since then, 16 masters’ theses (MA) and 2 doctoral (PhD) dissertations have been defended (Epp Lauk in 1997 and Triin Vihalemm in 1999 – topics of dissertations are given in the bibliography).

In 1996 a BA program in public relations was started. Public relations are studied in the context of organisational and market communication, political communication and knowledge management. This new speciality has broadened the scope of academic research in the field of communications beyond the traditional media research. In the summer of 2000, master and doctoral programs in media and communication were opened. Since May 2000 the department has a new name – the Department of Journalism and Communication.

Current state of the research. Comparing the bibliographical data (Nordicom 1996 & BAMR 1996) on media and communication research between the

Nordic and Baltic countries in 1996 (a total of 179 publications in all three Baltic countries, compared to 334 publications in Denmark, 340 in Finland, 265 in Norway and 352 in Sweden), one can conclude that despite more than thirty years of media research, this field was still underrepresented in Baltic social sciences. The situation is improving now, as a new generation of researchers is starting their academic careers in a different environment, where from the very beginning of their research they are involved in international theoretical debate and horizon-broadening co-operation with media scholars from other European countries.

In the context of this co-operation, research interests of Estonian media scholars are currently focused on the following problems:

- 1) *Development of the media system and media market, changes in the media use.* Developments in Estonian media provide an exemplary case of extreme liberalisation and the subsequent domination of a few foreign companies in the media market. At the same time, the speed of computerisation and Internet access in Estonian society, especially among the young generation, is one of the fastest in post-Communist countries. As a result, processes of rapid fragmentation and social divergence among the audience into "information poor" and "information rich" have accelerated during the last decade.
- 2) *Media and political communication. Developments in political culture and changes in political discourse. Problems of political domination and legitimacy.* The model of relationships between the media and political forces in Estonia has switched from open partisanship at the time of the "singing revolution" to the current emphasis on autonomy and a "watchdog" attitude. Changes in public political discourse, analysed in various studies, have revealed a shift from the initial "mythological" form to "ideological" and "critical-rational" argumentation. Consider-

able differences were found in the interpretation and legitimacy of reforms by comparing discourses of journalists, politicians and representatives of the general public. The comparison of political discourses in different European countries, concerning political, economic and social reforms (e.g., enlargement of the EU) and disclosing "mythologies", "ideologies" or "critical arguments," could be of great interest.

- 3) *Changing professional culture in the media. Generational replacement of journalists. Development of journalistic conventions and discourses.* This traditional area of interest for the Department of Journalism and Communication at Tartu University now has a new framework connected with the marketisation and liberation processes in Estonian society. Department scholars have followed the emergence of the journalistic profession in Estonia since the last century, comparing it with similar processes in the Nordic countries. In the last decade research has focused on the changes in the journalistic professional conventions and the convergence of genres and shifts in professional values.
- 4) *The role of the media in the nation building processes and integration of minorities into society.* Ethnic issues are at the forefront of international interest concerning developments in the Baltic countries. In this context the role of the media is being assessed in constructing national identities and in creating a common public sphere for different ethnic communities. Media monitoring of integration processes has been underway since early 1999.

Shaped by a series of dramatic changes during the last four decades, Estonian media studies are now seeking and establishing new theoretical models that will relate developments in the media and communication to the processes of societal transformation occurring in the post-Communist world.

Note

1. This part of the article uses text from a lecture given by Prof. Marju Lauristin during the Third Nordic-Baltic Summer School on Communication Studies in Kungälv on August 14, 1999.

Selected Bibliography

- Baltic Media Book 2000* (2000) Tallinn, Riga and Vilnius: BMF Gallup Media. New data also available electronically – www.mediafacts.com
- Baltic Media Researchers. Bibliography of Media Literature 1997-1998* (1999) Tartu: Baltic Association for Media Research.
- Harro, Halliki (1997) Change of Journalistic Conventions. Whose Speech Was Represented in Estonian Newspapers in 1920s and 1930s? In Koivisto, Juha & Lauk, Epp (eds.) *Journalism at the Crossroads: Perspectives on Research*. Tartu: Tartu University Press, 93-107.
- Hion, Ene; Marju Lauristin & Peeter Vihalemm (1988) *Life-Styles in Contemporary Estonia*. Tallinn: Perioodika.
- Høyer, Svennik; Epp Lauk & Peeter Vihalemm (eds.) (1993) *Towards a Civic Society: The Baltic Media's Long Road to Freedom*. Tartu: Baltic Association for Media Research/Nota Baltica Ltd.
- Kääriku I (1967) *Materialõ vstrechi sociologov "Metodologicheskije problemõ issledovanija massovoi kommunikatsii"* [Proceedings of the sociological conference "Methodological Problems of Mass Communication Research"]. Tartu: Tartu University.
- Kääriku II (1968) *Materialõ vstrechi sociologov "Tsenostnoje orientatsii lichnosti i massovaja kommunikatsija"* [Proceedings of the sociological conference "Value Orientations and Mass Communication"]. Tartu: Tartu University.
- Kääriku III (1969) *Materialõ vstrechi sociologov "Lichnost i massovaja kommunikatsija"* [Proceedings of the sociological conference "Personality and Mass Communication"]. Tartu: Tartu University.
- Lauk, Epp (1996) Estonian Journalists in Search of New Professional Identity. *Javnost/The Public*, 3, 4, 93-106.
- Lauk, Epp (1997) *Historical and Sociological Perspectives on the Development of Estonian Journalism*. Dissertationes de mediis et communicationibus Universitatis Tartuensis 1. Tartu: Tartu University Press.
- Lauk, Epp (1999) Practice of Soviet Censorship in the Press: The Case of Estonia. *Nordicom Information*, 21, 3, 27-40.
- Lauk, Epp (1999) Trends in the Development of the Estonian Media Market in the 1990s. *Media Development*, 3, 27-36.
- Lauristin, Marju (1976) Analiz soderzhaniya kak metod issledovaniya sotsialnoi napravlenosti massovoi informatsii [Content analysis as a method of research of social orientation of mass media]. Unpublished doctoral dissertation. Tartu University, Department of the Estonian Language.
- Lauristin, Marju (1982) On the Relationship between Mass Communication and Personality, Group and Mass Levels of Consciousness. In Social Role of Mass Communication. Report of the second Soviet-Finnish seminar. University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, Publications, Series B, Vol. 8, 193-204.
- Lauristin, Marju (1984) The Possibilities of Social Prognosis in Mass Communication Research. In *City – Way of Life – Mass Communication*. Report of the third Soviet-Finnish seminar. University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, Publications, Series B, Vol. 13, 235-245.
- Lauristin, Marju (1991) Public Participation as an Educational Process. An East European View. In Deelstra, Tjeerd & Oleg Yanitsky (eds.) *Cities of Europe: The Public's Role in Shaping the Urban Environment*. Moscow: Mezhdunarodnye otnoshenia Publishers, 117-132.
- Lauristin, Marju (1998) Transformations of Public Sphere and Changing Role of the Media in Post-Communist Society. In Sztompka, Piotr (ed.) *Building Open Society and Perspectives of Sociology in East-Central Europe*. Pre-Congress Volumes of the 14th World Congress of Sociology. Montreal: International Sociological Association. 1998, 117-129.
- Lauristin, Marju & Boris Firsov (eds.) (1987) *Massovaja kommunikatsija i ohrana sredõ*. [Mass communication and environmental protection]. Tallinn: Eesti Raamat.
- Lauristin, Marju & Peeter Vihalemm (1986) Raamatunõudlus ja kirjanduskultuur [Book demand and literary culture]. *Keel ja Kirjandus*, 7, 8, 385-393, 459-468.
- Lauristin, Marju; Peeter Vihalemm; Sulev Uus & Juhan Peegel (1987) *Rajoonileht ja lugeja* [Local paper and its reader]. Tallinn: Eesti Raamat.
- Lauristin, Marju & Peeter Vihalemm (eds.) (1996). *Estonia: The Disaster in Estonian Media*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Lauristin, Marju & Peeter Vihalemm with Karl Erik Rosengren & Lennart Weibull (eds.) (1997) *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press.
- Lauristin, Marju & Peeter Vihalemm (1998) Media Use and Social Changes in Estonia. In *Estonian Human Development Report 1998*. Tallinn: UNDP, 31-37. Also available electronically – www.undp.ee
- Manaev, Oleg (1989) A Vicious Circle in Soviet Media-Audience Relations. *European Journal of Communication*, 4, 3, 287-306.
- Misiunas, Romualdas & Rein Taagepera (1993) *The Baltic States: Years of Dependence 1940-1990*. London: Hurst & Co.
- Nordic Baltic Media Statistics 1998* (1999) Göteborg: Nordicom.
- NORDICOM 1996 & BAMR 1996. Bibliography of Nordic and Baltic Mass Communications Literature* (1997) Aarhus: Nordicom.

- Pärl-Lõhmus, Maarja (1997) Journalistic Editing in a Closed Society. In Koivisto, Juha & Epp Lauk (eds.) *Journalism at the Crossroads: Perspectives on Research*. Tartu: Tartu University Press, 108-120.
- Shlapentokh, Vladimir (1987) *The Politics of Sociology in the Soviet Union*. Delphic Monograph Series. Boulder: Westview Press.
- Tammerk, Tarmo (1998) Legal Framework. In Schmid, Helga (ed.) *Understanding the Media in the Baltic States*. Düsseldorf: European Institute for the Media, 9-20.
- Unt, Aune (1998) The Broadcast Media. In Schmid, Helga (ed.) *Understanding the Media in the Baltic States*. Düsseldorf: European Institute for the Media, 33-46.
- Veskimägi, Margo & Triin Susi (1998) Too Many Fish in the Pond?: Estonia. In *Development of the Audio-visual Landscape in Central Europe since 1989*. Luton: University of Luton/John Libbey Media, 111-138.
- Vihalemm, Peeter (1984) Mass Communication and the Development of Personality. In *City – Way of Life – Mass Communication*. Report of the third Soviet-Finnish seminar. University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, Publications, Series B, Vol. 13, 69-78.
- Vihalemm Peeter; Epp Lauk & Marju Lauristin (1997) Estonian Media in the Process of Change. In Lauristin, Marju & Peeter Vihalemm with Karl Erik Rosengren & Lennart Weibull (eds.) *Return to the Western World: Cultural and Political Perspectives on Estonian Post-Communist Transition*. Tartu: Tartu University Press. 1997, 227-240.
- Vihalemm, Peeter & Marju Lauristin (1997) Political Control and Ideological Canonisation. The Estonian Press during the Soviet Period. In Mühle, Eduard (Hrsg.) *Vom Instrument der Partei zur "vierten Gewalt"*. Marburg: Herder-Institut. 1997, 103-109.
- Vihalemm, Triin (1999) *Formation of Collective Identity among Russophone Population of Estonia*. Dissertationes de mediis et communicationibus Universitatis Tartuensis 2. Tartu: Tartu University Press.
- Vihalemm, Triin (1999) Local and Global Orientations of Media Consumption in Estonia. In *Estonian Human Development Report 1999*. Tallinn: UNDP, 42-49. Also available electronically – www.undp.ee
- Vooglaid, Ülo (1972) Metodõ, ispolzovannõje pri issledovanii auditorii gazetõ *Edasi* i dejatelnosti redaktsii [Methods used for investigation of the readership of the newspaper *Edasi* and the activities of the editorial board]. In Vooglaid, Ülo (ed.) *Trudõ po sotsiologii, Vol. II*. Tartu: Tartu University.

Organisationskommunikation

Ett forskningsfält på framväxt

SARA DALFELT, MATS HEIDE & CHARLOTTE SIMONSSON

Var finns de svenska medie- och kommunikationsforskarna som forskar i organisationskommunikation? Ja, anmärkningsvärt nog verkar dessa personer fortfarande lysa med sin frånvaro. Detta tycker vi är märkligt av en rad anledningar.

För det första verkar de svenska forskarna ha missat att organisationskommunikation är ett forskningsfält som internationellt sett åtnjuter ett stort och stadigt ökande intresse. Det är ett livfullt och blomstrande ämne med t.ex. flera nya tidskrifter, bokserier och ett ökande antal doktorsexamina. Inom International Communication Association (ICA) har organisationskommunikation dessutom vuxit till att bli den näst största gruppen (Taylor, Flanagin, Cheney & Seibold, 2001).

För det andra ingår organisationskommunikation som en del av *grundutbildningen* vid de flesta utbildningsorter i Sverige. Bland studenter brukar organisationskommunikation också vara ett av de mest populära områdena. Trots detta har området hittills haft en relativt perifer position inom MKV-forskningen. De få forskare som varit verksamma inom fältet har gett sig av från akademien, och arbetar istället som konsulter och rådgivare (jfr Falkheimer, 2001).

För det tredje existerar det ett mycket stort intresse bland praktiker, t.ex. informatörer, personalvetare och chefer, för kommunikationsfrågor som är relaterade till organisationer och organisationsfenomen. Inte minst märks det i Sveriges Informationsförenings kursutbud. Det finns dock tendenser som visar på att föreningen söker ett allt större samarbete med företagsekonomer; exempelvis har

Sveriges Informationsförening och Handelshögskolan i Stockholm anordnat kurser tillsammans. Risken är att ekonomerna med tiden koloniserar ämnet organisationskommunikation. Detta är olyckligt eftersom ekonomer generellt sett inte har samma gedigna kunskaper i kommunikationsvetenskap som MKV-forskarna, och i värsta fall riskerar fältet organisationskommunikation att urholkas och simplificeras.

Vårt syfte med denna artikel är att skapa en debatt kring organisationskommunikationens position inom MKV, och stimulera till ett ökat intresse för forskning om organisationskommunikation i Sverige och i övriga nordiska länder.

Organisationskommunikation – ett forskningsfält utan tydliga gränser

Det finns många definitioner av organisationskommunikation och det är oklart vilka domäner begreppet innefattar (Weick, 1983; Goldhaber, 1993; Downs, 1999). Enligt Goldhaber (1993) kan organisationskommunikation referera till vad helst en författare önskar. Detta påstående kan tyckas något överdrivet, men inte desto mindre är det problematiskt att organisationskommunikation är ett så pass elastiskt begrepp. Vår avsikt är inte att presentera en slutgiltig definition av vad organisationskommunikation innefattar. Genom att peka på några centrala frågor och relationen till närliggande discipliner och forskningsfält, hoppas vi ändå att bidra till en ökad tydlighet om vad organisationskommunikation innebär.

För det första kan man fråga sig vilken *typ av organisationer* som begreppet organisationskommunikation refererar till. Organisationsbegreppet är något problematiskt, eftersom det kan innefatta många sociala fenomen – allt från små lokala sam-

Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet, Box 114, SE 221 00 Lund, sara.dalfelt@soc.lu.se, mats.heide@soc.lu.se, & charlotte.simonsson@soc.lu.se,

manslutningar och föreningar, globala rörelser såsom Attac och Greenpeace, till mer traditionella organisationer som företag och offentliga myndigheter. Forskningen om organisationskommunikation har dock främst intresserat sig för den sistnämnda typen av organisationer, dvs. olika sorters formella arbetsorganisationer.

En annan, och mer omtvistad fråga rör skiljelinjen mellan *extern och intern kommunikation* – en distinktion som handlar om vilka av en organisations olika intressenter som ska inkluderas i begreppet organisationskommunikation. Är det enbart organisationens egna medlemmar/anställda eller även externa intressenter såsom kunder, aktieägare och journalister? Här går det att urskilja två grupperingar av forskare. Den ena inkluderar enbart intern kommunikation i sin definition av organisationskommunikation (t.ex. Goldhaber, 1993; Conrad & Poole, 1998), medan den andra grupperingen hävdar att organisationskommunikation bör omfatta både intern och extern kommunikation (t.ex. Putnam & Cheney, 1995; Miller, 1999). Alltsedan områdets akademiska genombrott under 1950- och 60-talen har tyngdpunkten legat på intern kommunikation, men under senare år tycks den grupp av forskare som förespråkar en vidare syn på organisationskommunikation ha vuxit i antal. Detta kan kopplas till att det har blivit allt svårare att skilja mellan extern och intern kommunikation, då gränserna mellan en organisation och dess omgivning har blivit alltmer flytande och diffusa. Detta beror inte minst på ny informationsteknik, som bl.a. har möjliggjort nya organisationsformer som nätverksorganisationer och virtuella organisationer. Ett annat exempel på alltmer flytande gränser är att samarbetet mellan organisationer och deras leverantörer blir allt tätare, vilket kan yttra sig i att leverantörer rent fysiskt flyttar in i en organisation eller att deras datasystem länkas samman med de företag de har som kunder.

Idén om den alltför skarpa gränsdragningen mellan intern och extern kommunikation har dock ännu inte fått något större genomslag i den forskning som bedrivs. Enligt Salem (1999) är det fortfarande mycket sällsynt med artiklar där studier av intern och extern kommunikation kombineras. Dominansen av intern kommunikation återspeglas dessutom tydligt i de flesta av introduktionsböckerna (t.ex. Kreps, 1990; Byers, 1997; Conrad & Poole, 1998; Miller, 1999) och handböckerna (t.ex. Jablin, Putnam, Roberts & Porter, 1987; Goldhaber & Barnett, 1988; Jablin & Putnam, 2001) inom området.

Ytterligare en aspekt som har bidragit till att organisationskommunikation är ett tämligen otydligt och fragmenterat område, är att det saknar en tydlig *akademisk hemvist*. I Sverige spänner organisationskommunikation idag över flera olika akademiska ämnen såsom medie- och kommunikationsvetenskap, organisationspsykologi, organisations-sociologi och företagsekonomi. Ett stort problem är att det saknas forskning inom fältet utifrån ett mer gediget och renodlat kommunikationsperspektiv. Naturligt nog har inte forskare i företagsekonomi, psykologi och sociologi primärt varit intresserade av kommunikation; de behandlar snarare kommunikation som en sekundär aspekt i undersökningen av andra organisatoriska fenomen.

Även internationellt sett har forskningsområdet organisationskommunikation brottats med vissa existensproblem, eftersom forskarna inte har kunnat enas om till vilket akademiskt ämne det tillhör – ”speech communication”, kommunikationsvetenskap, organisationsteori eller företagsekonomi. I USA har dock organisationskommunikation haft en något tydligare akademisk hemvist än i andra länder. Där växte intresset för organisationskommunikation fram inom ämnet ”speech communication” (se mer om detta nedan), och det är fortfarande det ämne som starkast förknippas med organisationskommunikation (Redding, 1985; Grunig, 1992b).

Relationen mellan organisationskommunikation, PR och marknadsföring

En vanlig fråga då innebörden av organisationskommunikation diskuteras är var gränserna går gentemot andra närbesläktade forskningsområden såsom public relations (PR), marknadsföring, relationsmarknadsföring, social marknadsföring etc. Kanske kan man tycka att organisationskommunikation borde omfatta *alla* dessa begrepp; alla rör ju på ett eller annat sätt organisationers kommunikation. Larsson (2001: 66) är inne på just den linjen då han hävdar att ”[...] organisationskommunikation inbegriper företags, myndigheters och intresseorgans *alla* kommunikativa handlingar och interaktioner.” (vår kursivering) Vi anser dock att det finns ett antal skillnader mellan dessa områden, som är väsentliga att peka på:

En första särskiljande aspekt är att PR och de olika ”marknadsbegreppen” främst är inriktade mot *professionella kommunikatörers* (informatörer, PR-utövare och marknadsförare) verksamhet, medan organisationskommunikation vanligtvis implicerar en betoning på *icke-professionella kommuni-*

törer, dvs. "vanliga" chefer och medarbetare inom organisationen (jfr J. Grunig & L. Grunig, 1989; Grunig, 1992a). Distinktionen mellan professionella och icke-professionella kommunikatörer pekar på en central skillnad, men samtidigt är den inte helt oproblematisk. Till exempel kan en framgångsrik VD i sitt arbete – med eller utan stöd av professionella kommunikatörer – lyckas bidra till att skapa goda relationer till ett företags olika publiker. Är då inte detta att betrakta som PR?

Formell och informell kommunikation utgör ytterligare en särskiljande aspekt. Medan PR och olika former av marknadsföring främst refererar till en formell form av kommunikation, menar vi att organisationskommunikation inkluderar såväl formell som informell kommunikation (jfr Redding, 1989; Larsson, 2001; Salem 1999). Andra forskare (t.ex. J. Grunig & L. Grunig, 1989) har hävdad att organisationskommunikation enbart handlar om kommunikation som uppstår naturligt och utan koppling till den formella strukturen i en organisation, dvs. informell kommunikation. Detta stämmer dock inte överens med den forskning som har bedrivits. En central forskningsfråga inom området för organisationskommunikation har t.ex. varit hur informationsflödet inom organisationer är relaterat till den formella strukturen (Putnam & Cheney, 1995).

Vi kan vidare konstatera att organisationskommunikation, PR och marknadsföring inbegriper kommunikationsaktiviteter med *olika syften och olika publiker/intressenter/ målgrupper*. Marknadsföring refererar till kommunikation som syftar till att föra ut och sälja en produkt eller tjänst på en marknad. Marknadsförare kommunicerar således främst med en organisations kunder (J. Grunig & L. Grunig, 1989; Larsson, 2001; Newsom, Turk & Kruckeberg, 1996). PR har traditionellt sett definierats i termer av planerade och målinriktade kommunikationsaktiviteter, som syftar till att skapa goda relationer mellan en organisation och dess olika publiker. Det primära syftet med PR är att uppnå relationseffekter, inte säljeffekter – även om goda relationer på sikt också kan ge goda säljresultat. PR-aktiviteter av olika slag vänder sig heller inte enbart till kunder, utan till en organisations alla intressenter som påverkar eller påverkas av en organisation (Grunig & Hunt, 1984; Harris, 1995). Social marknadsföring och relationsmarknadsföring är begrepp som rör sig i en gråzon mellan marknadsföring och PR (jfr Larsson, 2001).

Med tanke på att PR-aktiviteter kan riktas mot en organisations alla intressenter, kan PR även omfatta intern kommunikation. Traditionellt sett har dock PR främst förknippats med extern kommunikation, medan intern kommunikation har kopplats till organisationskommunikation (Redding & Tompkins, 1988; Redding, 1989; Grunig, 1992b). Som tidigare nämnts tenderar organisationers gränser att bli alltmer flytande, och det ter det sig allt mindre relevant att skilja mellan extern och intern kommunikation. Vi tycker oss därför se ett ökat behov av ett närmare samarbete mellan forskare inom PR och organisationskommunikation.

Vad gäller forskningens syfte anser vi att organisationskommunikation präglas av en större bredd och pluralism än PR-forskningen. Den tidiga forskningen inom organisationskommunikation utgick främst från ett ledningsperspektiv och strävan var att generera kunskap som bidrog till att förbättra organisationers *effektivitet*. Under senare år har det dock skapats nya forskningsperspektiv som inte är lika pragmatiskt orienterade på så vis att lösningar av praktiska kommunikationsproblem inte står i centrum. Forskningen om organisationskommunikation intresserar sig inte heller längre enbart för ledningens perspektiv, utan utgår från olika gruppers perspektiv och intressen. Syftet med forskningen kan vara att skapa en ökad *förståelse* för organiseringsprocesser eller att synliggöra dominansprocesser och bidra till organisationsmedlemmarnas *emancipation* (se mer om detta nedan). Inom PR-forskningen finns det tecken på liknande utvecklingstendenser (t.ex. L'Etang & Pieczka, 1996), men PR-fältets fokusering på relationer kan ändå sägas utgöra ett snävare syfte.

Vi uppfattar organisationskommunikation som ett mer omfattande begrepp än PR. Kanske PR skulle kunna beskrivas som ett delfält inom organisationskommunikation, då PR primärt intresserar sig för informatörers formella och målinriktade kommunikationsverksamhet. Grunig (1992a) hävdar däremot att såväl PR som organisationskommunikation bör reserveras för den kommunikation som sker med stöd av kommunikationsspecialister inom och mellan organisationer. Han menar t.ex. att om informatörer utbildar chefer i interpersonell kommunikation, så rör det sig om PR/organisationskommunikation, men om chefer kommunicerar på eget bevåg så faller det utanför hans definition av de båda begreppen. Man måste dock vara medveten om att en större del av organisationers

kommunikation sker utan inblandning av kommunikationsspecialister, varför Grunigs synsätt framstår som alltför snävt.

Planerad kommunikation – den svenska uppfinningen

Bland svenska MKV-forskare används ytterligare ett begrepp som berör organisationers kommunikation – *planerad kommunikation*. Det är ett relativt nytt begrepp, som bl.a. inbegriper organisationers *planerade*, formella kommunikation gentemot en bestämd målgrupp i syfte att förändra dess åsikter eller beteende. Det är således ett begrepp som ligger mycket nära PR, och i svensk litteratur används de båda begreppen ibland synonymt (t.ex. Larsson, 2001). Möjligen skulle man kunna hävda att planerad kommunikation rymmer en kraftigare betoning på förändring av människors attityder och handlingar än vad PR gör. PR syftar främst till att skapa och upprätthålla goda relationer med relevanta publikar.

Forskning om planerad kommunikation har i stor utsträckning kommit att förknippas med analys och utvärdering av större informationskampanjer, exempelvis om hälsoproblem samt trafik- och miljöfrågor (t.ex. Palm, 1994; Jarlbro & Palm, 1996; Sandberg, 1996; Linderholm, 1997). Inte sällan är det kampanjer som härrör från offentliga myndigheter som står i centrum, vilket innebär att planerad kommunikation också ligger nära begreppet samhällskommunikation. PR har främst förknippats med privata organisationer, men på senare år har begreppet även trängt in i olika offentliga organisationer.

Internationellt sett förekommer begreppet planerad kommunikation sällan eller aldrig, utan det tycks främst vara ett begrepp som används i Sverige. Oss veterligen är Windahl och Signitzers bok *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication* (1992), den enda publikation innehållande begreppet "planned communication" som fått internationell spridning. Planerad kommunikation är alltså inte ett begrepp som är gångbart i internationella sammanhang, vilket väcker frågan om det inte vore bättre att ersätta det med andra begrepp såsom PR, social marknadsföring, samhällskommunikation, hälsokommunikation etc.

En historisk tillbakablick

Organisationskommunikation härstammar från tidiga amerikanska teorier om organisation, företags-

ledning samt retorik. Under hela 1900-talet har frågeställningarna inom organisationskommunikation utvecklats parallellt med för tiden rådande organisationsteorier. Intresset för organisationers kommunikation kan härledas till 1920-talet och initierades inom det amerikanska ämnet "speech" (Redding, 1985; Redding & Tompkins, 1988; Putnam & Cheney, 1995; Putnam, Phillips & Chapman, 1996). Vid denna tid bestod det som i dag kallas organisationskommunikation främst av utbildning av chefer och studenter för att de skulle bli drivna och duktiga kommunikatörer. Utbildningen handlade i praktiken om träning i retorik. Ett exempel på en aktör från denna tid är Dale Carnegie, som skrev texter om hur chefer kunde bli goda talare.

En viktig händelse som bidrog till att intresset för kommunikation och organisation ökade, var USA:s inblandning i andra världskriget 1941. Deltagandet i kriget innebar massmobilisering och nya krav på chefer inom såväl tillverkningsindustri som militär att kunna instruera och kommunicera effektivt. Dessa händelser bidrog till att lägga grunden för den starka instrumentella tradition som länge varit tongivande inom organisationskommunikation.

Den moderna organisationskommunikationsforskningen brukar dateras till år 1942 (Redding & Tompkins, 1988). Detta årtal publicerade Alexander Heron boken *Sharing Information With Employees*, vilken behandlar problematiken kring kommunikation mellan ledning och medarbetare. W. Charles Redding var dock den forskare som utvecklade organisationskommunikation till ett akademiskt ämne (Clair, 1999), och han brukar också omnämnas som ämnets fader (Tompkins, 1997).

Fram till och med 1950-talet utgjordes forskning om organisationskommunikation sålunda främst av affärsretorik, övertalningsstrategier för ledningen, utformning av precisa och läsvänliga rapporter och effektivitetsstudier av olika medier (Redding, 1985; Putnam & Cheney, 1995). Under 1950-talet skrevs de första doktorsavhandlingarna inom ämnet och forskargrupper började formeras vid ett antal olika amerikanska universitet.

Under 1960-talen blev också studierna i organisationskommunikation allt mer vetenskapliga, och forskarna kom i allt större utsträckning att intressera sig för intern organisationskommunikation (Redding & Tompkins, 1988). Detta reflekteras bland annat i den tidens texter om organisationskommunikation, t.ex. Redding och Sanborn (1964) som definierar organisationskommunikation som sändning och mottagning av information inom komplexa organisationer. Det dröjde dock till slutet

av 1960-talet och början av 1970-talet (Redding, 1985) innan termen organisationskommunikation togs i bruk. Tidigare hade framför allt termen "business and industrial communication" brukats för detta forskningsområde.

Perspektiv inom forskningsfältet

Fram till början av 1980-talet existerade i princip endast ett perspektiv inom fältet organisationskommunikation. Detta förändrades dock år 1981, som anses vara ett viktigt år för ämnets utveckling (Taylor m.fl., 2001). Då hölls en konferens i ämnet, som sedermera ledde fram till publiceringen av antologin *Communication and Organization* (Putnam & Pacanowsky, 1983). I den presenteras två nya perspektiv inom ämnet – det *tolkande* och det *kritiska* perspektivet. Bakom dessa alternativa perspektiv fanns två principiella motiv. För det första en önskan om att komma bort från det då dominerande ledningsperspektivet och en strävan efter att bli ett eget ämne skilt från företagsekonomi. För det andra existerade det ett ökat missnöje med den då dominerande metodologin inom fältet – en strikt empirism eller positivism med betoning på orsak-verkan effekter, operationalisering av variabler, kategorisering av data, objektivitet och kvantitativa analyser.

Flera forskare har gjort olika försök att dela in fältet. Ett exempel är Krone, Jablin och Putnam (1987) som har identifierat fyra olika perspektiv: mekanistiskt, psykologiskt, tolkande-symboliskt och system-interaktionistiskt. Ett annat exempel är Putnam m.fl. (1996) som har identifierat sex stycken metaforer inom fältet: kanal-, lins-, länk-, utförande-, symbol-, röst- och diskursmetaforen. Den indelning som är bäst lämpad för vårt syfte är Redding och Tompkins (1988) indelning: modernistisk, kulturorienterad och kritisk tradition. Styrkan med denna indelning är att den inte är så pass detaljerad att det blir svåröverskådligt samt att den omfattar viktiga faktorer som ontologi, epistemologi, syn på organisation och syn på kommunikation. Nedan kommer vi att kortfattat beskriva och diskutera de tre olika traditionerna.

Den modernistiska traditionen

Den modernistiska traditionen har hittills varit den dominerande inom fältet (jfr Wert-Gray, Center, Brashers & Meyers, 1991). Denna tradition har sitt ursprung i de klassiska organisationsteoretiska skolorna, exempelvis Taylors scientific management, Webers byråkratiska skola och Fayols administra-

tiva skola. Till det modernistiska paradigmet räknas även de något senare tillkomna human relations- och human resource-skolorna. Även om dessa skolor lägger mer betoning på individen i organisationen, delar de uppfattningen att formella strukturer, administrativa funktioner och ledningens kontrollsystem är nyckelfaktorer för att utforma och sköta organisationer (Euske & Roberts, 1987).

Ontologin inom det modernistiska perspektivet är att verkligheten existerar som en objektiv och mätbar företeelse. Sociala fenomen betraktas likaledes som konkreta, materiella enheter. Den sociala verkligheten antas existera utanför individen och ta form innan den mänskliga handlingen och aktiviteten träder in i bilden (Burrell & Morgan, 1979). Individen är således inte delaktig i strukturer och struktureringsprocesser som därför kan planeras, implementeras och upprätthållas, utan att den mänskliga faktorn tas med i beräkningarna i någon större omfattning. För att undersöka och studera de objektiva och statistiska fenomen som organisationer utgör, förespråkar modernisterna kvantitativa metoder. Präglade av den positivistiska vetenskapstraditionen eftersträvar de att finna universella regler för att förutsäga verkligheten (Putnam, 1982, 1983).

Kommunikation anses i det modernistiska perspektivet vara en variabel, som påverkar såväl individers som organisationers produktivitet, såsom vilka andra variabler som helst, t.ex. organisationsklimat, struktur, lön etc. Genom att se budskap som en fysisk substans definierar modernisten kommunikationen i termer av överföring, kanaler och effekter (Putnam, 1982, 1983). Ur ett kommunikationsteoretiskt perspektiv skulle vi säga att det förelåg en transmissionssyn på kommunikation (jfr Carey, 1988). Lingvistikern Michael Reddy (1993) beskriver denna syn på kommunikation med lednings- eller överföringsmetaforen. Enligt Reddy innebär denna metafor att människor utgår från att språket kan överföra tankar och känslor från en person till en annan. Stephen Axley (1984), professor i organisationskommunikation, hävdar att ledningsmetaforen är förhärskande inom såväl litteratur om organisationskommunikation och ledarskap, som i praktiken. Detta leder enligt Axley till en realistisk optimism om hur betydelser kan överföras mellan personer. Tyngdpunkten i organisationskommunikationen läggs då på att utforma effektiva meddelanden, och mottagarens roll blir reducerad till att ta emot (avsedda) betydelser från orden.

Den modernistiska traditionens verklighetsuppfattning innebär att organisationer betraktas som

rationella och instrumentella enheter. Systemteorin, som dominerade inom samhällsvetenskapen under 1960- och 1970-talet, bidrog också till detta sätt att betrakta kommunikation och organisationer. Systemteorin innebar bland annat att organisationer uppfattades som öppna system med en bestämd gräns mot sin omgivning. Att ett system är öppet innebär att det ständigt sker ett utbyte av information och material med omgivningen, samt att organisationen kontinuerligt anpassar sig efter förändringar i omgivningen för att kunna överleva.

Inom det modernistiska perspektivet på organisationskommunikation är målet med kunskap och forskning om kommunikativa aspekter att skapa bättre förutsättningar för kontroll och förutsägbarhet i organisationen (Redding & Tompkins, 1988). Kontroll är en central fråga som återkommer inom flera områden av det modernistiska perspektivet på organisationskommunikation. Inställningen att organisationer är rationella, kontroller- och beräkningsbara har bidragit till att majoriteten av forskningen inom denna tradition utgår från ett ledningsperspektiv, med syfte att effektivisera verksamheten. Ett exempel på forskare inom den modernistiska traditionen är Jablin (1987), som har gjort en genomgång av den omfattande forskning som behandlar förhållandet mellan formell organisationsstruktur och kommunikation. De dimensioner som studeras är bland annat organisationens grad av formalisering, centralisering och komplexitet (horisontell och vertikal), och hur dessa aspekter står i relation till kommunikationen mellan människor och vilken inverkan det har på kommunikationens ändamålsenlighet.

Den kulturorienterade traditionen

Som vi tidigare har berört, uppkom den kulturorienterade traditionen under de första åren på 1980-talet. Denna tradition kallas ibland även för den tolkande (Putnam, 1983). Initieringen av traditionen sammanfaller med den s.k. kulturella vändningen (eng. *cultural turn*), vilken skedde i början av 1980-talet inom de flesta samhällsvetenskapliga ämnen. Denna vändning innebär en ökad fokusering på studier av samhället och organisationer som kulturer, istället för att studera deras institutionella och strukturella egenskaper. I och med den kulturella vändningen började forskarna se människor som aktiva aktörer, som tillsammans med andra producerar och reproducerar den sociala verkligheten.

Flera forskare inom fältet organisationskommunikation var missnöjda med det då dominerade

perspektivet inom fältet. Bland annat vände sig forskarna mot den modernistiska synen på organisationer som stabila och kontrollerbara enheter, (Putnam m.fl., 1996; Trethewey, 1997). Vidare riktades kritik mot avsaknaden av ett teoretiskt ramverk samt mot den modernistiska synen på organisation som ett objektivet fenomen (Putnam & Cheney, 1995; Redding & Tompkins, 1988).

De kulturorienterade forskarna var mycket kritiska till synen på kommunikation som en variabel och som en linjär transmissionsprocess (Putnam, 1983). Istället ansåg dessa forskare att kommunikation är ett konstruerande medel, dvs. det som producerar och reproducerar organisationer. Denna syn på kommunikation överensstämmer med andra ord med James Careys (1988) *rituella perspektiv på kommunikation*, dvs. att kommunikation är det som skapar och vidmakthåller gemenskaper.

För forskarna inom fältet organisationskommunikation innebär den kulturella vändningen att intresset för språk, symboler, betydelser och organisationskulturer kom i centrum (Smircich & Calás, 1987). Särskilt centralt för den kulturorienterade forskaren är människors tolkningar, dvs. det sätt på vilket individen skapar mening, tolkar och strukturerar sin omgivning genom kommunikation.

En forskare som har haft särskilt stor betydelse för utvecklingen av fältet organisationskommunikation är den amerikanske organisationspsykologen Karl E. Weick. Redan år 1969 publicerade Weick den inflytelserika boken *The Social Psychology of Organizing*, i vilken han lanserar neologismen *organisering*. Det begreppet innebär en betoning på att organisationer inte existerar som stabila system, dvs. en reifierade syn på organisationer, utan är i en ständig pågående organiseringsprocess där kommunikation har en avgörande betydelse. Weick (1995: 75) understryker hur viktig och integrerad kommunikationen är i en organisation:

If the communication activity stops, the organization disappears. If the communication activity becomes confused, the organization begins to malfunction. These outcomes are unsurprising because the communication activity is the organization.

Kommunikation är följaktligen en central del av organiseringsprocesserna (jfr Eisenberg & Riley, 1988), och genom den skapas gemensamma betydelser, värderingar och sätt att tänka (Trethewey, 2000). Den nära kopplingen mellan organisering och kommunikation har inneburit att vissa forskare, såsom Weick (1969, 1995, 2001) och Bantz (1989), till och med sätter likhetstecken mellan or-

ganisering och kommunikation. Med andra ord, ses organisationer som socialt konstruerade enheter som skapas och vidmakthålls genom ständiga kommunikationsprocesser.

I linje med traditionens ontologi används kvalitativa metoder. Flera kulturorienterade forskare har hämtat metodologisk inspiration från bl.a. antropologi, t.ex. Geertz (1973), och lingvistik, t.ex. Lakoff och Johnson (1981). Geertz har exempelvis bidragit med begreppet "täta" beskrivningar, vilket innebär att forskare ska försöka återge något utsnitt av den studerade verkligheten så utförligt som möjligt. Lakoff och Johnson (1980) är framför allt kända för sin bok *Metaphors We Live By*, vilken behandlar metaforers betydelse för oss människor. Metaforer är enligt Lakoff och Johnson en viktig del av vårt vardagsspråk, och påverkar hur vi tänker och agerar. Inom den kulturorienterade traditionen är det vanligt att använda metaforer för att såväl beskriva som analysera empiriskt material, t.ex. organisationen som en maskin eller som en hjärna (jfr Morgan, 1997).

Målet med forskningen inom denna tradition är att få en bättre *förståelse* för de vardagliga händelserna och processerna i organisationen, snarare än att uppnå ett effektivitetsmål ur ett ledningsperspektiv. Exempel på forskning inom den kulturorienterade traditionen är Boje (1995), som har påvisat att det i organisationer existerar olika berättelser (eng. *narratives*) vilka strukturerar den sociala verkligheten för organisationsmedlemmarna. Dessa har dock olika möjligheter att påverka organisationsdiskursen. Exempelvis försöker ledningen för Disney Studios att producera och reproducera sin egen historiska berättelse, men den konkurrerar samtidigt med andra alternativa berättelser som florerar i organisationen (Putnam m.fl., 1996). Ett annat exempel på forskning inom den kulturorienterade traditionen är Rosen (1988) som har studerat en julfest på en reklambyrå. Rosen gör en s.k. tät beskrivning av denna ceremoni och visar hur olika symboler och symbolhandlingar förstärker och reproducerar en viss social struktur och kultur.

Den kritiska traditionen

Även om det fanns embryo till kritisk forskning inom organisationskommunikation redan i början av 1980-talet, brukar uppkomsten av den kritiska traditionen dateras till mitten av 1980-talet. Liksom inom den kulturorienterade traditionen, kan vi här se paralleller till utvecklingen inom övriga samhällsvetenskapliga ämnen. Denna gång handlar

det om den s.k. kritiska vändningen (eng. *critical turn*) (för en utomordentlig översikt av forskningen om den kritiska och postmodernistiska teorin och organisationsteorin – se Alvesson & Deetz, 1996).

Denna tradition är en utveckling av de socialkonstruktionistiska tankegångarna inom den kulturorienterade traditionen. Skillnaden ligger bland annat i att den kritiska traditionen i större utsträckning betonar makt och kontroll (Putnam, m.fl., 1996). En huvudtes är att olika organisationsmedlemmar har olika möjligheter att kontrollera konstruktionen av gemensamma betydelser på grund av t.ex. position och roll i organisationen, kön, utbildning, socialt nätverk och retorisk förmåga (Deetz & Kersten, 1983; Putnam m.fl., 1996). Chefer har till exempel större makt att definiera verkligheten än övriga medarbetare. Kommunikationsprocessen kan därför enligt denna tradition inte uppfattas som neutral. Kommunikationen och språkanvändningen antas producera och reproducera vissa sociala och politiska strukturer i organisationerna. Forskare inom den kritiska traditionen intresserar sig inte enbart för *hur* social verklighet konstrueras, utan snarare för *varför* en viss verklighetsbild främjas framför andra.

Majoriteten av forskarna inom den kritiska traditionen använder kvalitativa metoder. Till skillnad från forskare inom den kulturorienterade traditionen, använder forskarna inom denna tradition i större utsträckning konversations- och diskursanalyser.

Målet för den kritiska traditionen är bland annat att *avtäcka* det som vanligtvis tas-för-givet och därmed inte ifrågasätts, t.ex. olika maktrelationer som påverkar vem som säger vad, när och vem som har rätt att definiera olika situationer. Ett ideal för den kritiska traditionen är i Habermasiansk anda *emancipation*, dvs. att frigöra organisationsmedlemmarna från förtryck. Detta ska uppnås genom att forskarna upplyser och undervisar medlemmar om förhållandena i organisationerna. Det är tänkt att de ska reagera när de blir upplysta om förhållandena, och själva agera och förändra dessa tillstånd. Ett exempel på forskning inom denna tradition är Deetz' (1992) bok *Democracy in an Age of Corporate Colonization*. Enligt Deetz har de moderna företagen koloniserat en allt större del av samhället och även människors identitet. Företagen har således blivit de primära institutionerna i samhället och tagit över aktiviteter, som traditionellt hantegrats på annat sätt. Ett annat forskningsexempel är Mumby (1988), som intresserar sig för hur dominerande grupper inom en organisation använder kommunikation för att kontrollera övriga medlemmar i

organisationen. Detta kan ske genom att vissa grupper röster inte tillåts.

Den fortsatta utvecklingen av traditionerna

Alla de tre ovan beskrivna traditionerna går att återfinna inom dagens forskning i organisationskommunikation, men de har haft olika "storhetsperioder". Intressant är att den skisserade utvecklingen på ingalunda vis är unik för forskningsområdet organisationskommunikation. Vi finner motsvarande utveckling inom samtliga discipliner inom samhällsvetenskapen.

Under 2000-talets första decennium kan vi förvänta oss ännu mer forskning ur socialkonstruktivistiska och kritiska perspektiv. Vi kommer förmodligen också att få se fler studier ur ett feministiskt perspektiv (för en genomgång av forskning med ett feministiskt perspektiv på organisationskommunikation – se Ashcraft, 2000).

På frammarsch även i Sverige?

Hur ser då framtiden ut för organisationskommunikation i Sverige? Glädjande nog kan vi konstatera att det finns vissa tecken på ett ökat intresse för organisationskommunikation inom svensk MKV-forskning. Ett exempel är att det för närvarande finns minst sex doktorander i medie- och kommunikationsvetenskap i Sverige som skriver avhandlingar som faller inom området organisationskommunikation. Artikelförfattarna är samtliga doktorander vid Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds universitet. Eftersom vårt kunskapsintresse är organisationskommunikation och vi gärna vill upprätta en

forskningstradition samt öka intresset för organisationskommunikation i allmänhet, har vi initierat *Nätverket för studier i organisationskommunikation* (NOK) (se <<http://www.mkv.lu.se/nok>>).

Vi kan också konstatera att organisationsforskare inom andra ämnen – inte minst företags ekonomi – alltmer har kommit att uppmärksamma kommunikationens centrala roll i organisationer. Czarniawska (1994:17), professor vid Handelshögskolan i Göteborg, hävdar t.ex. följande:

Communication has conventionally been treated as one aspect of organizing, no doubt important, but not central. There is a growing awareness that communication may well be the central aspect of all organizing.

Att forskare från andra ämnen intresserar sig för kommunikation är säkerligen berikande för utvecklingen av fältet organisationskommunikation, men kommunikationsforskare borde rimligtvis utgöra själva kärntruppen inom fältet eftersom det är vi som besitter de teoretiska kunskaperna om kommunikation. Kommunikationsforskare kan knappast skaffa sig patent på kommunikation som studieobjekt, men däremot kan vi sträva efter att utveckla egna teorier och analysmodeller för att bidra till fältets utveckling (jfr Deetz & Putnam, 2001). Vi lever i en tid då företag och organisationer i sina många skepnader spelar en allt större roll. Det har t.ex. hävdats att vi idag lever i ett organisations-samhälle (Morgan, 1997) och att företagen blir allt en mäktigare institution, som utövar ett allt större inflytande över andra institutioner såsom stat, utbildningsväsen och familj (Deetz, 1992). Det ter sig då olyckligt och kanske rent av lite genant om MKV skulle stå utanför studiet av organisationer.

Referenser

- Alvesson, M. & Deetz, S. A. (1996) Critical Theory and Postmodernism Approaches to Organizational Studies. I S. Clegg, C. Hardy & W. R. Nord (red.), *Handbook of Organization Studies*. London: Sage.
- Ashcraft, K. L. (2000) Empowering 'Professional' Relationships: Organizational Communication Meets Feminist Practice. *Management Communication Quarterly*, 13(3): 347–392.
- Axley, S. R. (1984) Managerial and Organizational Communication in Terms of the Conduit Metaphor. *Academy of Management Review*, 9(3): 428–437.
- Bantz, C. R. (1989) Organizing and the Social Psychology of Organizing. *Communication Studies*, 40(4): 231–240.
- Boye, D. M. (1995) Stories of the Storytelling Organization: A Postmodern Analysis of Disney as "Tamara-land". *Academy of Management Journal*, 38(4): 997–1035.
- Burrell, G. & Morgan, G. (1979) *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. Aldershot: Ashgate.
- Byers, P. Y. (1997) *Organizational Communication. Theory and Behavior*. London: Allyn & Bacon.
- Carey, J. W. (1988) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. New York, NY: Routledge.
- Clair, R. P. (1999) Standing Still in an Ancient Field: A Contemporary Look at the Organizational Communi-

- cation Discipline. *Management Communication Quarterly*, 13(2):283–293.
- Conrad, C. & Poole, M. S. (1998) *Strategic Organizational Communication: Into the Twenty-First Century* (4:e uppl.). Fort Worth, TX: Harcourt Brace College Publishers.
- Czarniawska, B. (1994) *The Process of Organizing* (Working Paper Series, Institute of Economic Research). Lund: Lunds universitet.
- Deetz, S. A. (1992) *Democracy in an Age of Corporate Colonization: Development in Communication and the Politics of Everyday Life*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Deetz, S. A. & Kersten, A. (1983) Critical Models of Interpretive Research. I L. L. Putnam & M. E. Pacanowsky (red.), *Communication and Organization: An Interpretive Approach*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Deetz, S. A. & Putnam, L. L. (2001) Thinking About the Future of Communication Studies. I W. Gudykunst (red.), *Communication Yearbook 24*. London: Sage.
- Downs, C. W. (1999) Challenges for the Applications of Organizational Communication. I P. Salem (red.), *Organizational Communication and Change*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Eisenberg, E. M. & Riley, P. (1988) Organizational Symbols and Sense-making. I G. M. Goldhaber & G. A. Barnett (red.), *Handbook of Organizational Communication*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Euske, N. A. & Roberts, K. H. (1987) Evolving Perspectives in Organization Theory: Communication Implications. I F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts & L. W. Porter (red.), *Handbook of Organizational Communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Falkheimer, J. (2001) *Medier och kommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Geertz, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*. New York, NY: Basic Books.
- Goldhaber, G. M. (1993) *Organizational Communication* (6:e uppl.). Madison, WI: Brown & Benchmark.
- Goldhaber, G. M. & Barnett, G. A. (1988) *Handbook of Organizational Communication*. Norwood, NJ: Alex Publishing Company.
- Grunig, J. E. (1992a) Communication, Public Relations and Effective Organizations: An Overview of the Book. I J. E. Grunig (red.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. (1992b) Symmetrical Systems of Internal Communication. I J. E. Grunig (red.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. & Grunig, L. A. (1989) Toward a Theory of Public Relations Theory. I J. E. Grunig & L. A. Grunig (red.), *Public Relations Research Annual*, 1, 27–63. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*. Fort Worth, FL: Harcourt Brace Jovanovich.
- Harris, S. (1995) *Public Relations. An Introduction*. London: International Thomson Business Press.
- Jablin, F. M. (1987) Formal Organization Structure. I F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts & L. W. Porter (red.), *Handbook of Organizational Communication*. London: Sage.
- Jablin, F. M., Putnam, L. L., Roberts, K. H. & Porter, L. W. (1987) *Handbook of Organizational Communication*. London: Sage.
- Jablin, F. M. & Putnam, L. L. (2001) *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jarlbro, G. & Palm, L. (1996) *EU-kampanjernas anatomi* (SPF-rapport nr 169-1). Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt försvar.
- Kreps, G. L. (1990) *Organizational Communication* (2:a uppl.). New York, NY: Longman.
- Krone, K. J., Jablin, F. M. & Putnam, L. L. (1987) Communication Theory and Organizational Communication: Multiple Perspective. I F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts & L. W. Porter (red.), *Handbook of Organizational Communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- L'Etang, J. & Pieczka, M. (1996) *Critical Perspectives in Public Relations*. London: International Thomson Business Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Larsson, L. (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (andra uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Linderholm, I. (1997) *Målgruppen och budskapet. En modell för målgruppsanalys och utformning av budskap om trafiksäkerhet till unga manliga trafikanter* (Lund Studies in Media and Communication 3). Lund: Lund University Press.
- Manning, P. K. (1992) *Organizational Communication*. New York, NY: Aldine de Gruyter.
- Miller, K. (1999) *Organizational Communication Approaches and Processes* (2:a uppl.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Morgan, G. (1997) *Images of Organization* (2:a uppl.). London: Sage.
- Mumby, D. K. (1988) *Communication and Power in Organizations: Discourse, Ideology and Domination*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Mumby, D. K. & Clair, R. P. (1997) Organizational Discourse. I T. A. van Dijk (red.), *Discourse as Social Interaction*. London: Sage.
- Newsom, D., Turk, J. V. & Kruckeberg, D. (1996) *This is PR. The Realities of PR* (6:e uppl.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Palm, L. (1994) *Övertalningsstrategier. Att välja budskap efter utgångsläge* (Lund Studies in Media and Communication 1). Lund: Lund University Press.
- Porter, L. W. & Roberts, K. H. (1976) Communication in Organizations. I Dunnette, M. D. (red.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. New York, NY: Rand McNally College Publishing Company.

- Putnam, L. L. (1982) Paradigms for Organizational Communication Research: An Overview and Synthesis. *The Western Journal of Speech Communication*. 46: 192–206.
- Putnam, L. L. (1983) The Interpretive Perspective: An Alternative to Functionalism. I L. L. Putnam & M. Pacanowsky (red.), *Communication and Organizations*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Putnam, L. L. & Cheney, G. (1995) Organizational Communication: Historical Development and Future Directions. I S. R. Corman, S. P. Banks, C. R. Bantz & M. E. Mayer (red.), *Foundations of Organizational Communication: A reader*. New York, NY: Longman.
- Putnam, L. L., Phillips, N. & Chapman, P. (1996) Metaphors of Communication and Organization. I S. R. Clegg, C. Hardy & W. R. Nord (red.), *Handbook of Organization Studies*. London: Sage.
- Putnam, L. & Pacanowsky, M. (1983) *Communication and Organizations: An Interpretive Approach*. Newbury Park, CA: Sage.
- Redding, W. C. (1985) Stumbling Toward Identity: The Emergence of Organizational Communication as a Field of Study. I R. D. McPhee & P. K. Tompkins (red.), *Organizational Communication: Traditional Themes and New Directions*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Redding, W.C. (1989) Organizational Communication. I E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, T. L. Worth & L. Gross (red.), *International Encyclopedia of Communications*. New York, NY: Oxford University Press.
- Redding, W. C. & Sanborn, G. A. (1964) *Business and Industrial Communication: A Source Book*. New York, NY: Harper & Row.
- Redding, W. C. & Tompkins, P. K. (1988) Organizational Communication – Past and Present Tenses. I G. M. Goldhaber & G. A. Barnett (red.), *Handbook of Organizational Communication*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.
- Reddy, M. J. (1993) The Conduit Metaphor: A Case of Frame Conflict in our Language about Language. I A. Ortony (red.), *Metaphor and Thought* (2:a uppl.). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Rosen, M. (1988) You Asked for It: Christmas at the Bosses' Expense. *Journal of Management Studies*, 25: 463–480.
- Salem, P. (1999) The Changes and Challenges for Organizational Communication in the Next Century. I P. Salem (red.), *Organizational Communication and Change*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Sandberg, H. (1996) *Från vampyr till ängel. En studie om blodgivarrekrytering* (Forskningsrapporter i medie- och kommunikationsvetenskap, rapport nr 20). Lund: Avdelningen för medie- och kommunikationsvetenskap, Lunds universitet.
- Shockley-Zalabak, P. (1999). *Organizational Communication: Knowledge, Sensitivity, Skills, Values* (4:e uppl.). New York, NY: Addison-Wesley Longman.
- Smircich, L. & Calás, M. B. (1987) Organizational Culture: A Critical Assessment. I F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts & L. W. Porter (red.), *Handbook of Organizational Communication: An interdisciplinary perspective*. Newbury Park, CA: Sage.
- Smircich, L. & Stubbart, C. (1985) Strategic Management in an Enacted World. *Academy of Management Review*, 10 (4): 724–736.
- Strid, J. (1999) *Intern kommunikation inom organisationer, företag och myndigheter*. Lund: Studentlitteratur.
- Taylor, J. R., Flanagan, A. J., Cheney, G. & Seibold, D. R. (2001) Organizational Communication Research: Key Moments, Central Concerns, and Future Challenges. I W. Gudykunst (red.), *Communication Yearbook 24*. London: Sage.
- Tompkins, P. K. (1997) How to Think and Talk about Organizational Communication. I P. Y. Byers (red.), *Organizational Communication: Theory and practice*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Trethewey, A. (2000) Cultured Bodies: Communication as Constitutive of Culture and Embodied Identity [Online]. *Electronic Journal of Communication*, 10(1–2). Tillgänglig: <http://cios.org/getfile/Trethe_V10N1200> [2001-02-01].
- Trethewey, A (1997). Organizational Culture. I Byers, P. Y. (red.), *Organizational Communication: Theory and Behavior*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Weick, K. E. (1969) *The Social Psychology of Organizing*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Weick, K. E. (1983) Organizational Communication. I L. L. Putnam & M. E. Pacanowsky (red.), *Communication and Organizations*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Weick, K. E. (1995) *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Weick, K. E. (2001) *Making Sense of the Organization*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Wert-Gray, S., Center, C., Brashers, D. E. & Meyers, R. A. (1991) Research topics and methodological orientations in organizational communication: A decade in review. *Communication Studies*, 42(2): 141–154.
- Windahl, S. & Signitzer, B. (1992) *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication*. London: Sage.

Relations among Media Economics, Content, and Diversity

ROBERT G. PICARD

The relationships among economics, content, and diversity are being explored in a large-scale Finnish project conducted by researchers at a consortium of universities and research centres. The three-year project is exploring how changes in Finnish media structure during the second half of the twentieth century affected strategic and operational choices of media firms and how the choices altered the content provided.

The project is funded by the Academy of Finland, with additional funding from the Ministry of Transport and Communications, YLE (the national public service broadcasting company) and TEKES (the state technology fund).

In addition to providing the historical view, results will be used to help interpret how future developments will affect the structures and economics of existing media. It will identify new opportunities and problems that technological and market changes will create for media firms and how these are likely to affect the content of media.

The project is built upon several co-ordinated studies that complement each other to provide a broad understanding of the nature and scope of media industries in Finland. The project is headed by the Media Group at Turku School of Economics and Business Administration, and involves researchers in the Department of Journalism and Mass Communication at the University of Tampere, the Culture, Media, and Time Use Unit of Statistics Finland, and the Media Department of the State Technical Research Centre.

The project is unified by a common approach in which the various aspects of the study build upon

and draw from the work of other portions of the project. The common approach stems from the philosophy that the economic structure of media dictates the conduct of media firms and the extent to which they perform the social, cultural and political roles they are expected to play in society (Figure 1).

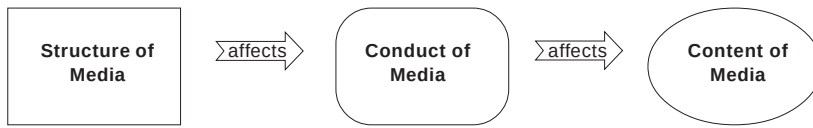
Background and Relevance

Mass media and the related fields of advertising, telecommunications and other aspects of the “information society” are growing in importance, both in terms of their economic and socio-political significance in society. But in addition to overall growth, the media field is undergoing a structural – indeed historic – change at the turn of the century. This is not only due to the so-called new media, based on computer-telecommunications applications (Internet, digital television, etc.), but first and foremost due to shifting economic structures of the media industries, accompanied by shifting socio-cultural roles played by the media in society (Beniger, 1986; Mosco, 1989; Babe, 1995). Aspects of these shifts are the increasingly intertwined media company operations and the increasing trend toward entertainment-styled content referred to as “tabloidisation”, “infotainment”, “edutainment”, etc. (Dholakia et al., 1996).

The most fundamental aspect of this structural change relates to the theory and practice of democracy: What is the role played by the media in democracy and what should the public policy be which shapes media development? These questions are being raised both at the national and international level, including studies and discussions in the European Union and the Council of Europe (Commission of the European Communities, 1992; Council of Europe, 1998). Especially important in

Media Group, Turku School of Economics and Business Administration, PL 110, FIN-20521 Turku, robert.picard@tukkk.fi

Figure 1. *Philosophical Rationale of the Project*



these discussions are the rise of large firms and the role of media concentration (Picard et al., 1988; Tunstall & Palmer, 1991; Sanchez-Tabernero, 1993; Bagdikian, 1997; Barnow, 1997) and globalisation of media firms and content (Garnham, 1990; Smith, 1991; Mattelart, 1996; Herman & Mc Chesney, 1997).

However, media research has not been able to provide much theoretical and empirical input to this crucial policy debate. The primary reasons for the dearth of these studies has been the lack of adequate media and communications data and the lack of funding to conduct the kind of large-scale economic and content research necessary to undertake such extensive research.

Social and political theorists recognise that preconditions for the establishment and preservation of democratic governance include freedom of expression for individuals and groups with divergent views. The basic tenets of democracy hold that through an airing of such views citizens will be able to choose the most meritorious from among the ideas and that society will thus be advanced.

Therefore it is logical to relate the media structures to the content produced by the media and to ask, whether current structures and operations lead to homogenisation and whether consumers really get the kinds of communications they want and need. This has seldom been done on a systematic basis. Media studies have typically been fragmented and looked at one dimension at a time. Even research on media content has been mostly short-term and case-based, although currently there is a growing interest in monitoring media content overall. A good example of this approach is the British project "Information and Democracy – An Audit of Public Information in the Media," directed by Peter Golding and described in Nordenstreng & Griffin, 1999.

In the realm of media theory and policy this concept has been manifest in the idea that media plurality, i.e., multiple media outlets, is a primary goal for providing the opportunity for diverse voices to be heard and for ideas to circulate. The number of

views about a particular event and the amount of information that each medium can carry are already limited by time and space constraints. Although the existence of multiple media outlets makes it theoretically possible for a larger number of views and opinions to be communicated, the mere existence of media plurality does not ensure message pluralism, i.e., diversity of viewpoints. Most studies of media content have shown that different units of a medium and different media tend to provide relatively similar content, programming, and views because of commercial concerns, the adoption of standard industry norms and business practices, and dependence on a small number of similar sources of news and opinion (Nimo & Combs, 1990; Gaunt, 1990; McManus, 1993; Underwood, 1993; Jamison & Campbell, 1998; Picard, 1998).

The answer to such problems then must come in the form of not merely anticartel laws and regulations limiting ownership, but also in policies and regulations that preserve independent voices. In addition, policies should ensure promotion of domestic media and content, encourage the establishment of additional competing media and, more importantly – because of the homogenisation problems – provide for access to non-mainstream voices and alternative means of coverage of social and political issues (Picard, 1985; Rouet, 1991; Gustafsson, 1995).

In Finland and most of the developed world, the first goal of establishing additional competing media has been and continues to be accomplished. Much of the world has had a history of state-related telecommunications and broadcasting supplemented by a commercial and party press. The primary commercial medium in many countries was magazines. In many developed nations, the government monopolies in broadcasting and telecommunications were broken in the 1980s and 1990s, and they are now being supplemented by commercial systems subject to the same pressures as those seen in the United States.

These developments of additional competing media, however, have led to new forms of private

ownership and commercial operation. Because these tend to follow the same practises that have led to limitations on the marketplace of ideas, a great deal of interest is being raised about their effects. This is especially true where the deregulation and increasing commercialisation of media and communications systems has been accompanied by the growth of large firms serving domestic and foreign markets worldwide.

Paradoxically, these changes in media ownership and communications have created both more and less opportunity for political and social discourse and action. On one hand, changes in technology and deregulation have resulted in increasing numbers of broadcast stations, cable and satellite distribution systems, and broadcast and cable/satellite networks throughout the world in the past decade. These media changes, along with telecommunications developments that have made possible wide diffusion of fax, e-mail, and related Internet services, have created more opportunities and means for communications. On the other hand, however, the changes have simultaneously resulted in communications to smaller audiences and fewer individuals than were reached by traditional mass media and have created conditions resulting in larger, more commercialised media firms.

This project is intent on exploring such developments in Finland to determine precisely the nature and operations of Finnish media, how emerging developments can be expected to affect them, and the effects of the contemporary system on the content available within Finnish and other available media. The ultimate issue, of course, is how is the communications offered are affected by these issues.

The subject matter of this proposed project has become increasingly investigated in the last decade. Significant contributions in that literature are included in an appendix to this plan of intent.

Because of the national interests and policies involved, research typically has involved individual North American and a few European nations. The research has sometimes suffered from its sporadic and narrow nature and its lack of cohesive unification. Little pan-European research exists and the situation in Finland has been virtually ignored.

Four Strategic Dimensions of this Study

This project incorporates research under four major project dimensions: 1) media structure and economics, 2) media strategies and operations, 3) media content, and 4) future media developments.

Structure and Economics The first dimension of this project focuses on describing the Finnish media industry and its branches using the industrial organisation model and related techniques. It seeks to define and explain the structure and workings of the media industry and to explore trends and developments in the market. This is being accomplished by examining the market's structure—including the amount and strength of competition, conditions of entry and cost factors, including the amount and strength of competition, capital equipment and facilities costs, labour costs, distribution costs, and policies and regulations (Picard, 1989; Alexander et al., 1993; Turov, 1993; Albarran, 1996).

The research is describing changes in media markets, competition, production, sales and other relevant economic developments. It is exploring the financing of firms and revealing how changes in technology and Finnish and international media and telecommunications policy have altered the structure and economics of media in the recent decades. The research is also documenting levels of economic concentration and ownership concentration by media industries and in the media and communications branch.

The researchers have identified four media eras during the last half of the twentieth century:

- before to 1957: The Era of Print and Universal Public Service Radio
- 1957 to 1970: The Era of Public Service Television and Popular Public Service Radio
- 1970 to 1985: The Era of Commercialisation
- 1985 to present: The Era of Media Businesses

The first era actually began prior to 1950 and is characterised by limited amount of communications through print media and public service radio and a cultural, social and political orientation for those media. The second period is characterised by the introduction of public service broadcasting and new public service channels designed to serve entertainment and popular functions more than the pre-existing channels. The third period delineates a period of development of commercial broadcasting and changes in the outlook of media owners and the structure of media markets that led to a more commercial approach to many print media. The final era of the twentieth century emerged through a significant change in attitude of media companies' managers and investors that led to the blossoming of commercial broadcasting and newspaper and

magazine companies transforming themselves into media businesses.

Media Conduct The second dimension of the study is focusing on operational factors and strategies. It is exploring the manner in which consumers have chosen to spend funds and time in the rapidly changing communications environment and the effects of the choices on individuals. It is also identifying trends and issues and the cultural and national public policy implications of these private choices. This dimension includes research on how changes in media structure and economics have affected the labour market and working structures of communications workers in Finland. It is also identifying persons, groups, or regions underserved by contemporary communications developments, exploring the economic and business reasons for the problems and identifying policy options available to respond to the issues.

Media Content The third dimension of this project is documenting the overall content profiles of Finnish media, identifying and assessing the range and amounts of topics covered and the forms of presentation utilised in the media. This research will reveal the impact of the changing communications environment on media pluralism.

The content study is both quantitative and qualitative and will allow correlation with changes in media structure. This will permit, for example, means of determining how the disappearance of 'second' newspapers affected press pluralism, or how the removal of the de facto monopoly of the public service broadcasting by approving private radio and television channels affected broadcast content.

Media performance (McQuail, 1996) is being monitored following the methodological example of the extensive British project (see Nordenstreng & Griffin, 1999). Media diversity is defined in line with work being done at the Amsterdam School of Communications Research (van Cuilenburg, 1998). As in the British model, all major newspapers and national television and radio channels are included in the study, and selected local papers and radio stations are being covered to trace effects of owner-

ship and concentration. The emphasis is on news content, but unlike the British model, this study will also cover editorial opinions (editorials and columnists) and to a certain extent also feature-type content. Nearly all data collection and coding of content over the second half of the century has been completed and analysis of that data is now underway.

The Future The fourth dimension of this project is the exploration of how future developments can be expected to affect the structures and economics of existing media and the new opportunities and problems they will create for media firms and how they are likely to affect the content of media. It is studying how existing and planned distribution systems for print and electronic media and their convergence will change the media environment, and it is also looking at issues and problems related to those structures and their operations. A portion of this dimension is exploring how digital distribution networks will change radio and television in the future. The effects of new media on pluralism are an important aspect of this future vision, and include contradictory aspects.

Project Publications and Activities

The project has already produced a book *Measuring Media Content Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research* (Picard, ed., 2000), based on its spring 2000 conference of international content researchers.¹ By 2002 the project will publish an economic history of Finnish media from 1950-2000, a study on the future of media, and reports on various content analyses of newspapers, magazine, television, and radio being conducted by researchers.

The project will hold a seminar on policy aspects of content and diversity in Fall 2001 and conclude with an international conference in Fall 2002 to disseminate results of the various subprojects and what has been learned through the combined project.

Individuals wishing to acquire any of these materials or to attend the final conference are invited to contact any of the project participants.

Note

1. ISBN 951-738-827-6. The book can be ordered from Media Group, Business Research and Development Centre, Turku School of Economics and Business Administration, PL 110, FIN-20521 Turku Finland.

References

- Albarran, Alan B. (1996) *Media Economics: Understanding Markets, Industries and Concepts*. Ames: Iowa State University Press.
- Alexander, Alison, James Owers, and Rodney Carveth, (eds.) (1993) *Media Economics Theory and Practice*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Babe, Robert E. (1995) *Communication and the Transformation of Economics*. Boulder, Colo.: Westview Press.
- Bagdikian, Ben (1997) *The Media Monopoly*. 5th ed. Boston: Beacon Press.
- Barnouw, Erik (ed.) (1997) *Conglomerates and the Media*. New York: The New Press.
- Beniger, J.R. (1986) *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bennett, W. Lance (1996) *News: The Politics of Illusion*. 2nd ed. New York: Longman.
- Commission of the European Communities (1992) *Pluralism and Media Concentration in the Internal Market*. COM (92) 480. Brussels, Belgium: Commission of the European Communities.
- Council of Europe (1998) *Media and Democracy*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Dholakia, R.R., N. Mundorf, and N. Dholakia (1996) *New Infotainment Technologies in the Home: Demand-Side Perspectives*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Garnham, Nicholas (1990) *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- Gaunt, Philip (1990) *Choosing the News: The Profit Factor in News Selection*. Westport, Conn.: Greenwood Press.
- Gustafsson, Karl Erik (ed.) (1995) *Media Structure and the State: Concepts, Issues, Measures*. Göteborg, Sweden: Mass Media Research Unit, School of Economics and Commercial Law, Göteborg University.
- Herman, Edward S., and Robert W. McChesney (1997) *Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London: Cassell.
- Jamison, Kathleen Hall, and Kathyn Kohrs Campbell (1988) *The Interplay of Influence*. 2nd ed. Belmont, Calif.: Wadsworth.
- Mattelart, Armand (1996) *La Mondialisation de la Communication*. Paris: Presses Universitaires de France.
- McManus, John (1993) *Market Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- McQuail, Denis (1996) *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- Mosco, Vincent (1989) *The Pay-Per-View Society: Computers and Communication in the Information Age*. Norwood, N.J.: Ablex Publishing.
- Nimmo, Dan, and James E. Combs (1990) *Mediated Political Realities*. 2nd ed. New York: Longman.
- Nordenstreng, Kaarle, and Michael Griffin (eds.) (1999) *International Media Monitoring*. Cresskill, N.J.: Hampton Press.
- Picard, Robert G. (ed.) (2000) *Measuring Media Content, Quality, and Diversity: Approaches and Issues in Content Research*. Turku, Finland: Turku School of Economics and Business Administration.
- Picard, Robert G. (1989) *Media Economics: Concepts and Issues*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Picard, Robert G. (1998) Media Concentration, Economics, and Regulation, pp. 193-217 in Doris Graber, Denis McQuail, and Pippa Norris (eds.) *The Politics of News, The News of Politics*. Washington, D.C.: Congressional Quarterly Press.
- Picard, Robert G. (1985) *The Press and the Decline of Democracy: The Democratic Socialist Response in Public Policy*. Westport, Conn.: Greenwood Press.
- Picard, Robert G., James P. Winter, Maxwell M. McCombs, and Stephen Lacy (eds.) (1988) *Press Concentration and Monopoly: New Perspectives on Newspaper Ownership and Operation*. Norwood, N.J.: Ablex Publishing.
- Rouet, F. (1991) *Le Soutien public aux industries culturelles*. Paris: La Documentation Française.
- Smith, Anthony (1991) *The Age of Behemoths: The Globalization of Mass Media Firms*. New York: Priority Press.
- Sanchez-Tabernero, Alfonso (1993) *Media Concentration in Europe: Commercial Enterprise and the Public*. London: John Libbey & Co.
- Turow, J. (1992) *Media Systems in Society: Understanding Industries, Strategies, and Power*. New York: Longman.
- Tunstall, Jeremy, and Michael Palmer (1991) *Media Moguls*. London: Routledge.
- Underwood, Doug (1993) *When MBAs Rule the Newsroom*. New York: Columbia University Press.
- van Cuilenburg, Jan (1998) Between Media Monopoly and Ruinous Media Competition: On Media Access and Diversity in Open Societies. Paper prepared for the International Conference on Media, Communication and the Open Society, Moscow, November 1998.

Moraliska utspel i medier

En presentation av ett forskningsprojekt

MATS NYLUND

Nyhetsjournalistiken är helt beroende av sina källor och deras utsagor. Men hur används dessa utsagor av journalisterna? Hur förvandlas ett "svar" i en intervju till ett "ställningstagande" i en nyhet? Och hur blir utsagorna inramade? Ett budskap flyttas från en kontext till en annan. Är det fortfarande samma budskap?

Det forskningsprojekt som beskrivs här är en diskursanalytisk studie av nyhetsjournalistiken som en verksamhet där produktionen, redigeringen och presentationen av moraliska ställningstaganden in-tar en central plats. Nyhetsverksamheten betraktas i projektet som ett slags offentligt samtal i dubbel bemärkelse. För det första är nyheter något som ofta "talas fram" i intervjuer mellan journalist och källa. För det andra utgör själva nyhetsrapporteringen en sorts dialogisk berättelse där nyhetskällornas utsagor ramas in, vinklas och vävs samman med andra utsagor och journalistiska beskrivningar. Nyheterna handlar ofta om verbala händelser (uttalanden, rapporter, prognoser etc.), men också när nyheterna berättar om konkreta händelser görs detta med hjälp av språkliga medel. Exempelvis tv-nyheter visar sällan vad som hänt, utan i stället personer som berättar vad som hänt, spekulerar kring vad som kunde ha hänt eller förutspår vad som möjligtvis kommer att hända i framtiden.

Även om nyhetsjournalistikens samhälleliga legitimitet bygger på dess sannings- och relevansanspråk, och också om nyheterna till vissa delar gör anspråk på att begränsa sig till att förmedla neutrala fakta, är det givet att nyhetsrapporterna i stor utsträckning även handlar om moraliska omdömen: att kommentera och värdera händelser, att lägga fram argument och motargument för kommande åt-

gärder, att tolka och förklara händelseförlopp, att tillskriva (och undvika) ansvar och skuld. Den typiska arbetsfördelningen i nyhetstexter är sådan att det är intervjuade och andra källor som står för de explicita värderingarna. Också journalisternas "neutralistiska" beskrivningar kan emellertid studeras som en sorts (implicita) moraliska ställningstaganden. Det som i nyheterna presenteras som "neutrala fakta" behöver självfallet inte vara det – eller tolkas så av publiken. De sätt på vilka nyhetsjournalistiken presenterar händelser och aktörer förefaller rentav ofta inbjuda till moraliska värderingar hos publiken. Delvis av ovanstående orsaker kan nyhetsjournalistiken betraktas som en central moraliska institution i det moderna samhället (se Lull & Hinerman 1998). Medierna och nyhetsjournalistiken utgör viktiga inslag i en *moralisk verklighet* där människor inte bara upplever sig själva och sin omvärld i termer av vad som är, utan också vad som *borde vara* (eller inte borde vara). Denna verklighet är i hög grad en diskursiv skapelse och upprätthålls genom moralisk-diskursiva aktiviteter – värderingar, slutsatser, jämförelser osv. Bergmann (1998) menar att den moraliska verksamheten i det nutida samhället vanligtvis är förmildrad, dold och neutraliserad. Nyhetsrapporteringen förefaller inte göra något undantag till detta. Å andra sidan förefaller själva förutsättningen för att en händelse skall bli en nyhet (dvs uppmärksammas av nyhetsmedierna och presenteras som en sådan) vara att händelsen innefattar en mer eller mindre framträdande moralisk dimension. Nyhetsmedierna är inte så intresserade av moralens motpol, det "normala" eller "naturliga" tillståndet (vilket, liksom det moraliska, skall betraktas som sociala och diskursiva konstruktioner). Man kunde förslagsvis hävda: ju större nyhet, desto vassare moralisk udd. Exempelvis "medieaffärer" tycks alltid innefatta en stark moralisk dimension,

spänningar mellan det privata och publika, avslöjanden, medgivanden och en lång grad insinuationer och beskyllningar av olika slag och åt olika håll. Men också när nyheter presenterar "normala" händelser bygger detta på moraliska gränsdragningar och värderingar. Därmed bidrar också sådana rapporter till att definiera vad som är rätt och fel, gott och ont, bra och dåligt.

Redigering och rekontextualisering

Nyhetsberättelser, de utsagor och utspel som ingår i dem, är något som ofta skapas genom samverkan mellan journalister och deras källor, trots att nyheter ofta framställer händelser som om de skulle äga rum oberoende den journalistiska insatsen. Intervjun har kallats den centrala handlingen för den moderna journalistiken (Schudson 1994) och utgör ett av de vanligaste sätten att producera nyheter. Samtal utgör numera en betydande del av den journalistiska utbudet i etermedierna. Trots detta utspelar sig de flesta samtal mellan nyhetsjournalister och deras källor utom räckhåll för publiken. Nyhetsinslag i tv som publiken tar del av rymmer möjligtvis bara en eller två uttalanden av en intervjuad. Å andra sidan kan en tidning använda en utsaga upprepade gånger i samma tidningsartikel (i rubriken, ingressen, brödtexten, bildtexten), exponera och förstärka budskapet och därtill spekulera kring dess "egentliga" betydelse. Att *rekontextualisera* ett budskap, att lyfta utsagor och texter från en kontext till en annan och att använda dem för ett annat ändamål än det ursprungliga, handlar därmed inte om någon neutral "överföring" eller "förmedling". Att placera ett budskap in i ett nytt sammanhang innebär alltid även att budskapet tillförs nya aspekter, en ny vinkling. Enligt Linell (1998:21) ligger det "en inneboende diskriminering mellan olika innehåll i varje slags fortsättning av kommunikationen". Att höra ett yttrande som en respons på en fråga ställd av en journalist, jämfört med att höra det som en replik i ett nyhetsinslag, kan vara av stor betydelse för hur utsagan tolkas. En viktig fråga blir enligt Linell (a.a.) att reda ut när denna diskriminering utvecklas till missbruk (och till missbruk ur vems synpunkt och på vems villkor?). I nyhetssammanhang har dylika frågor blivit speciellt aktuella i takt med att nyhetsrapporteringen utvecklats mot en mera *aktivt redigerande* journalistik (Ekecrantz & Olsson 1994), vilket kan innebära mängder av journalistiska omformuleringar och omtolkningar av den ursprungliga utsagan.

Syfte och material

Trots ett ökat intresse för intertextualitet och "sound-bites" menar Clayman (1995) att man fortfarande vet relativt lite om varför journalisterna lyfter fram vissa citat och ignorerar andra.

Han föreslår själv att journalisterna vägleds av den *narrativa relevansen* hos en utsaga (hur utsagan passar in i den journalistiska berättelsen), utsagans *igenkännlighet* (hur utsagan avviker från det övriga sammanhanget) och *extraherbarhet* (hur utsagan kan avskiljas från det ursprungliga sammanhaget så att det fortfarande framstår som begripligt för en publik). För att undersöka dessa frågor studeras två typer av journalistiska sammanhang. För det första granskas nyhetsinslag i tv tillsammans med sådana *oredigerade intervjuer* som inslagen bygger på. De frågor som ställs är följande: Hurdana utsagor kommer med i det slutliga inslaget och hurdana utsagor ignoreras? Hur blir de utvalda utsagorna inramade i den nya kontexten (nyhetsinslaget)? Vilken typ av frågor föregås dessa uttalanden av i den ursprungliga kontexten (intervjun)? På vilket sätt kan frågorna möjligtvis bidra till formuleringen av utsagorna? För det andra studeras hur utsagor rekontextualiseras genom direkt och indirekt anföring ("citat" och "referat") i dagstidningarnas nyhetstexter. Vilken typ av utsagor prioriteras? Hur *karaktiseras* utsagorna i texten (är det t.ex. fråga om "larmsignal", "hård kritik", "utspelet" eller bara någonting som en källa "säger")? Vilken är den textinterna relationen mellan utsagorna? Är texten eller texterna konstruerade som dialoger eller konflikter mellan olika aktörer? Vem "kommer med utspel" och vem får "kommentera" dessa? Analysen av dagstidningar fokuserar i synnerhet tidningarnas första sidor, en miljö där man kan vänta sig att hitta de mest kraftfulla – och mest synliga – ställningstaganden rekonstruerade som rubriker, citat och indirekta anföranden. Tidningens första sida utgör inom det redaktionella systemet en högt prioriterad produkt som kan antas att bli utsatt för en mer omsorgsfull och omfattande redigering än de övriga sidorna. Mitt antagande är att urvalet och användningen av direkta anföranden styrs delvis av de moraliska egenskaperna hos utsagorna.

Materialet för analysen av TV-nyheterna utgörs av nyhetssändningar och sådana oklippta intervjuer som använts för dessa. Huvudsändningarna för de svenska TV-nyheterna i Finland (TV-Nytt) bandades in under en veckas tid (v. 36 2000). Med hjälp av nyhetsredaktionen har jag fått tillgång till den

största delen av de oklippta intervjuer som användes för inrikesinslagen under denna vecka. Både sändningar och intervjuer har transkriberats enligt samtalsanalytiska konventioner (se t.ex. Nylund 2000). Dagstidningsmaterialet har samlats in av det internationella projektet *Media Societies around the Baltic Sea* som leds av Jan Ekecrantz. Det består av morgon- och kvällstidningar från ett tiotal europeiska länder som samlats in under en vecka (v. 46) 1999.

Ett exempel: beskyllningar

Man kan närma sig den moraliska diskursen i nyhetsmedierna på två sätt. Man kan välja en ämnesinriktad ansats och koncentrera sig på vissa moraliskt sett känsliga frågeställningar. Det kan leda in undersökningen på sensationer och skandaler, vilka ofta har att göra med beteende som avviker från moraliska normer beträffande sexuella relationer, finansiella transaktioner och politisk makt (se Thompson 1997). Sensationer och skandaler är något som kan kopplas ihop med en popularisering, tabloidisering och intimisering av nyhetsmedierna. Det är dock skäl att understryka att även mindre sensationella ämnen kan ha framträdande moraliska dimensioner. Därför kan det vara fruktbart att granska den moraliska diskursen utifrån vissa typer av *diskursiva handlingar* som kan spåras i nyhetsutbudet delvis oberoende av ämne. Moraliska ställningstaganden kan i enlighet med detta definieras som utsagor som fastställer eller antyder olika föreställningar om rätt och fel *relaterade till mänskligt handlande och ansvar*. En beskyllning kan anföras som ett exempel på hur ett moraliskt utspel fungerar.

Med ledning av Pomerantz (1978) kan en beskyllning beskrivas som en handling med vilken beskrivningen "händelse A inträffade" omvandlas till "det önskade resultatet A som orsakats av aktören B". En beskyllning markerar alltså en händelse som en, helt eller delvis *fullbordad verksamhet* ("resultat"), fastställer eller indikerar ett *ansvarsförhållande* ("orsakat av B") i relation händelsen och den moraliska arten av en samma händelse ("önskat"). Beskyllningar förefaller vara ett synnerligen typiskt drag för nyheter, även om detta utgör ett föga undersökt tema (se dock MacMillan & Edwards 1998). Att etablera ansvarsförhållanden i samband med orsaksförklaringar till händelseförlopp är likaså utan tvekan en central del av nyhetsrapporteringen (t.ex. Frid 1998). Att nyheter prioriterar det negativa är därtill känt sedan länge. Användningen av beskyllningar kan exemplifieras

med rubrik och ingress på huvudartikeln på en första sida i *Berlingske Tidende* (15.11.1999).

Rubrik: En af ti unge med anoreksi dør

Ingress: Anoreksi: Hver tiende anoreksipatient dør heraf halvdelen ved selvmord. Overlæge giver sunhedskampagner en del af skylden.

Denna medicinala nyhet (en forskningsrapport) handlar om sjukdom och död, något som redan i sig har en stark moralisk dimension. Det negativa och moraliska i detta blir emellertid expliciterat först i den beskyllning som överläkaren ("overlæge") kommer med i ingressens sista stycke. Det finns någon som bär skulden till detta, inte någon som ska berömmas. Här presenteras alltså "en händelse", ett ansvarsförhållande och den moraliska arten av händelsen. Texten tillskriver ansvar på två nivåer: Ansvaret för beskyllningen tillskrivs överläkaren genom indirekt anföring. Det negativa ansvaret (skulden) för den händelse som beskrivs (dödsfallen och självmord) tillskrivs "sunhedskampagner". Genom dylika ansvarsöverföringar kan tidningen både slå upp en kontroversiell händelse och bevara en formellt objektiv position (Nylund 2000). I artikeln citeras tre källor: Den första (överläkaren som utfört undersökningen) *bekräftat* det nyhetsvärda i händelsen ("anoreksi är helt klart en allvarligare sjukdom än vi hittills har trott") och "upprepar" ingressens beskyllning ("många av kampanjerna har direkt sänt de unga in på vår avdelning"). Den andra källan bekräftar den första källans utsaga, medan den tredje källan "avvisar anklagelsen".

En vanlig kritik mot nyheterna är att de reducerar, förenklar och personifierar komplicerade sakförhållanden. Det som kan betonas här är att det i samband med detta sker ett tydligt skifte av fokus i artikeln. Efter inledningen fjärrar sig texten från det ursprungliga ämnet och utvecklas till en diskussion om ställningstaganden "för" och "emot" och om vem som bär skulden. Texten kommer alltså mindre att handla om den "extra-diskursiva händelse" som anges i rubriken och mera om en debatt som tidningen själv är med om att iscensätta. Beskyllningen används som ett sorts initiativ i en konstruerad dialog där de övriga källorna får kommentera och ta ställning till det första påståendet.

Moral och medlemskategorier

Det kan också vara intressant att se på de moraliska värderingar och moraliska system som ligger bakom de "neutrala" journalistiska utsagorna. I ex-

emplet ovan talas det i rubriken om ”unga med anoreksi”, i ingressen talas det om ”anoreksipatienter” och senare i texten om ”intagna på sjukhus”. Dessa skillnader är givetvis inte utan betydelse och kan åskådliggöra strategiska, textinterna betydelseglidningar och därtill hur moraliska värderingar alltid hör ihop med de *medlemskategorier* som skapas i anslutning till beskrivningar av mänskliga handlingar. Med ledning av Sacks (1992) och Jayyusi (1984) kan man säga att vår kunskap och våra moraliska bedömningar av människor är beroende av de medlemskategorier som vi konstruerar och placerar dem i. ”Ung”, ”patient” och ”intagen på sjukhus” är medlemskategorier som skapar olika typer av förväntningar som påverkar våra värderingar av handlingar och händelser. Det givetvis är ingen slump att beskrivningarna är olika i rubrik, ingress och brödtext. De utgör exempel på hur nyhetstexter på ett sofistikerat sätt utnyttjar dylika distinktioner för att bringa fram nyhetsvärde. ”Unga med anoreksi” är en större (och vagare) grupp än ”anoreksipatienter”, som i sin tur är en större grupp än ”intagna på sjukhus”. Att säga att var tionde ung med anoreksi dör är därmed ett betydligt kraftigare utspel än användningen av de två övriga kategorierna som är mildare, mer precisa och ligger antagligen närmare den terminologi som använts i undersökningen. Att hävda att var tionde ”ung med anoreksi” dör är givetvis något helt annat än att säga detsamma om ”var tionde patient som blivit intagen för vård på sjukhus”. Att en ”patient” eller en ”person som är intagen på sjukhus” dör, är utan tvekan beklagligt, men på ett allmänt plan är verksamheten ”att dö” något som vi förväntar oss att i vissa fall hör ihop med dessa kategorier. ”Unga” förväntas däremot ”fortsätta livet”. Att en ung person dör, även om denna lider av anoreksi, är avgjort mer kontroversiellt än om en sjukhuspatient dör. Rubrikens utsaga och det sätt på vilket den är konstruerad inbjuder sålunda läsaren till en moralisk värdering: ”det som händer är fel”. Att beskriva människor innebär att man tillämpar olika

medlemskategorier. Dessa kategorier är inte beskrivningar av ”objektiva” identiteter i någon enkel mening och i nyhetstexter är de ofta uttryckligen, men inte enbart, konstruerade och ihopkopplade med andra kategorier och verksamheter på ett sätt som inbjuder till moraliska reaktioner.

Diskussion

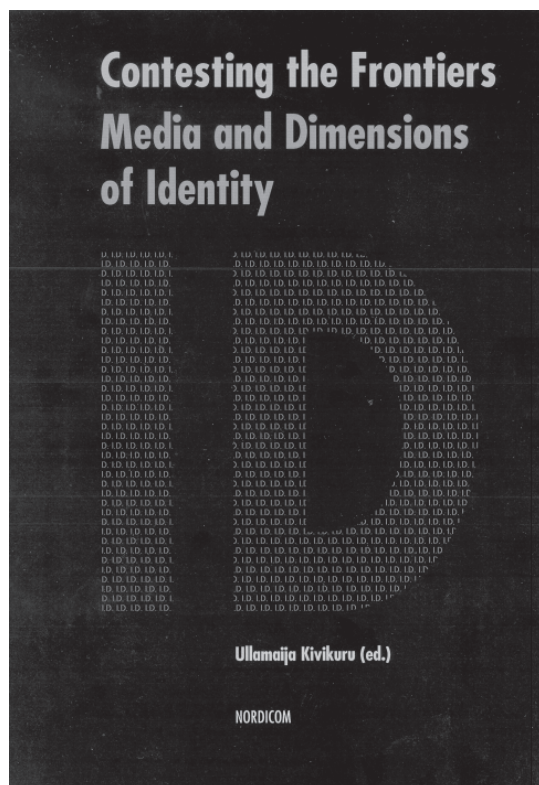
Det offentliga samtalet, den åsiktscirkulering som äger i massmedierna, består till en stor del av offentliga aktörers reaktioner eller responser på andra aktörers utspel som lockas fram med hjälp av intervjuer och kanske i synnerhet av *kommentaruppmanningar* (Nylund 2000). Sådana ”samtal” kan givetvis följas upp också under längre perioder, som en sorts kedjor av kommunikativa händelser. Ovan diskuterades hur tyngdpunkten i en enskild nyhetstext kan förskjutas från presentation av en nyhet till en rad moraliska ställningstaganden. Detta är ett mönster som förekommer även i större textsammanhang. Man kan t.ex. märka att debatter om vissa sakfrågor delvis glider över till en sorts meta-kommunikativa diskussioner där nya utsagor inte minst har att göra med moralen och motiven bakom tidigare utsagor (se Kroon 1998). Vissa utsagor kan ”förstoras upp” och få en oanad tyngd och livslängd i nyhetsutbudet, oavsett om orsaken till att utsagans exponering är dess retoriska egenskaper eller om de bara uppfattas som ett monumentalt klavertramp av dess uttalare (se Clayman 1995). En fråga som kan ställas är vem som bestämmer villkoren för dylika offentliga samtal. En del hävdar att det är en liten grupp inflytelserika källor som dikterar nyhetsinnehållet. Andra framhåller att det är journalisterna som bestämmer ramarna och som i sista hand beslutar vad som publiceras. Den diskursanalytiska eller dialogteoretiska ansats som används i detta projekt betonar att nyheterna är kollektiva processer som produceras i samverkan mellan journalister och källor.

Referenser

- Bergmann, J. (1998) Introduction: Morality in Discourse. *Research on Language and Social Interaction* 31, 279-294.
- Clayman, S. (1995) Defining Moments, Presidential Debates and the Dynamics of Quotability. *Journal of Communication* 45, 118-146.
- Frid, L. (1998) Den första dagen och den första veckan. TV:s orsaksförklaringar till M/S Estonias förlisning. I: Forstorp och Linell (red.) *Samtal pågå. Dialogiska perspektiv på svenska mediedebatter*. Stockholm: Carlssons.
- Jayyusi, L. (1984) *Categorization and the Moral Order*. Boston: Routledge & Kegan Paul.

- Kroon, Å. (1998) At lyfta locket på Pandoras ask: Om Expressens svårigheter att styra det offentliga samtalet. I: Forstorp och Linell (red.) *Samtal pågår. Dialogiska perspektiv på svenska mediedebatter*. Stockholm: Carlssons.
- Lull, J. och Hinerman, S. (1997) The Search for Scandal. I: Lull och Hinerman (red.) *Media Scandals. Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace*. Cambridge: Polity Press.
- Linell, P. (1998) Interaktionen i samtal – en teoretisk bakgrund. I: Forstorp och Linell (red.) *Samtal pågår. Dialogiska perspektiv på svenska mediedebatter*. Stockholm: Carlssons.
- MacMillan, K. och Edwards, D. (1998) *Who Killed the Princess? Description and Blame in the British Press*. Working paper 4. Loughborough University.
- Nylund, M. (2000) *Inscensatt interaktion: Strukturer och strategier i politiska mediesamtal*. Helsingfors: Svenska litteratursällskapet i Finland.
- Pomerantz, A. (1978) Attributions of Responsibility: Blaimings. *Sociology* 12, 115-121.
- Sacks, H. (1992) *Lectures on Conversation*, vol. 1. Oxford: Blackwell.
- Schudson, M. (1994) Question Authority: A History of the News Interview in American Journalism, 1860s-1930s. *Media, Culture & Society* 16:565-587.
- Thompson, J. (1997) Scandal and Social Theory. I: Lull och Hinerman (red.) *Media Scandals. Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace*. Cambridge: Polity Press

Ny bok från NORDICOM



Contents	
Preface	7
<i>Ullamaija Kivikuru</i>	
Introduction. The Puzzling Concept of Identity	9
<i>Jan Ekecrantz</i>	
Public Spaces, Historical Times and Media Modernities. Media and Historical Spaces	15
<i>Rousiley Celi Moreira Maia</i>	
Identity and the Politics of Recognition in the Information Age	35
<i>André Jansson</i>	
Contested Meanings. Audience Studies and the Concept of Cultural Identity	57
<i>Christian Christensen</i>	
Minorities, Multiculturalism and Theories of Public Service	81
<i>Thomas Tufte</i>	
Gauchos Going Global. A Critical Assessment of Cultural Globalization	103
<i>Ullamaija Kivikuru</i>	
Communication Competence in Sub-Saharan Africa. A Link to Democracy or Identity-Building?	131
<i>Inka Moring</i>	
Space and Politics of Identity. Imaginary Landscapes and Ideological Reproduction of 'We'	165
<i>Maarja Löbms</i>	
Staging Journalism: Professional Identity and Roles of Journalists in Social Changes	187
<i>Sanna Ojajärvi</i>	
From Talking Heads to Walking Bodies. Challenging the Masculinity of the News	209
<i>Sanna Valtonen</i>	
Tracing the National 'Us' from TV Talk	225
About the Authors	243

Pris: SEK 250, £ 14, \$ 24 (+moms & porto)

..... Ex av *Contesting the Frontiers. Media and Dimensions of Identity*

Namn:

Adress:

VAT Nr.:

Talongen skickas till:

NORDICOM, Göteborgs universitet, Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige
fax: + 46 31 773 46 55, e-post: eva.gidsater@nordicom.gu.se

Recensioner

**Mats Ekström & Larsåke Larsson (red.):
Metoder i kommunikationsvetenskap
Studentlitteratur, Lund, 2000, 318 s.**

Boken *Metoder i kommunikationsvetenskap* utgör något så ovanligt som en sammanhållen och ämnesspecifik metodbok för medie- och kommunikationsvetenskapen. Liksom andra internationella föregångare tar boken upp ett flertal metoder som används för att studera medierad och mellanmänsklig kommunikation, fast här på svenska och med tillämnningar och erfarenheter som inte finns beskrivna i den internationella litteraturen. Men boken är kanske framförallt ovanlig så till vida att den är ett försök till en allmän orientering i inte mindre än tolv forskningsmetoder genom att utgå från den forskningspraktik och undervisning som bedrivs inom det svenska ämnesområdet. I det följande ska jag kort referera boken och kommentera innehållet med betoning på den pedagogiska ansatsen. Men först ska jag tolka boken som ett (sam-) tidsdokument.

Ett tidsdokument

Boken skulle kunna beskrivas som ett svar på den situation som råder inom ett relativt nytt ämnesområde där det kan vara svårt att få grepp om alla inriktningar. Ur orienteringssynpunkt är det onekligen en tacksam första upplaga som föreligger här. Boken kan också tolkas som ett uttryck för en mångvetenskaplig verksamhet där man inte i lika hög grad som tidigare tvistar om rangordningen gällande vilken Metod som ska värderas som mest giltig. I *Metoder i medie- och kommunikationsveten-*

skap lever kvantitativa och kvalitativa ansatser i fredlig samexistens. Krutröken från striderna mellan naturvetenskapligt inspirerade inriktningar och de tolkande vetenskaperna, har skingrats. Den multidisciplinära inriktningen är samtidigt något som gjort ämnet vidöppet för bl.a. kritiska synpunkter om överdriven pluralism, en eklekticism där man oscillerar mellan vad som ibland kan upplevas som en härva av nya, halvnnya och nyupptäckta metoder och begrepp. Här skapas onekligen ett behov av en slags utgångspunkt, eller dialektik mellan att skapa nytt och hålla ordning på det befintliga. Vari består förresten det ämnesspecifika i ett tvärvetenskapligt område som har så mångskiftande studieobjekt, och där hyllmetrar av antologier produceras inom olika specialiserade disciplinära eller tematiska områden?

Utgår vi från temat vetenskapliga metoder och då främst sådana som faktiskt tillämpas inom ämnesområdet kan den ämnesspecifika mångfalden speglas genom bokens uppläggning: Den första delen består av sådana datainsamlingsmetoder som förts in i det nya ämnet och som förekommer inom många andra discipliner: etnografisk observation, personliga intervjuer, surveyundersökningar. Den andra delen tar upp metoder som är mer specifika inom medie- och kommunikationsvetenskapen: kvantitativ innehållsanalys, retorikanalys, filmanalys, tre olika former av diskursanalys – dialogisk analys, kritisk diskursanalys, samtalsanalys. Sista kapitlet handlar om sekundäranalys som kan vara

Medförfattare: Bitte Adling-Ode, Peter Berglez, Åsa Jernudd, Åsa Kroon, Britt-Marie Leivik-Knowles, Larsåke Larsson, Brigitte Mral, Ulla Moberg (Medie- och kommunikationsvetenskapen, Örebro Universitet) Bengt Johansson, Åsa Nilsson (Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborg Universitet)

lämplig för förnyade analyser av redan insamlat och analyserat empiriskt material alternativt rådata i olika databaser.

Finns det då någon gemensam plattform för alla dessa inriktningar/kapitel, som ju drar åt olika håll? Författarna ger framförallt ett svar på den frågan: Samtliga inriktningar gör anspråk på att vara vetenskapliga. Istället för att i första hand koncentrera framställningen på skillnaderna (och till och med, ibland, skenbart eller reellt oförenliga inslag) mellan olika vetenskapssyner väljer författarna att peka på några återkommande teman som gäller oberoende av vilken metod som används. Gemensamt för all vetenskaplig verksamhet är anspråket att hålla den procedur som leder fram till slutsatserna öppen för insyn och därmed garantera att dess trovärdighet kan bli föremål för offentlig granskning. Forskningsresultat förväntas kunna underbyggas med sakliga och tillförlitliga argument. Kan då tolkningar och inläggande förståelse vara vetenskapliga? Författarna svarar ja på den frågan med hänvisning till olika tolkningskriterier som växt fram i steg med den vidareutveckling som skett inom kvalitativ analys (inom områden som social konstruktivism, hermeneutisk texttolkning, fenomenologisk beskrivning av medvetande och språkanvändning, etcetera).

Kanske kan boken också tolkas som ett *framåttekande* förslag som rör sig bort från sådana polariseringar som delvis följt av ensidigt förfäktande av olika vetenskapsteoretiska hållningar till förmån för en kompromissinställd hållning som samtidigt håller fast vid vissa grundläggande vetenskapliga normer och ideal? Ett sådant ideal är argumentet att all vetenskap bör ha generaliserande anspråk. Oavsett hur vi tolkar bokens bakomliggande intentioner så bidrar inledningskapitlet till att uttala sådana kriterier som ofta görs relevanta i forskningspraktiken. Vilket vetenskapligt seminarium vi än går på så riskerar vi om inte förr att bli medvetna om dem om vi bryter mot dem. Nu ska detDet ska väl också sägas att boken huvudsakligen speglar den rationella sidan av vetenskapssamhället medan den ger mindre orientering på vetenskapens bakgårdar eller kring de gap som ibland kan uppstå mellan ideal och praktik.

Studiens uppläggning

Flertalet av bokens kapitel har en likartad uppläggning. De innehåller avsnitt som beskriver de respektive forskningsansatsernas utveckling och/eller ursprung i ett större forsknings-sammanhang.

Dessa avsnitt är genomgående, så vitt jag kan bedöma, initierade och väl balanserade. Därefter följer avsnitt som behandlar metodernas tillämpningsområden inom medie- och kommunikationsvetenskapen. Vidare: avsnitt som behandlar för-och nackdelar med metoderna; avsnitt som illustrerar hur metoderna kan användas och har använts inom olika studier.

Några kapitel avviker från denna uppläggning; det relativt korta kapitlet om bildanalys samt kapitlet om filmanalys vilket snarare är en uppsats om filmen *Den engelske patienten* än en översikt över det filmvetenskapliga fältet. Åsa Järnudd undersöker filmen med hjälp av några analytiska verktyg inom narrationsteorin och visar vilka resultat som därigenom kan genereras. Här tar författaren steget från lärobokstexten till den levande forskningsprocessen. Därigenom skapas också en grund för att läsaren själv kan värdera och bedöma metodernas fruktbarhet och begränsningar. När exemplen sätts in i konkreta forskningsarbeten står det också klart att vetenskapliga metoder bara utgör en del i en större helhet med problemformulering, kommunikation med andra forskare, etc. Boken rymmer ett flertal inblickar i pågående avhandlingsarbeten kring olika forskningsfrågor.

Åsa Kroon (kapitel 7. Dialogisk analys) visar hur man konkret kan gå tillväga när man analyserar en mediedebatt utifrån dialogteoretiska begrepp. Det konkreta exemplet beskrivs inom ramen för ett forskningsintresse för de kommunikationsprocesser genom vilka debatter utvecklas och formas. Det finns några teman som återkommer i flera kapitel, ett sådant tema gäller förhållandet mellan kontextuell analys och abstraktion; mellan det successiva samspelet mellan teoretiskt vägleda konkreta fallstudier och empiriskt grundad teoriutveckling. Det tycks vara viktigt för flera av författarna att visa att studier av enskilda fall kan bidra till mer generell teoribildning.

Några exempel: Det kan ibland vara mer spännande att möta en social praktik i en etnografisk studie än att möta densamma genom praktikernas utsagor. Mats Ekström ger i en inledande vinjett till det första kapitlet om etnografisk observation exempel på hur han frågat redaktionsmedlemmar på en TV-redaktion vad det är som pågår där. Svaren på frågan ställde praktiken i ett ganska trivalt ljus – ”ja på mötena går vi igenom de olika grejer som vi jobbar på, bestämmer vem som ska göra vad, diskuterar olika uppslag och så” (21). Ekströms poäng med detta exempel är att visa på möjligheten att (ny-)beskriva det som sker som någonting annat;

...”(att) upptäcka att det enskilda redaktionsmötet ingår i en serie av händelser där redaktionens hierarkier, statusskillnader, outtalade normer och regler manifesteras och reproduceras. Vi kan upptäcka vilken betydelse dessa möten har i den process där skeenden i verkligheten görs om till medie-händelser, anpassade till redaktionens produktionsvillkor, journalisters jakt på spektakulära inslag och de konventioner som är knutna till specifika genrer.” (s.21) Mot bakgrund av den kritik som riktats mot etnografiska beskrivningar för att fastna i enskildheter så ger Ekström en enligt min mening övertygande argumentation för vikten av att också gå utöver den deskriptiva nivån för att nå mer generella kunskaper.

En liknande problematik aktualiseras i kapitlen om olika diskursanalytiska metoder och då i synnerhet frågan om förhållandet mellan språkliga fenomen och vidare sociala sammanhang. Ett sådant problem torde ligga i själva ansatsen med ingående och detaljerade analyser av ett begränsat urval språkliga data vilket kan vara svårt att förena med systematiska studier av icke-diskursiva fenomen såsom sociala strukturer och politiska system. Peter Berglez argumenterar i kapitlet om kritisk diskursanalys för betydelsen av att kombinera diskursanalyser med kunskaper om den sak som är föremål för analys – i det här fallet nyhetsrapportering i internationella konflikter. Det är onekligen så att Berglez är väl påläst inom detta kunskapsområde vilket bidrar till att kontextualisera, ge mer ”kött”, åt de språkliga analyserna. Genom ett konkret exempel visar Berglez hur en makroanalys kan kombineras med en mikrobaserad analys (av en nyhetsartikel från *Dagens Nyheter*s utrikespolitiska sida). Här avslutas emellertid exemplet när det börjar bli riktigt intressant, när Berglez kommer fram till avdelningen för politisk/historiska kontextualiseringar, något som sammanfattas i ett kort stycke.

En styrka med ett ämnesområde som tillhandahåller många analytiska alternativ är att de ökar möjligheten att få mångdimensionella kunskaper om ett fenomen. Det gäller exempelvis möjligheten att besvara flerledade frågor av karaktären. *Vad* är fenomenet X? *Hur* konstrueras fenomenet X? *Varför* konstrueras fenomenet X just på detta/dessa sätt? Boken ger flera uppslag i den riktningen. Två exempel: Göran Eriksson visar i kapitlet om ”Receptionsanalys” hur olikartade förhållningssätt och tolkningar kan skapas bland olika TV-tittare under en receptionsprocess (gällande debattprogrammet *Nattöppet*). Den kvalitativa analysen följs av en ansats syftande till att förklara varför

TV-tittarna tolkade programmet som de gjorde, i det här fallet med hänvisning till aspekterna politiskt engagemang (debatten gällde politiska inslag) och social tillhörighet.

Ulla Moberg tar i kapitlet om ”Analys av samtal” upp det fruktbara i att kombinera samtalsanalys med ett kommunikationsetnografiskt perspektiv. En styrka med det här kapitlet är att Moberg försöker visa hur en sådan kombination kan göras genom att först demonstrera hur ett samtal (i en pingstförsamling) utvecklas steg för steg. Genom kunskaper om den miljö där samtalet har ägt rum kan Moberg i nästa steg på ett övertygande vis öka förståelsen för varför samtalet fick den inriktning som det fick.

Vad jag kan sakna i boken är mer av diskussion mellan författarna gällande två punkter. För det första: Hur kan olika analysmetoder på ett fruktbart sätt kombineras? Med tanke på att samtalsforskningens huvudsakliga intresse har gällt samtal (och dess essäns) blir frågan vilken status som etnografiska ”bakgrundsdata” (alternativt sociala teorier) har? Är de att betrakta som en tolkningsresurs i den mån samtalsdeltagarna själva aktualiserar dem i samtalen? Eller är de en resurs för att så att säga gå bakom aktörernas förståelse, eller för att knyta språkliga fenomen till andra sociala fenomen såsom intentioner, (andra typer av) sociala handlingar, institutionella förhållanden, sociala villkor, etc?

För det andra: Hur kombinera olika kommunikationsperspektiv? På den punkten skulle jag önska en mer sammanhållen problematisering av sambanden mellan den presenterade metodarsenalen och olika grundläggande *perspektiv* på kommunikation och medierad kommunikation. I bokens kapitel förekommer flera sådana grundläggande perspektiv: överföringsperspektivet (kapitel 12) ett ideologiteoretiskt perspektiv (som pekar på underliggande symboliska innebörder som inte finns manifest i de fysiska symbolerna) (t.ex. kapitel 8), ett dialogiskt kommunikations-perspektiv (kapitel 7). Nu kan de olika perspektiven säkert motiveras med hänvisning till att de är väl anpassade för de olika forskningsfrågor och problemområden som valts. Visst, de är komplementära om vi accepterar att olika forskare tillåts göra olika saker utan att något kommunikationsperspektiv för den sakens skull får en privilegierad ställning – en relativistisk hållning? Det hade varit intressant med ett slutkapitel där några av författarna som valt olika kommunikationsperspektiv resonerade kring vad de olika perspektiven får för implikationer för att studera kommunikation samt vilka möjligheter som finns att bidra till en gemensam förståelse/teoribildning kring

vad fenomenet kommunikation är. Slutligen kan frågan ställas: är en sådan orientering mot en sammanhållen teoribildning önskvärd?

Det pedagogiska bidraget

Jag ska avsluta med att sammanfatta några viktiga pedagogiska förtjänster med boken. När jag har diskuterat boken med studenter på grundnivån har jag mötts av kommentarer av typen ”det är bra att man kan gå till en bok för att få en bred orientering och tips på hur man sedan kan gå vidare till andra böcker”. Boken har framförallt sin styrka i den översiktliga och orienterande ansatsen som samtidigt förmår att göra reda för de olika ansatsernas innehållsmässiga problem och komplexitet. En pedagogisk förtjänst med boken är den konsekventa uppläggningsparad med en god koherens vad gäller den språkliga dräkten – språket är överlag lättfattligt och olika specialiserade termer förklaras när de introduceras.

Ytterligare en förtjänst är att teori och praxis kombineras på ett sätt som tilltalar läsaren som delaktig i den vetenskapliga verksamheten. Man skulle kunna tänka sig medie- och kommunikationsvetenskapen och dess ursprung i äldre discipliner som ett slags förpliktande traditioner – ett slags vetande som alla nykomlingar bör sätta sig in i och tillägna sig. Bokens urval av metoder motsvarar det som författarna menar att man på grundnivå bör ha rimliga allmänkunskaper om. Men man kan därtill tänka sig ämnesområdet på ett sätt som inkluderar tillströmningen av nykomlingar som en resurs i en fortgående verksamhet där det vetande som hittills

genererats ständigt kritiskt värderas mot nya erfarenheter. Tanken att också nykomlingarna är delaktiga i den vetenskapliga verksamheten slår igenom på olika sätt och i olika utsträckning i bokens kapitel: ett sätt är att, som i inledningskapitlet, helt enkelt utgå från (det självklara) att studenter, liksom lärare och forskare, är medlemmar av en vetenskaplig institution.

Ett annat sätt är att ge läsarna insyn i forskningsprocessen så som den kan te sig i det enskilda arbetet. Därigenom möter vi inte enbart vetenskapliga metoder som en uppsättning regler och tekniker, som vetenskapsideal eller klassiska skolexempel, utan också genom en del av de frågor och dilemman som uppstår på grund av att forskare och studenter ställs inför dem när de praktiskt tillämpar metoderna. Men framförallt sker detta genom att boken delvis är organiserad utifrån en undervisning som är upplagd så att teoretiska studier varvas med praktiska tillämpningar. Det skapar förutsättningar för att studenter inte enbart diskuterar metoder utifrån andras erfarenheter, utan också utifrån egna provningar. Således bör den användas redan på A-nivån och uppåt. Jag tror att boken kan vara inspirationsgivande för de som bedriver kvalificerad forskning beroende på dess strukturerade översikter och ickedogmatiska karaktär.

*Daniel Persson Thunqvist
Tema Kommunikation
Linköping Universitet*

Aktuell mediestatistik

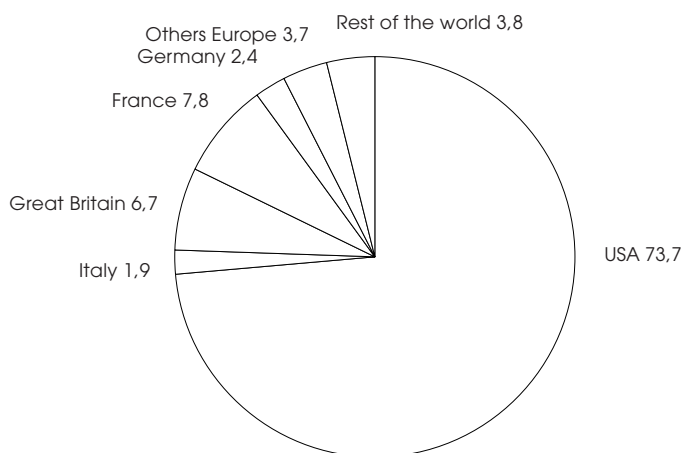
Admissions to Cinemas in European Union 1996-2000 (millions)

	1996	1997	1998	1999	2000	2000/1999
Austria	12,32	13,72	15,22	15,02	16,30	8,5%
Belgium	21,21	22,07	25,39	21,87	22,20	1,3%
Germany	132,89	143,10	148,90	149,00	152,50	2,3%
Denmark	9,89	10,84	11,01	10,91	10,69	-2,0%
Spain	104,26	105,05	112,10	131,34	135,39	3,1%
Finland	5,49	5,94	6,40	7,00	n.a.	n.a.
France	136,62	148,94	170,10	153,57	165,93	8,0%
United Kingdom	123,80	139,30	135,35	139,50	142,51	2,2%
Greece (est.)	9,00	11,60	12,40	13,00	13,50	3,8%
Ireland	11,48	11,49	12,39	12,45	14,88	19,5%
Italy	96,51	102,78	118,43	103,50	108,20	4,6%
Luxembourg	0,75	1,19	1,42	1,32	n.a.	n.a.
Netherlands	16,78	18,90	20,08	18,60	21,60	16,1%
Portugal	11,50	13,50	14,50	15,20	n.a.	n.a.
Sweden	15,17	15,21	15,82	15,98	16,98	6,3%
EUR15e	708	764	819	808	844	4,4

Note: Data in italics are estimated or provisional.

Source: European Audiovisual Observatory.

Breakdown of Admissions in the European Union in 2000 According to the Origin of Films (percent)



Source: European Audiovisual Observatory.

Top 20 of Film Admissions in European Union in 2000

Original title	Nationality	Director	Admissions
1. Gladiator	US	Ridley Scott	24 649 032
2. Toy Story II	US	John Lasseter, Ash Brannon	23 751 342
3. American Beauty	US	Sam Mendes	21 416 993
4. Mission: Impossible II	US	John Woo	20 379 836
5. The Sixth Sense ¹	US	M. Night Shyamalan	18 939 737
6. Scary Movie	US	Keenen Ivory Wayans	14 123 441
7. Dinosaur	US	Eric Leighton, Ralph Zondag	13 748 718
8. Erin Brockovich	US	Steven Soderbergh	12 474 099
9. Stuart Little	US	Rob Minkoff	12 377 768
10. Chicken Run	GB / US	Nick Park, Peter Lord	12 095 424
11. Pokémon: The First Movie	JP / US	Michael Haigney, Kunohiko Yuyama	11 555 667
12. Taxi 2	FR	Gérard Krawczyk	11 317 034
13. X-Men	US	Bryan Singer	11 222 095
14. What Lies Beneath	US	Robert Zemeckis	11 052 359
15. Gone in Sixty Seconds	US	Dominic Sena	10 160 378
16. Sleepy Hollow	US	Tim Burton	9 626 335
17. Hollow Man	US	Paul Verhoeven	9 570 561
18. Charlie's Angels	US	Joseph McGinty Nichol	9 408 066
19. The Beach	US	Danny Boyle	9 284 789
20. American Pie ²	US	Paul Weitz	9 068 508

¹ 13 013 687 admissions in the European Union in 1999.

² 7 483 507 admissions in the European Union in 1999.

Note: Provisional ranking on the basis from 12 European Union State (ca. 78% of admissions analysed).

Source: European Audiovisual Observatory.

Top 20 of Admissions to European Films in the European Union in 2000

Original title	Nationality	Director	Admissions
1. Chicken Run	GB / US	Nick Park, Peter Lord	12 095 424
2. Taxi 2	FR	Gérard Krawczyk	11 317 034
3. The World Is Not Enough ¹	GB / US	Michael Apted	6 395 673
4. Billy Elliot	GB	Stephen Daldry	4 956 703
5. Les rivières pourpres	FR	Mathieu Kassovitz	4 490 341
6. Le goût des autres	FR	Agnès Jaoui	4 100 165
7. Snatch	GB / US	Guy Ritchie	4 002 905
8. Chiedimi se son felice	IT	Aldo, Giovanni e Giacomo	3 089 467
9. Angela's Ashes	IE / US	Alan Parker	2 638 784
10. Dancer in the Dark	DK / FR / DE / NL	Lars von Trier	2 513 984
11. Kevin and Perry Go Large	GB	Ed Bye	2 484 179
12. Anatomie	DE	Stefan Ruzowitzky	2 289 536
13. High Fidelity	GB / US	Stephen Frears	2 279 508
14. Himalaya – l'enfance d'un chef ²	FR / CH / GB / NP	Eric Valli	2 235 014
15. Harry, un ami qui vous veut du bien	FR	Dominik Moll	2 061 253
16. Jet Set	FR	Fabien Onteniente	1 955 702
17. Harte Jungs	DE	Marc Rothemund	1 666 031
18. Crazy	DE	Hans-Christian Schmid	1 467 029
19. Saving Grace	GB	Nigel Cole	1 422 787
20. Ano Mariano	ES	Fernando Guillen Cuervo	1 357 867

¹ 17 324 553 admissions in the European Union in 1999.

² 1 018 628 admissions in the European Union in 1999.

Note: Provisional ranking on the basis of data from 12 European Union States (ca 78% of admissions analysed).

Source: European Audiovisual Observatory.

Doktorsavhandlingar 2000

Finland

Helsingfors universitet

Nylund, Mats: *Iscensatt interaktion: strukturer och strategier i politiska mediesamtal* (Enacted interaction; structures and strategies in political broadcast discourse). Helsingfors, Svenska litteratursällskapet i Finland, 2000, 275 p., ISBN 951-583-055-9, (Skrifter utgivna av Svenska litteratursällskapet i Finland; 622), ISSN 0039-6842. (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Doctoral dissertation.

The aim of the study is to analyse discursive strategies in political broadcast discourse, e.g. political debates and talk shows. What characterizes the structure of the talk? What kind of question strategies do journalists make use of? How do politicians reply to them? Discursive strategies are analysed in connection to the specific communicative dilemmas the actors face due to their institutional roles. The methods used are mainly those of conversation analysis. Also different strands of discourse analysis are used in analysis.

TELEVISION • RADIO • POLITICAL INFORMATION
• DISCOURSE

Pantti, Mervi: *"Kansallinen elokuva pelastettava" : elokuvapoliittinen keskustelu kotimaisen elokuvan tukemisesta itsenäisyyden ajalla* ("National cinema must be saved" : the debate of subsidising domestic film production during the period of independence). Helsinki : Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2000, 520 p., (Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 774), ISSN 0355-1768, (Suomen elokuva-arkiston julkaisuja) ISBN: 951-746-157-7 (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Doctoral dissertation. Summary.

FILM PRODUCTION • SUBSIDIES
• CULTURAL POLICY • HISTORY

Sassi, Sinikka: *"Verkko kansalaisyhteiskunnan käytössä": tutkimus Internetistä ja uusista politiikan muodoista* (The net in the hands of citizens: a study of the Internet and new forms of politics). Helsinki, Helsingin yliopisto, viestinnän laitos, 2000, 327 p. ISBN: 951-45-9547-5 (Viestinnän julkaisuja 3) ISSN 1457-2184. (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Doctoral dissertation. Summary.

The dissertation is a collection of articles focusing on the Internet as a means of citizen empowerment and the network as the new environment of civil society. The basic interest of the study is the potential of the Internet to enhance citizen resources and capabilities. The study is conceptual-theoretical by approach, the empirical case serving as a means of assessing the relevance of presuppositions. Two theoretical frameworks are applied to addressing the issue: the perspective of democracy and the discourse of modernization. In the empirical part the framework is principally based on action theory.

INTERNET • INFORMATION SOCIETY • CITIZENS
• DEMOCRACY

Jyväskylän universitet

Hujanen, Jaana: *Journalismin maakunnallisuus: alueellisuuden rakentuminen maakuntalehtien teksteissä ja tekijöiden puheessa* (Regional journalism: the construction of regions and regionalism in Finnish newspaper texts and journalists' talk). Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2000, 281 p., ISBN 951-39-0753-8, (Jyväskylä studies in communication; 11), ISSN 1238-2183. Note: Doctoral dissertation. Summary.

The study explores the role of the regional voice of the Finnish press. Interest is focused on the representations of regions, regional identities, and regional communities, and the construction of identities, and relationships between newspapers and

their readerships. The approach combines media and discourse studies with studies of regions and identities. The data consists of newspaper texts and interviews with journalists. Texts from seven regional newspapers were analysed, and 20 journalists interviewed.

REGIONS • JOURNALISM • NEWSPAPERS
• DISCOURSE

Hynninen, Asko: *Periaatteessa julkista : julkisuus-periaatteen käytäntö EU-Suomen päätöksenteossa ja journalismissa*. (Public, in principle : principle of openness on a practical level in the decision-making and journalism in EU-Finland.) Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2000, 226 p., ISBN 951-39-0576-4, (Jyväskylä studies in communication; 10), ISSN 1238-2183. Note: Doctoral dissertation.

The study is about the principle of openness on a practical level in administration and journalism since Finland joined the European Union. The pragmatic motive is to create new tools for journalists to test and perhaps break the limitations of openness and secrecy. The principle of openness is analyzed through the interaction of sources and journalists.

PUBLICITY • PUBLIC INFORMATION
• JOURNALISM • JOURNALISTS.

Tammerfors universitet

Kasoma, Francis P.: *The press and multiparty politics in Africa*. Tampere, University of Tampere, Department of Communication, 2000, 114 p. + app. 88p. ISBN: 951-44-4967-3 (Acta Universitatis Tamperensis 783) ISSN 1455-1616 Note: Doctoral dissertation. Also on Internet URL: <http://acta.uta.fi/> The dissertation consists of five articles published in the 1990s and a summarizing article. The earlier published articles discuss communication policy in Southern Africa and especially the role of the independent press in the transition from singleparty to multiparty politics. The summarizing article is a general discussion of the main factors and characteristics of the neo-multiparty press. It also gives an informed prediction of what is likely to happen to the development of the African press in the first decade of the 2000s.

NEWSPAPERS • DEMOCRACY
• DEVELOPING COUNTRIES • POLITICS

Vasa universitet

Rapila, Ritva Liisa: *Finnish-British telephone conversations in business and engineering: transactions through compassion*. Vaasa, Universitas Wasaensis, 2000, 570 p. ISBN 951-683-878-2, (Acta Wasaensia, no. 80, Acta Wasaensia. Linguistics 14). Note: Doctoral dissertation.

The aim of this interdisciplinary study is to investigate the role of particular emotion episodes in accomplishing work-related tasks in professional telephone conversation encounters made by Finnish and British speakers of English. The study evolves out of ethnomethodology and discourse analysis and draws on conversation analytic methods. It combines concepts, and perspectives from several disciplines. The empirical analysis is supported by data-oriented argument.

INTERPERSONAL COMMUNICATION
• INTERCULTURAL COMMUNICATION
• SPEECH COMMUNICATION

Licentiatavhandlingar

Helsingfors universitet

Moring, Inka: *Median maantiede: talouskriisi ja sanomalehti alueellisessa kontekstissa*. (The geography of media: economic crisis and newspapers in a regional context). Helsinki, Helsingin yliopisto, viestinnän laitos, 2000, 178 p. (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis. Summary.

NEWSPAPERS • REGIONS • JOURNALISM
• ECONOMICS

Parikka, Tuija: *Kumppanuutta ja kaupankäyntiä. Hyvinvoinnin sukupuoli Helsingin Sanomissa 1988 – 1997* (Questions of sexual division of work. Constructing welfare and gender in Helsingin Sanomat 1988-97). Helsinki, Helsingin yliopisto, viestinnän laitos, 2000, 134 p. + app. 17 p. (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis. Summary.

JOURNALISM • SEX ROLES • GENDER • ECONOMICS

Jyväskylä universitet

Almonkari, Merja: *Esiintymisvarmuutta etsimässä: yliopisto-opiskelijoiden oppimisen ja jännittämisen kokemukset esiintymistaidon kursseilla*. (Towards confidence building: the learning experiences of apprehensive university students in public speaking courses.) Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2000 Note: Licentiate's thesis.

COMMUNICATION • VERBAL COMMUNICATION
• EDUCATION • UNIVERSITIES

Hujanen, Erkki: *Lukijakunnan rajamailla: maakuntalehden ei-tilaajan mediakäyttäytyminen ja suhde sanomalehtijournalismiin*. (The relationship to newspaper journalism and media behaviour of a non-subscriber of regional newspapers.) Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2000 Note: Licentiate's thesis.

NEWSPAPERS • MEDIA USE • AUDIENCES

Mikkola Leena: *Supportiivinen viestintä hoitotyössä: sosiaalisen tuen tutkimusnäkökulmien tarkastelua* (Supportive communication in nursing: on research aspects of social support). Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos, 2000, 139 p. (University of Jyväskylä, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis. URL: <http://docuweb.jyu.fi/>

SOCIAL INTERACTION

• INTERPERSONAL COMMUNICATION

• VERBAL COMMUNICATION

• NONVERBAL COMMUNICATION

Sumiala-Seppänen, Johanna: *Kertomuksia rippituo- lista: uskonnollinen tv-ohjelma postmodernin mediakulttuurin kontekstissa* (Confessional stories: a religious television programme in the context of postmodern media culture). Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2000, 194 p. (University of Jyväskylä, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis. URL: <http://docuweb.jyu.fi/>

RELIGION • RESEARCH • POSTMODERNISM

• CULTURE

Tammerfors universitet

Louhimies, Lemmikki: *Opetuksen täyskäsä nostaa luovuuden taikurinhattua, elokuvakäsikirjoitus syntyy kautta spatiumin* (Teaching film and television scriptwriting with special attention to creativity and personal style). Tampere, Tampereen yliopisto, 2000. 113 p. (University of Tampere, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis.

EDUCATION • SCRIPTS • WRITING • FILMS

Norge

Bakøy, Eva: *Med fjernsynet i barnets tjeneste: NRK-fjernsynets programvirksomhet for barn på 60- og 70-tallet*. Trondheim, NTNU, 1999, 452 p., ISBN 82-471-5023-9. (NTNU, Institutt for kunst- og medievitenskap). Note: Thesis for the degree of dr.philos.

The author analyses the program production done by the NRK television's department for children and youth (BUA) in the 1960s and 1970s, and the reactions this provoked in the society. The aim is to discuss the self-reflection of BUA connected to its role as socializer and mediator of children's identity in an era of broadcasting monopoly, and to situate this in the broader context of society. To accomplish this task the author uses genre and text theory. The study is mainly based on videotapes of programmes for children and on written sources produced within the NRK.

TELEVISION • CHILDREN • HISTORY •
SOCIALIZATION

Helseth, Tore: *Filmrevy som propaganda: den norske filmrevyen 1941-45*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2000, 330 p., (Acta Humaniora; 75), ISSN 0806-3222. Note: Dissertation for the degree dr. artium.

The author describes, analyses and catalogues the Norwegian newsreels that started during the German occupation of Norway, in August 1941. He's focusing on the production, the mediation and the reception. He shows how national identity and the sense of duty played important parts in the propaganda use of the newsreel, leading towards the goal of obtaining a feeling of national union and recruiting members to the Norwegian national socialist party (NS).

FILMS • FILM MAKERS • FILM DIRECTORS •
HISTORY

Sverige

Andén-Papadopoulos, Kari: *Kameran i krig: den fotografiska iscensättningen av Vietnamkriget i svensk press*. Stockholm/Stehag, Brutus Östlings Bokförlag Symposion, 2000, 92 p., ISBN 91-7139-476-1, (Doktorsavhandlingar från JMK; 16 (Medie- och kommunikationsvetenskap)). Note: Dr. diss. Summary in English 5 p.

Skriften handlar om den fotografiska bevakningen av Vietnamkriget i svensk press under åren 1965 till 1972, särskilt inriktad på bilden i pressens nyhetsförmedling. En mer specifik uppgift är att undersöka bildernas ideologiska funktion, snarare än deras estetiska funktion.

Avhandlingens tyngdpunkt ligger på en analys av fyra stora svenska dagstidningar: Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen och Aftonbladet, där fyra frågor fokuseras: Vilken sammantagen bild av Vietnamkriget ger dessa olika tidningar?, Vad skiljer och förenar deras bildbevakning av kriget?, Förändras bildbevakningen under krigets förlopp och i så fall hur?, samt Vad säger den sammantagna bilden om centrala föreställningar i vår egen kultur, framförallt sådana som rör genus, ras och etnicitet?

Författaren studerar dels bildernas motiv, vad de föreställer. Vilka aspekter av kriget skildras? Vilken sida fokuseras, USA/Sydvietnam eller FNL/Nordvietnam? Dels studeras hur de föreställer, det vill säga representationen som sådan. Med hjälp av vilka formala och ikonografiska konventioner, symboler och retoriska grepp iscensätter dessa fotografier kriget?

Studien kombinerar kvantitativ och kvalitativ analys. Den kvantitativa analysen utgår från frågan om vad bilderna föreställer, en form av tematisk innehållsanalys. I studiens kvalitativa del fördjupas, med utgångspunkt från konkreta bildexempel, analysen av de övergripande bildkategorierna med hjälp av ikonografisk, retorisk och i viss mån semiotisk analys.

PHOTOGRAPHIES • WAR • PRESS • NEWS

Andersson, Lars M: *En jude är en jude är en jude...: representationer av "juden" i svensk skämtpress omkring 1900-1930*. Stockholm, Nordic Academic Press, 2000, 621 p. + 2 CD-ROM, ISBN 91-89116-11-9. Note: Dr. diss. English summary.

I avhandlingen argumenterar författaren för att antisemitismen var självklar i Sverige årtiondena kring sekelskiftet 1900.

Antisemitismen kom till uttryck bland annat i skämtpressen. Den sistnämnda utgjorde ett viktigt inslag i såväl den framväxande masskulturen som i den politiska kulturen. Det var inte minst via skämtpressen som bilden av "juden" som en "rastyp" skild från majoritetsbefolkningen spreds och befästes. Det var också i skämtpressen som vardagsversionen av den nationella identiteten skapades.

Författaren driver tesen att de antisemitiska representationerna av "juden" i skämtpressen skall tolkas mot bakgrund dels av den antisemitiska diskursens genomslag – antisemitismen hade kommit till Sverige i samband med att landet inlemmades i den kristna europeiska kulturen – dels moderniseringsprocessen och dess konsekvenser. "Svenskheten" definierades i inte ringa grad i motsats till det "judiska".

COMICS • RELIGION • NATIONAL IDENTITY
• HISTORY

Camauër, Leonor: *Feminism, citizenship and the media: an ethnographic study of identity processes within four women's associations*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 2000, 314 p. + 2 app. 3 p., ISBN 91-88354-17-2, (Doktorsavhandlingar från JMK; 12 (Medie- och kommunikationsvetenskap)), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss.

This doctoral thesis investigates the media practices of four Swedish women's associations and some of their individual members in order to gain insight into the role of the media in these women's individual and collective processes of identity formation as feminists and citizens.

The studied media practices include first, the individual and collective meaning-making processes

in which the women are involved when interpreting the media they use in everyday life, and, secondly, the associations' public-oriented practices, i.e. the production of their own media and their participation in, and interplay with, the mass media in order to diffuse their own meanings.

The authors theoretical framework connecting themes of several research traditions: the framework of the public sphere, the media and democracy; recent feminist theory on the public sphere; citizenship and narrative identity theory; newer perspectives on social movements inspired by the sociology of culture; and Swedish and Scandinavian studies of women's movements.

The methods used are ethnography, the narrative study of lives and text analysis, and the empirical work includes three main steps: participant observation at the associations' meetings, individual and group interviews with members, and analysis of the media coverage of the associations.

MEDIA • FEMINISM • WOMEN • PUBLIC SPHERE

Edin, Anna: *Den föreställda publiken: programpolitik, publikbilder och tilltalsformer i svensk public service-television*. Stockholm/Stehag, Brutus Östlings Bokförlag Symposion, 2000, 246 p., ISBN 91-7139-483-4, (Doktorsavhandlingar från JMK; 15 (Medie- och kommunikationsvetenskap)), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. English summary 11 p.

Avhandlingens övergripande fråga rör hur den svenska public service-televisionen skapar kontakt med sin publik under olika kommunikativa villkor.

Relationen till publiken studeras i ljuset av tre historiska faser: 1) från 1956 till 1979 var public service-televisionen organiserad som ett monopol med en kanal till sitt förfogande, 2) från 1970 tillkom ytterligare en kanal inom monopolsystemet i intern konkurrens med det första, och 3) sker övergången till ett mångkanalsystem med kommersiell konkurrens, som formellt etableras då det privata företaget TV4 i början på nittiotalet börjar sina sändningar i det nationella marknätet.

Konkret studeras den svenska public service-televisionens relation till publiken genom de tre nämnda historiska nedslagen och på tre sammanhängande nivåer. Den första nivån är den officiellt uttalade programpolitik som som mer eller mindre reglerar public service-televisionen. Den andra nivån utgörs av programutbudets övergripande struktur och indirekta adressering av publiken, medan den tredje nivån är programutbudets mindre element och direkta tilltal. Det grundläggande antagandet är att frågan om adressering och tilltal, samt

de föreställningar som ligger bakom, inte bara har relevans när man studerar public service-televisionens historia, utan är av avgörande betydelse för förståelsen av dess aktuella situation och möjligheter. Samtidigt som den historiska uppfattningen om publiken och adresseringen av tittarna, spelar en viktig roll för de sätt som public service-televisionen idag försöker fånga upp publikens uppmärksamhet på och realisera sitt public service-uppdrag.

Den teoretiska ansatsen inkluderar en diskussion om public service-begreppet som en uppsättning diskursiva bilder av publiken, och om TV som text. Utifrån det teoretiska ramverket tillämpar författaren ett analyschema som kombinerar olika metoder på var och ett av de tre fallstudierna. För det första en dokumentanalys, för det andra programutbudets implicita uttrycksnivå (TV-utbudet som struktur och makroflöde), och för det tredje programutbudets explicita nivå (programutbudets detaljerade flöden med personer, relationer och miljöer).

TELEVISION • PUBLIC SERVICE
• PROGRAMME POLICY • AUDIENCES

Ghersetti, Marina: *Sensationella berättelser: en studie av nyheter från Angola 1987 och om prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 2000, 290 p., ISBN 91-88212-37-8, ISSN 1101-4652. Note: Dr. diss.

Studien handlar om nyhetsrapporteringen av två uppmärksammade händelser i svenska medier: kidnappningen av tre svenska hjälparbetare i Angola under 1987, och prinsessan Dianas död hösten 1997.

Författaren inriktar analysen på hur de största svenska nyhetsmedierna berättar om detta slag av händelser samt diskuterar några möjliga orsaker till hur dessa berättelser utformas. En central fråga är på vilka sätt dramaturgisk struktur påverkar mediernas nyhetsvärdering och nyheternas bild av verkligheten.

Studien beskriver några centrala innehållsliga och formmässiga egenskaper hos nyheterna om de två relaterade händelserna, och för en diskussion kring dessa karakteristika med utgångspunkt i relevans- och saklighetsaspekter hos mediernas berättelser. En jämförelse görs också mellan dessa två fallstudier utifrån likheter och skillnader mellan medier med olika egenskaper, och författaren söker förklara innehålls- och formmässiga egenskaper i nyheterna om de två händelseförloppen utifrån en klassisk berättelsestruktur.

De medier som ingår i analysen är sju större dagstidningar, tre nationella televisionsnyhetsprogram och två nyhetsprogram i radion. Såväl kvantitativ som kvalitativ innehållsanalys tillämpas på innehåll och form i nyhetsartiklarnas och inslagens text och bild.

NEWS COVERAGE • NEWSPAPERS
• RADIO • TELEVISION

Holmberg, Jan: *Förtätade bilder: filmens närbilder i historisk och teoretisk belysning*. Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen, 2000, 250 p. + app. 3 p., ISBN 91-631-0055-X. Note: Dr. diss. English summary.

The objective of the study is to analyse the historical reception of the cinematic close-up. From a debate on closer framings going on primarily in the American trade press between roughly 1908 and 1912, four crucial concerns of the discourse are extracted and analysed: issues of distance, size, fragmentation of the human body, and facial expression. The questions of a more theoretical nature raised by these four concepts, is the main topic of the dissertation.

FILMS • RECEPTION • AESTHETICS • HISTORY

Jansson, Rowena: *Getting it together: a genre analysis of the rhetorical structure of Open University television teaching programmes in science and technology*. Lunds universitet, Engelska institutionen, 2000, 205 p. Note: Dr. diss.

This thesis is concerned with uncovering the organisational structure underpinning Open University television programmes in scientific and technological fields.

Using a genre analysis which takes into account the unique contextual configuration in which vision and pedagogical purpose play a vital part a rhetorical structure is revealed. This structure is based essentially on a string of Episodes. The notion of Episodes is discussed and interpreted as a complete or truncated discourse pattern. Two discourse patterns appear to operate in a potentially complex manner. In general terms, a Situation-Problem-Solution-Evaluation pattern forms the Episodes at an overall structural level while a Demonstration-Explanation-Summary pattern operates at a lower or embedded level. A basic four-level structure emerges in which the entire discourse or Programme is formed of Episodes which are composed of Sections – the components of a discourse pattern – which in their turn are made up of Clause relations. Embedded Episodes operate at the Section level.

The study explores the forms, functions and incidence of Transitions, interactive and metadiscoursal units, which link otherwise unconnected units of discourse. The identification of Episodes and Sections is dependent on visual, prosodic, textual and lexical features which is demonstrated in the study. All these features interweave in getting together a specific genre – OU television programmes in science and technology – revealed by a distinctive rhetorical structure.

TELEVISION • RHETORIC • ORGANIZATIONS
• PEDAGOGY

Johansson, Barbro: *Kom och åt: Jag skall bara dö först...: datorn i barns vardag*. Göteborgs universitet, Etnologiska institutionen, 2000, ISBN 91-85838-51-9, (Skrifter från Etnologiska föreningen i Västsverige; 31), ISSN 0283-0930. Note: Dr. diss. English summary 6 p.

Med utgångspunkten att barn är aktiva subjekt som agerar i relation till individer och diskurser i sin omgivning, undersöker författaren vad barn gör med datorerna och datorprogrammen och vad barn och vuxna gör med de föreställningar om barn och barn-dom som aktualiseras i samband med barns datoranvändning.

Följande aspekter studeras: Vilka diskurser och positioner som finns till hands i olika datakontexter, Varför individer väljer olika positioner, samt Hur diskurserna är inskrivna och verkar genom institutioner, praktiker och materialitet (här ställs frågor om kontextens betydelse för den kunskap som skapas, familjens organisering av datorbruket, datorn som artefakt och designen av dataspel).

Studien baseras på fältarbete med barn från två skolor i socioekonomiskt skilda områden i Göteborg och med några av barnens lärare och föräldrar. Det material som ligger till grund för studien omfattar 105 intervjuer (varav 6 med lärare, 23 med föräldrar och 76 med barn i åldrarna 6-12 år), 45 deltagarobservationer (varav 21 i hemmen och 24 på skolorna), samt anteckningar och fältdagbok.

COMPUTER GAMES • CHILDREN • EVERYDAY LIFE
• CULTURE RESEARCH

Mörner, Cecilia: *Tendenser i svensk, biograf-distribuerad fiktionsfilm 1967-1972*. Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen, 2000, 282 p., ISBN 91-628-4352-4. Note: Dr. diss. English summary 6 p.

This dissertation focuses on Swedish films from 1967 to 1972; an epoch that is marked by a critical view on society. The study examines how the social criticism was manifested and communicated to the

contemporary audience. The theoretical frameworks and discussions that have come up from the study of documentary films – above all from the studies of Bill Nichols – have proved to stress matters that are characteristic of the films, which the author makes use of. In the first chapter there is a survey of the influences from earlier debates and earlier film production as well as an examination of how the film companies reacted to the debate's demand for a social committed film. Furthermore, the author speculate in why the socially committed fiction films suddenly disappeared from the cinema theatres.

The second chapter deals with the melodramatic structure in the films. It is argued that the Swedish society functions as the perpetrator of the films and that the dichotomy between perpetrator and victim is a matter of class.

In the third chapter are the argumentative structures examined; how they stand out in the over all fictive discourse of the films. Aristotle's demonstrative proof is used along with Edward Branigan's narrative scheme in order to show how the rhetoric functions.

Finally, the fourth chapter focuses on the way the films strive to realise indexical bounds to reality by means of the camer's supposed ability to represent without interfering. The signs that Charles Saunders Peirce calls indexical that are at work are to be understood as historically predicted. The reason why they are used is not that they offer a more "true" representation per se but that they correspond to a contemporary idea of an accurate representation.

FILMS • CRITICISM • FICTION • HISTORY

Oestreicher, Amelie: *Bearbetning av en nyhetstext: en studie av texthantering vid sex svenska dagstidningar*. Uppsala universitet, Institutionen för nordiska språk, 2000, 216 p., ISBN 91-506-1441-X, (Skrifter; 52). Note: Dr. diss. English summary.

Prior to the printing of news texts in newspapers, an internal review is performed by various journalistic editors. The purpose of this thesis is to investigate the editing of texts at different editorial offices. How is the work organised? What kinds of emendations are made? Is there a common "textual culture" that is reflected in common principles of editing – within or across different newspapers? And what is the interplay between the editorial work and the conditions of the writing environment at the various editorial offices: the number of editors, the volume of text written, the kind of editorial office (general or specialised), printed house rules for

writing, opportunities for communication (meetings etc.)?)

The perspective of the investigation is text linguistic and pragmatic. The material (3608 emendations) has been analysed and classified in a data base on five different levels: information, text structure, word style, lexicogrammar, and typing, in comparison with emendations made by a group of teachers. A total of 157 co-workers connected with editorial offices participated: 36 reporters and 121 editors at the news and sports offices from 6 newspapers (1990–1991) with 510 news texts in 1347 versions.

NEWSPAPERS • NEWS • TEXT • EDITORIALS

Otterbeck, Jonas: *Islam på svenska: tidskriften Salaam och islams globalisering*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International, 2000, 282 p., ISBN 91-22-01902-2, (Lund studies in history of religions; 11), ISSN 1103-4882. (Lunds universitet, Religionshistoria). Note: Dr. diss. English summary.

This dissertation focuses on written Islam discourses in Swedish, especially the journal Salaam – Islamisk Tidskrift. The journal first appeared in 1986 and is a part of the activities of Islamiska Informationsföreningen.

From the beginning, Salaam has been edited by female converts to Islam in their twenties or early thirties. Female converts also account for a large number of the texts that have been published in Salaam, but other women and men have contributed. Only a small number of the articles in the journal, apart from some translations, are by Muslims with formal Islamic education.

The content of Salaam is described at length and commented upon. The dissertation also contains a descriptive overview of all other literature in Swedish produced by Muslims in Sweden during last century. Throughout the second half of the 20th century there has been a small, but ongoing production of texts on Islam written by Muslims themselves in the local languages of all Western European countries. This literature has received little attention from researchers involved in the research field of “Islam in Europe”. One of the main objects of the present study is to put these texts in focus.

The central analytic question in the dissertation is why Salaam contains the interpretations of Islam that it does. This leads to a discussion on the genealogy of these interpretations. By combining the sociology of knowledge in the tradition of Peter Berger, the notions of power, discourse and

genealogy of Michel Foucault, and theories of globalization and religion, the dissertation attempts to uncover a complex genealogy. Three globally spread discourses are identified as important in the genealogy of Salaam’s discourse: the da’wa of the Islamic movement; the Western European and North American modernity; and globalization. The dissertation includes analytic discussions and descriptions of these three discourses and how they relate to Salaam.

Finally, a theoretical discussion on religious interpretation leads to the question whether or not the discourse of Salam can be called an example of Swedish Islam.

MAGAZINES • RELIGION • GLOBALIZATION
• DISCOURSE

Ottosson, Sten: *Den (o)moraliska neutraliteten: tre politikernas och tre tidningars moraliska värdering av svensk utrikespolitik 1945-1952*. Stockholm, Santérus Förlag, 2000, 278 p., ISBN 91-89449-01-0, (Sverige under kalla kriget (SUKK); 7). Note: Dr. diss.

Avhandlingen studerar tre politikernas och tre tidningars moraliska värdering av svensk utrikespolitik under 1945-1952.

Studiens huvudfrågor rör tre aspekter: 1) relationen mellan moral och politik, 2) en värdeprioriteringsanalys och 3) den moraliska värderingen av neutraliteten.

De politiker och tidningar som ingår i studien är Petrus Grånebo, Bertil Ohlin, Östen Undén, Dagens Nyheter, Ny Tid och Svenska Dagbladet.

Diskussionen lyfter fram de grundläggande idéer som styrde svensk utrikespolitik under inledningen av det kalla kriget. Vidare undersöks i vilken utsträckning politiska beslutsfattare och debattörer tar upp och resonerar kring de moraliska frågeställningarna och vilka värderingar de ger uttryck för.

NEWSPAPERS • EDITORS • POLITICIANS • OPINION

Persson, Per: *Understanding cinema: constructivism and spectator psychology*. Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen, 2000, 319 p., ISBN 91-7265-094-X. Note: Dr. diss.

The dissertation deals with the psychological functions of cinema. By reconstructing the individual’s understanding of film – its conditions, the mental dispositions and processes involved – the author tries to provide another (complementary) framework for why films look and work as they do. The dissertation focuses on the ways in which the values and world-views of the spectator change the

film, and the author commits himself to a constructivist stance, and this constructivism is psychological in character (perception, comprehension and interpretation).

This framework is exemplified in three case studies. One chapter analyzes point-of-view editing. Another chapter tries to explain effects of close-ups through spectators' personal space dispositions. The final part of the study describes psychological research on the everyday ability to attribute mental states to other people, by which we in commonsense terms 'explain' or understand their actions and behaviour. Each of the three chapters sketches the historical introduction and development of the convention under discussion, by discussing a wide range of films from early and contemporary mainstream cinema.

FILMS • PSYCHOLOGY • COGNITION • HISTORY

Rosenqvist, Christopher: *Development of new media products: case studies on web, newspapers and magazines*. Kungl Tekniska Högskolan i Stockholm / KTH, Institutionen för produktionssystem, 2000, 120 p., (Trita-GRT; 2000:1). Note: Dr. diss.

The thesis focuses on how web, newspaper and magazine products develop. More specifically, it identifies those conditions that hamper media corporations in their attempts to adapt changing needs. Six research projects were conducted during 1996-1999 within the media industry in both Finland and Sweden.

The research was initiated by a scenario study, which showed the need for flexibility for all types of actors in the media value chain. Different aspects of media product development were then described with five different projects: how a web product develops; what influences development of new newspaper products; what effect a width reduction would have on newspaper manufacturing; how a change of the product architecture affects magazine production and how the editor-in-chief looks upon a change of the content production.

Three online services, five newspaper products and eight magazines were included in the study. Interviews and literature studies were the main source of information.

WORLD WIDE WEB • NEWSPAPERS • MAGAZINES
• PRODUCTION

Sahlstrand, Anders: *De synliga: nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK 2000, 268 p., ISBN 91-88354-18-

0, (Doktorsavhandlingar från JMK; 13 (Journalistik)), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. English summary 11 p.

Utifrån en analys av storstadsmorgonpressens användning av synliga källor, och en jämförelse av resultaten från denna analys med en uppsättning normer, söker författaren förklaringar till brister i överensstämmelse och utvärderar nyheternas kvalitet. Avhandlingen tillämpar två teoretiska angreppssätt. Dels stipuleras relevanta normer som kan tillämpas på nyheter. Normerna deduceras från begreppet "allmänintresse" och består av kriterierna oberoende, tillgänglighet, spridning och informativitet. Om nyheten inte når upp till dessa kriterier saknar den kvalitet. Dels använder sig författaren av en förklaringsmodell för att beskriva och förklara bakgrundsvariablerna, och för att förklara nivån på nyhetskvaliteten. Modellen kombinerar en rad angreppssätt som tidigare använts inom medieforskningen, t ex utbytesmodeller och begreppet nyhetsnät. 2000 artiklar från DN, SD, GP och SSD från 1997 och 1998 ingår i urvalet. 409 artiklar analyseras i detalj. Huvudmetod är innehållsanalys, men både text och bild är också analyserade genom närläsning.

NEWS • INFORMATION SOURCES • DEMOCRACY
• NEWSPAPERS

Stür, Elisabeth: *Trivialiseringen inom nyhetsjournalistiken: Vi och Dom: läsarvärlden i den Österrikiska dagstidningen täglich Alles*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 2000, 297 p., ISBN 91-88354-20-2, (Doktorsavhandlingar från JMK; 14 (Journalistik)), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. Zusammenfassung 10 s. English abstract.

Studien behandlar förändringar inom nyhetsjournalistiken. Med exempel från Österrike och den österrikiska dagspressmarknaden tar författaren upp resultaten av utvecklingen de senaste tio åren. Exempel på vad populistiskt nyhetsberättande ger, och vilka uttryck de kan ta, hämtas ur den österrikiska dagstidningen *täglich Alles*. Tidningen etablerades 1992 och blev på några månader Österrikes näst största tidning med nära 500 000 läsare.

Studien baseras på retorik- och innehållsanalys av textexempel ur *täglich Alles*, och några andra viktiga dagstidningar. Begreppet "läsarvärld" diskuteras. Läsarvärlden bygger på en populistisk nyhetsjournalistik som kännetecknas av 1) personrelaterad journalistik – personer blir viktiga, inte händelser, 2) konfliktorientering – tidningen intar alltid antipositioner utan hänsyn till händelser, och

3) konsesusjournalistik – som alltid pekar ut vem som är vi och dom i nyheterna, och som får läsaren att ta ståndpunkt och ansluta sig till den värld som tidningen presenterar utifrån vissa opinionsyttringar i samhället.

NEWS • JOURNALISM • PRESS • HISTORY

Ulander, Pertti: *Det stora filmkriget: Joseph Goebbels' kamp mot Hollywood som inslag i nazismens raspolitik*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International, 1999, 190 p., ISBN 91-22-01859-X, (Stockholm studies in history; 58), ISSN 0491-0842. (Stockholms universitet, Historiska institutionen). Note: Dr. diss. English summary.

The doctrinal difference between Nazism and Fascism in relation to anti-Semitism forms a theoretical basis for this thesis, in which a historical course of events is reconstructed in order to evaluate the influence of anti-Semitism on measures against Hollywood in the Third Reich. Since Hitler wanted to accomplish a spiritual revolution against "Jewish culture", one could presume that the Nazis would have prohibited the exhibition of American films in Germany in 1933. This was not the case, however, and out of consideration for the negative side effects on the German film economy Goebbels only gradually diminished the import of Hollywood productions.

Based on the available information, it can be stated that in their film relations with Poland, Hungary, Austria, Czechoslovakia, and France, the Nazis demanded that all Jewish moviemakers be excluded from films designed for export to Germany. At the same time, however, they also co-operated with "Jewish" film companies in Europe and the USA. In spite of a strong anti-Nazi mood among film employees, the Hollywood companies did not adopt any negative attitude towards Germany or any other foreign country, as the production of political films was considered to lead to certain economic failure. In the autumn of 1938, nevertheless, Warner Brothers took a sensational step by starting to make the film "Confessions of a Nazi Spy". Hitler himself indirectly referred to this motion picture in his speech to the German Parliament in January 1939 and threatened that if "Jewry would once more throw the World into war, it would lead to the annihilation of the Jewish race in Europe".

In the summer of 1940, the government in Washington was mobilizing the American film industry into its own service, and the isolationists were accusing the film executives of doing whatever the

leading interventionists wished. Nevertheless, these accusations of a secret collaboration between the American government and the film industry were never proved to be true. In principle, most of the Hollywood companies did not have anything against the film trade with Germany and the countries in its sphere of power, but in the spring of 1941, Goebbels started to organize a prohibition against Hollywood in Europe, in order to establish the greatest cultural and propagandistic "command pool" of all times. The wish to maintain strong war morale and other similar goals were not in any way final or controversial aims and, one must therefore conclude that the Nazi leaders had another primary goal. Only the assumption that it was the radical solution of "the racial question" explains the anti-Semitic propaganda of the Nazis against the American film world. Consequently, the theory about a great doctrinal difference between Nazism and Fascism concerning anti-Semitism holds true for the ideologies themselves, but not entirely for the film-related political practice in Germany in comparison with Italy in the 1930s and 1940s.

FILMS • PROPAGANDA • RACISM • HISTORY

Vesterlund, Per: *Den glömde mannen: Erik "Hampe" Faustmans filmer*. Stockholms universitet, Filmvetenskapliga institutionen, 1999, 331 p., ISBN 91-628-3963-2. Note: Dr. diss. English summary.

This dissertation analyses the films of the Swedish film director and actor Erik "Hampe" Faustman (1919-1961). Faustman directed 20 films during the period 1943-1955. In the history of Swedish cinema, Faustman's role is that of the socially conscious spokesman for the working class.

In an initial discussion on authorship the concept of "biographical legend" (introduced by the Russian formalist Boris Tomasjevskij, and applied in film studies by above all David Bordwell) appears to be a useful tool for maintaining a critical perspective on the biography of the auteur. The art historian Michael Baxandall method of providing historical explanations to pictures is further suggested as a way to describe different kinds of relations between the artist, the artefact and the context.

One of the purposes of this dissertation is to examine, as well as question, Faustman's position in the history of Swedish cinema. Janet Stager's work on historical reception studies is used as a basis for the discussion. Observations that arise from the examination of the historical reception of

Faustman's films form a basis as the focus shifts to Faustman's cinematic work. Style and narration are discussed more generally, using David Bordwell and Barry Salt as the most important sources.

From a more specific viewpoint, questions of style and aesthetics are related to a national context. With reference to Baxandall, potential demands from political organizations, an instituting art-cinema, and the film industry are suggested. The actor in the cinema is examined from sociological, hermeneutic and aesthetic viewpoints (references: James Naremore, Richard Dyer, John Ellis and others). The discussion about the actors leads on to gender-related topics. The concept of masculinity is shown to be an especially productive perspective. It is also possible to read a growing criticism of the welfare state project into the films of Faustman. The last part of the dissertation concentrates more on the openly political content of Faustman's films. In his early films from the 1940s, Faustman was driven by an obvious social pathos. In his later work Faustman abandons this explicit approach. These films can be characterized by irony and satire rather than by pathos and political conviction.

FILMS • FILM DIRECTORS • WORKING CLASS
• HISTORY

Licentiatuppsats

Lindell, Ingrid: *Om och om igen: könsrepresentationen i 1996 års svenska filmutbud och Breaking the Waves*. Göteborgs universitet, Litteraturvetenskapliga institutionen, 2000, 218 p. + app. 5 p., ISBN 91-86270-58-3, (Meddelande; 26), ISSN 0283-8079. Note: Licentiate degree.

Med utgångspunkt i modern kulturteori analyseras film som meningsbärande praktik ur ett könsperspektiv.

Studien består av två delar. Den ena är en receptionsanalys av en "liten filmisk händelse" från 1996, *Breaking the Waves*, och i den andra undersöks könsrepresentationen i det svenska filmutbudet 1996 på bio, TV och filmfestivaler. Kontexten fokuseras i analysen.

FILMS • STEREOTYPES • CULTURAL THEORY
• RECEPTION

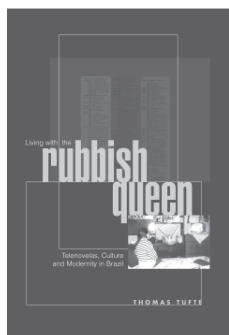
Ny litteratur

Danmark

Dokumentalist: Peder Grøngaard

Living with the Rubbish Queen: Telenovelas, Culture and Modernity in Brazil

Thomas Tufte, Luton, University of Luton Press, 2000, 277 p., ISBN 1-86020-541-0.



What role do telenovelas have in the everyday life of their Latin American audiences? What are the explanations for the cultural and commercial success of the telenovela? What meanings, identities and social actions are articulated through watching telenovelas? How do the audiences use telenovelas in coping with urban life and modernity? The author seeks answers to these and other questions and he situates this study within the theoretical framework of media ethnography. This case study consists of an analysis of the historical matrices of the telenovela, a production analysis, an institutional analysis and finally provides a range of “telenovela interviews” with low-income urban women. The resultant analysis thereby seeks to integrate political economy, cultural productivity and the everyday use of the fictional approaches to television in order to bridge some of the historical gaps between classic positions in media and cultural studies.

Note: For further information, see: <http://www.ulp.org.uk/>

Annan ny litteratur

Femø Nielsen, Mie: *Under lup i offentligheden: introduktion til public relations*. Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2000, 351 p., ISBN 87-593-0850-8, (Den kommunikerende organisation).

PUBLIC RELATIONS • AGENDA SETTING
• PUBLIC SPHERE
• ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

Fremtidens tv og radio: resumé og redigeret udskrift af høring i Folketinget den 1. februar 2000. København, Teknologirådet, 2000, 185 p., ISBN 87-90221-44-3, (Teknologirådets rapporter; 2000:1), ISSN 1395-7392. (Teknologirådet).

BROADCASTING • BROADCASTING ORGANIZATIONS
• DIGITALIZATION • MEDIA POLICY

Jensen, Bent: *De fremmede i dansk avisdebat: fra 1870'erne til 1990'erne*. (København), Spektrum, 2000, 526 p., ISBN 87-7763-222-2, (Indvanderne og deres levevilkår). (Rockwool Fondens Forskningsenhed).

Den offentlige debat i dagens Danmark er stærkt præget af debatten om indvandringen til Danmark, og indvandringen har da også gennemgribende økonomiske, demografiske og socialpolitiske kon-

sekvenser. Men hvor langt rækker denne debat tilbage i dansk presse? Bogen søger at afdække, i hvilken udstrækning synet på “de fremmede” manifesterede sig i den tidlige og den senere politiske presse og i centrale formiddagsaviser. Er det de samme temaer og de samme kritikpunkter, aviserne og de bagvedliggende politiske kræfter har ført frem? Og i den udstrækning der kan svares bekræftende på dette: Hvad bestemmer debattens intensitet, og hvilke mål forfulgte den enkelte redaktion i debatten?

NEWSPAPERS • NEWS COVERAGE • REFUGEES
• IMMIGRANTS

Jensen, Bent: *Nature as a political issue in the classical industrial society: the environmental debate in the Danish press from the 1870s to the 1970s*. København, The Rockwool Foundation Research Unit, 2000, 52 p., ISBN 87-90199-22-7, (Study; 6), ISSN 0908-3979. (Rockwool Fondens Forskningsenhed).

NEWSPAPERS • NEWS COVERAGE • ENVIRONMENT
• POLITICAL PRESS

Jørgensen, Oluf (ed.): *Medier - love og regler*. Århus, Forlaget Ajour, 2000, 141 p., ISBN 87-89235-27-4. (Danmarks Journalisthøjskole).

MEDIA • LAW • REGULATIONS • LEGISLATION
Konzack, Lars: *Softwaregenrer*. Århus, Aarhus Universitetsforlag, 1999, 152 p., ISBN 87-7288-765-6.

COMPUTERS • COMPUTER GAMES
• COMMUNICATION THEORY • SEMIOLOGY

Lund, Anne Katrine (ed.); Petersen, Helle (ed.): *Den kommunikerende organisation*. Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2000, 166 p., ISBN 87-593-0837-0, (Den kommunikerende organisation).

Om kommunikation i og fra organisationer, hvilket i disse år er temaet for forskning på mange forskellige felter – hos sprog- og kommunikationsforskere samt ledelses- og organisationsforskere. Indeholder følgende artikler: Johan Peter Paludan: *Den kommunikerende organisation i fremtiden*, John Kuada og Hans Gullestrup: *Organisationskultur og interkulturel kommunikation i et internationalt perspektiv*, Erik Johnsen: *Ledelseskommunikation*, Steen Hildebrandt: *Ledelse og kommunikation: metaforer og spørgsmål om kommunikation i organisationer*, Jørn Lund: *Sprog og kommunikation*, Kim Schrøder: *Virksomhedsreklamer: hen imod et diskurs-etnografisk perspektiv*, Erik Hansen: *Administrationens sprog*.

ORGANIZATIONS • ENTERPRISES
• COMMUNICATION • ORGANIZATIONAL
COMMUNICATION

Pedersen, Ove K.; Kjær, Peter; Esmark, Anders; Horst, Maja; Meier Carlsen, Erik: *Politisk journalistik*. Århus, Forlaget Ajour, 2000, 331 p., ISBN 87-89235-30-4. (Center for Journalistik og Efteruddannelse; Danmarks Journalisthøjskole).

Bogen beskriver hvordan den politiske journalistik er blevet selvstændiggjort fra partier, fra stat og fra andre typer af politisk kontrol, og nu er ved at skabe egne kriterier for relevans og kvalitet - og nye relationer til det politiske system. Indeholder følgende artikler: Erik Meier Carlsen: *Den politiske journalistik: forandring med perspektiv*, Anders Esmark og Peter Kjær: *Den sidste mediepolitik og den politiske journalistik*, Anders Esmark: *Offentlighed eller system?: hvilken rolle har den politiske journalistik i demokratiet?*, Peter Kjær: *Forestillinger om politik og journalistik: et historisk blik*, Ove K. Pedersen og Maja Horst: *Den selvstændige journalistik: udviklingen af den politiske journalistik fra 1958 til 1998*, Ove K. Pedersen og Maja

Horst: *Dialogjournalistikken: nutidens politiske dagsorden*, Ove K. Pedersen og Peter Kjær: *Enkelt-sagen: når medieorkanen raser – om Rushdie-sagen*, Ove K. Pedersen og Peter Kjær: *De mange enkeltsager: mediestormen - om genteknologi og grundvand*, Ove K. Pedersen: *Den demokratiske mellemtid: den politiske dagsorden - en ny institution*.

JOURNALISM • POLITICAL INFORMATION
• AGENDA SETTING • DEMOCRACY

Petersen, Helle: *Forandringskommunikation*. Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2000, 335 p., ISBN 87-593-0868-0, (Den kommunikerende organisation).

MANAGEMENT • COMMUNICATION • ENTERPRISES
• ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

Søndergaard, Henrik: *Does public service broadcasting have a role to play in the digital age?* København, University of Copenhagen, 2000, 29 p., ISBN 87-90824-04-0, (Global media cultures), (Working paper; 5). (Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab).

TELEVISION • PUBLIC SERVICE • DIGITALIZATION
• MEDIA POLICY

Tufte, Thomas: *Living with the Rubbish Queen: telenovelas, culture and modernity in Brazil*. Luton, University of Luton Press, 2000, 277 p., ISBN 1-86020-541-0.

What role do telenovelas have in the everyday life of their Latin American audiences? What are the explanations for the cultural and commercial success of the telenovela? What meanings, identities and social actions are articulated through watching telenovelas? How do the audiences use telenovelas in coping with urban life and modernity? The author seeks answers to these and other questions and he situates this study within the theoretical framework of media ethnography. This case study consists of an analysis of the historical matrices of the telenovela, a production analysis, an institutional analysis and finally provides a range of “telenovela interviews” with low-income urban women. The resultant analysis thereby seeks to integrate political economy, cultural productivity and the everyday use of the fictional approaches to television in order to bridge some of the historical gaps between classic positions in media and cultural studies.

TELEVISION SERIALS • ETHNOGRAPHY
• EVERYDAY LIFE • RECEPTION

Artiklar

Henriksen, Frank (ed.): Tema: Mediesociologi. *Sekvens. Årbog for Film- og Medievidenskab* (2000), temanummer, 304 p., ISBN 87-89505-23-9, ISSN 0106-2484. (Københavns Universitet, Institut for Film- og Medievidenskab).

En samling artikler der behandler et bredt spektrum af mediesociologiske emner. Indeholder følgende artikler: Frank Henriksen: *I begyndelsen var ordet : om mediesociologien som projekt*, Mikkel Eskjær og Rasmus Helles: *Mediernes realitet: en introduktion til Luhmanns teori om massemedierne*, Frank Henriksen: *Navnkundighed: et mediesociologisk essay*, Stig Hjarvard: *“Brugbare, nyttige og behagelige”: om avisens tilblivelse og sociale funktion under enevælden*, Nete Nørgaard Kristensen: *Journalistik som profession: om journalisters rolleplacering i et professionssociologisk perspektiv*, Iben Thorving Laursen: *Genreblanding i teori & praksis*, Lennard Højbjerg: *Målgruppeanalyse*

og visuel stil, Peter Ulff-Møller: *Hollywoods genopbring af det danske marked efter 2. verdenskrig*, Thomas Tufte: *Ny teknologi: frisættelse eller fastholdelse?: unge etniske minoriteters brug af chat, internet og mobiltelefoner*.

MEDIA • COMMUNICATION • SOCIOLOGY •
COMMUNICATION THEORY

Schrøder, Kim Christian: Making sense of audience discourses: towards a multidimensional model of mass media reception. *European Journal of Cultural Studies* 3(2000)2, ISSN 1367-5494, pp. 233-258.

MEDIA • RECEPTION • AUDIENCE RESEARCH
• COMMUNICATION THEORY

Schrøder, Kim: Critical discourse analysis of the media: the case of advertising. *Anglofiles. Journal of English Teaching* (2000)116, ISSN 1395-881X, pp. 31-42.

ADVERTISING • RECEPTION
• COMMUNICATION THEORY • DISCOURSE

Finland

Dokumentalist: Margareta Ekman

Aula, Pekka (ed.); Hakala, Salli (ed.): *Kolmet kasvot: näkökulmia organisaatioviestintään.* (Three faces: aspects of organizational communication.) Helsinki, Lohi-kirjat, 2000, 211 p., ISBN 952-9646-90-9.

The book contains the following articles: T. Mörä: The burden of consensus. P. Aula: Organizational culture and communication. E. Karvonen: Image building or reputation control. S. Hakala: The conditions of a public organisation: knowledge, power and community. H. Nieminen: Communication in public corporations: towards a civil perspective. L. Åberg: Communication in organizations of the third sector. O. Wiio: Fundamentals of organizational communication. M. Jaatinen: Lobbying as part of organizational activity. J. Lehtonen: Effective communication: the immaterial capital of an enterprise.

ORGANIZATIONS • MEDIA STRUCTURE • ORGANIZATIONAL COMMUNICATION • INTERCULTURAL COMMUNICATION

Bacon, Henry: *Audiovisuaalisen kerronnan teoria.* (Theory of audiovisual narration.) Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2000, 267 p., ISBN 951-746-160-7, (Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia, Suomen elokuva-arkiston julkaisuja; 792), ISSN 0355-1768.

AUDIOVISUAL MEDIA • NARRATOLOGY • FILM THEORY • FILMS

Isotalus, Pekka (ed); Aarnio, Eeva (ed.): *Presidentti 2000: mistä vaalit on tehty?* (The presidential election in Finland in 2000.) Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2000, 203 p., ISBN 951-39-0786-4, (SoPhi; 52), ISSN 1238-8025.

The book contains, among others, the following articles: E. Aarnio & P. Isotalus: How to make a president? Presidential election campaigning in Finland in 2000. J. Kuusipalo: The role of gender in the presidential election campaign. P. Suhonen: The role of the opinion polls in presidential elections. E. Juholin: The presidential election campaign from the campaign organisation viewpoint, E. Aarnio: The editorials during the presidential election in Finland in 2000. E. Karvonen: Rhetoric aspects of the presidential campaigns of Esko Aho and Tarja Halonen, P. Isotalus: Feelings and reactions on the screen: the nonverbal communication of Aho and Halonen. P. Hovi-Wasastjerna: The media advertisements of the presidential candidates in the presidential election campaign.

ELECTION CAMPAIGNS • POLITICAL INFORMATION • MASS MEDIA • COMMUNICATION RESEARCH

Joukkoviestimet 2000. (Finnish mass media 2000.) Helsinki, Tilastokeskus, 2000, 294 p., ISBN 951-727-784-9, (Kulttuuri ja viestintä), (Suomen virallinen tilasto 2000; 1), ISSN 0784-8765. Note: Summary.

The book contains the following articles: T. Sauri: Introduction: the changing mass media scene in Finland (in English). T. Sauri: Mass media economy and consumption. T. Sauri: Television. T. Sauri: Radio. T. Sauri: Phonograms. R. Kohvakka: Video. R. Kohvakka: Films. V. Minkkinen: Books and libraries. T. Sauri: Newspapers. T. Sauri: Magazines and periodicals. T. Sauri: Mass media and new communication technology. R. Kohvakka: Government subsidies for the mass media. T. Sauri: International comparison.

MASS MEDIA • MASS COMMUNICATION • STATISTICS • STATISTICAL DATA

Kopomaa, Timo: *The city in your pocket: birth of the mobile information society.* Helsinki, Gaudeamus, 2000, 143 p., ISBN 951-662-802-8.

MOBILE TELEPHONES • SPEECH COMMUNICATION • LIFE STYLES • INFORMATION SOCIETY

Pantzar, Eero: *Laajeneva mediakenttä ja digitaalajan televisiotoiminnan resurssit.* (Expansion of the media and television resources in digital times in Finland.) Tampere, Tampereen yliopisto, 2000, 42 p., ISBN 951-44-4847-2, (Tampereen yliopiston tietoyhteiskunnan tutkimuskeskuksen työraportteja; 10), ISSN 1455-4887. Note: Summary.

MASS COMMUNICATION • COMMUNICATION DEVELOPMENT • DIGITAL COMMUNICATION SYSTEMS • TELEVISION

Peltovuori, Risto: *Sankarikansa ja kavaltajat: Suomi kolmannen valtakunnan lehdistössä 1940-1944.* (The hero nation and the traitors. The image of Finland in the press of the Third Reich in 1940-1944.) Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2000, 262 p., ISBN 951-746-187-9, (Historiallisia tutkimuksia; 208), ISSN 0073-2559. Note: Zusammenfassung.

POLITICAL INFORMATION • PRESS • WAR • PROPAGANDA

Picard, Robert G.: *Measuring media content, quality, and diversity: approaches and issues in content research.* Turku, Turku School of Economics

and Business Administration, 2000, 176 p., ISBN 951-738-827-6.

The book contains the following articles: Peter Golding: Assessing media content – why, how and what we learnt in a British media content study. Stephen Lacy: Commitment of financial resources as a measure of quality. Jan van Cuilenburg: On measuring media competition and media diversity – concepts, theories and methods. Klaus Schönbach: Factors of newspaper success – does quality count? A study of German newspapers. Robert G. Picard: Measuring quality by journalistic activity. Jens Cavallin: Public policy uses of diversity measures.

MEDIA • NEWSPAPERS • CONTENT • QUALITY

Salminen, Esko: *Suomi-kuva Venäjän ja EU:n lehdistössä 1990-2000*. (The image of Finland in Russian and European Union press during 1990-2000.) Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2000, 193 p., ISBN 951-746-209-3, (Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia; 788), ISSN 0355-1768. Note: Summary.

NEWSPAPERS • IMAGE • POLITICAL INFORMATION • ATTITUDES

Salo, Merja: *Imageware: kuvajournalismi mediafuusiossa*. (Imageware: photo journalism in media fusion.) (Helsinki), Taideteollinen korkeakoulu, 2000, 224 p., ISBN 951-558-045-5.

PRESS PHOTOGRAPHY • DIGITALIZATION • VISUAL COMMUNICATION • SEMIOLOGY

Suoranta, Juha; Ylä-Kotola, Mauri: *Mediakasvatus simulaatiokulttuurissa*. (The media education in a simulation culture.) Porvoo, WSOY, 2000, 213 p., ISBN 951-0-22578-9.

MEDIA EDUCATION • COMMUNICATION TECHNOLOGY • DEMOCRACY • CULTURE

Tapper, Helena (ed.): *Me median maisemissa: reflektioita identiteettiin ja mediaan*. (We in the media: reflections on identity and media.) Helsinki, Palmenia, 2000, 235 p., ISBN 951-45-8818-5, (Oppimateriaaleja; 91), ISSN 1457-3407.

The book contains the following articles: U. Kivikuru: The community of citizens and “they”. S. Valtonen: What is wrong with the Finns?: a case study on the national dimension in the writings of unemployment. I. Moring: A country of tribes?: the policy of regionalization and identity in regional papers. S. Ojajärvi: The great story of gender, K. Horsti: The world just visiting – not staying: ignoring cultural diversity in media. S. Inkinen: Cyberspace in forming identity, T. Moring: European minority

languages and the new communication: threats and possibilities.

GLOBALIZATION • MASS COMMUNICATION • IDENTITY • MASS MEDIA

Teinilä-Smid, Inari: *Sisällöntuotanto digitaalisen television ympäristössä: esitutkimusraportti*. (Content construction in digital television: a preliminary report.) Tampere, Tampereen yliopisto, 2000, 83 p., ISBN 951-44-4896-0, (Tampereen yliopiston tietoyhteiskunnan tutkimuskeskuksen työraportteja; 11), ISSN 1455-4887.

CONTENT • TELEVISION • TELEVISION PROGRAMMES • DIGITAL COMMUNICATION SYSTEMS

Uusitalo, Anna: *Tietoyhteiskunta: ihmisiä vai esineitä?: sanomalehtien tietoyhteiskunta vuonna 1998*. (The information society: people or things?: the information society of newspapers in 1998.) Tampere, Tampereen yliopisto, 2000, 66, 3 p., ISBN 951-44-4819-7, (Tampereen yliopiston tietoyhteiskunnan tutkimuskeskuksen työraportteja; 9), ISSN 1455-4887.

NEWSPAPERS • INFORMATION SOCIETY • JOURNALISM • SEMANTICS

Valo, Maarit: *Nykytietoa puheviestinnän opetuksesta*. (Speech communication education at present.) Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2000, 264 p., ISBN 951-39-0679-5, (Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja; 20), ISSN 0782-7172.

The book contains articles by M. Gerlander, P. Isotalus, M. Jäkälä, K. Kallio, S. Lehto, L. Mikkola, M. Pörhölä, A. Sallinen, E. Suomalainen, E. Takala, T. Valkonen and M. Valo and discusses cultural and technological aspects of communication, audiences and various aspects of communication education.

EDUCATION • SPEECH COMMUNICATION • ORGANIZATIONAL COMMUNICATION • INTERPERSONAL COMMUNICATION

Åberg, Magdalena: *Nyhetsgrafik i dagstidningar*. Helsingfors, Svenska social- och kommunalhögskolan, Helsingfors universitet, 2000, 61 p. + app. 15 p., ISBN 951-45-9384-7, (SSKH meddelanden; 58), ISSN 1235-3892.

NEWSPAPERS • NEWS • GRAPHIC DESIGN • PICTURES

Artiklar

Boyd-Barrett, Oliver; Rantanen, Terhi: *European national news agencies: the end of an era or a new beginning?* Journalism: theory, practice and criticism 1(2000)1, pp. 86-105.

NEWS • MONOPOLY • GLOBALIZATION • NEWS
AGENCIES

Eriksson, Kai: *Kommunikaatio puhelimen aikakaudella*. (Communication in the age of telephone.) Tiede ja edistys 25(2000)1, pp. 17-33 . Note: Summary.

TELECOMMUNICATION • COMMUNICATION THEORY
• INFORMATION SOCIETY • HISTORY

Heinilä, Kalevi: *Millainen rooli urheilujournalis-
milla on yhteiskunnassa?* (What is the role of sport
journalism in society?) In: Miettinen, Mari (eds.):
Haasteena huomisen hyvinvointi: miten liikunta lisää
mahdollisuuksia?, Jyväskylä, Liikunnan ja
kansanterveyden edistämissäätiö, 2000, ISBN 951-
790-153-4, (Liikunnan ja kansanterveyden julkai-
sija; 124), ISSN 0357-2498, pp. 273-284.

SPORT • JOURNALISM • MASS MEDIA • SOCIETY

Järvinen, Aki: *Pelin säännöt: pikselien ja pelien
estetiikkaa*. (Rules of the game: pixel and game
aesthetics.) Lähikuva (2000)2, pp. 92-107. Note:
English summary.

VISUAL COMMUNICATION • COMPUTER GAMES •
ENTERTAINMENT • AESTHETICS

Kunelius, Risto: *Journalismi nelijalkaisena otuk-
sena: tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haas-
teita*. (Journalism as an animal with four legs.) Tie-
dotustutkimus 23(2000)3, pp. 4-27. Note: Summary.

JOURNALISM • CRITICISM • COMMUNICATION
THEORY • SOCIAL ROLE

Landgrén, Lars-Folke: *“Herr Hitler är en förolämp-
ning”: en översikt av pressopinionerna om nazis-
men i de nordiska länderna från maktövertagan-*

*det till riksdagsvalets efterdyningar 30.1.-
20.3.1933*. In: Historiska och litteraturhistoriska
studier, Helsingfors, Svenska litteratursällskapet i
Finland, 2000, ISBN 951-583-057-5, (Skrifter ut-
givna av Svenska litteratursällskapet i Finland; 624),
ISSN 0039-6842, pp. 17-92.

NEWSPAPERS • POLITICAL INFORMATION • ATTITU-
DES • INTERNATIONAL NEWS

Olsson, Börje: *Nya historier, nya berättare?: alko-
hol och alkoholpolitik i svensk press under 1990-
talet*. Nordisk alkohol- & narkotikatidskrift 17
(2000)2, pp. 63-78.

ATTITUDES • PRESS • NEWSPAPERS • CULTURE

Paasonen, Susanna: *Kauppaa tunteilla: Internet,
romanssi ja elokuva Sinulle on posti* (Bargaining
with feelings: Internet, romance, and the film You’ve
Got M@il.) Lähikuva (2000)2, pp. 69-83. Note:
English summary.

FILMS • INTERNET • FILM THEORY •
COMMUNICATION

Ruoho, Iiris: *Neljäkymmentä vuotta TV2:n sarjad-
raamaa*. (40 years of serial drama production in the
TV2.) Tiedotustutkimus 23(2000)3, pp. 28-51. Note:
Summary.

TELEVISION SERIALS • PROGRAMME POLICY •
MEDIA STRUCTURE • COMPETITION

Seppälä, Tiina: *Median rooli ja tutkimus kansain-
välisissä suhteissa*. (The role of media and media
research in international relations.) Tiedotustutkimus
23(2000)3, pp. 52-63. Note: Summary.

INTERNATIONAL RELATIONS • WAR • CRITICISM •
COMMUNICATION TECHNOLOGY

Norge

Dokumentalist: Borghild Gramstad

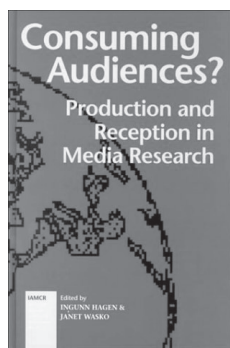
Sexual Desire and Public Humiliation on Commercial Television. A Study of Production, Text, Participation and Reception in the Norwegian Version of “The Dating Game”

Eva Bakøy, Ingunn Hagen, Eli Skogerbø; e.a., Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer, 2000, 23 p., (Arbeidsnotat; 2000, 99), ISSN 0806-8348.

The research project around the Norwegian version of “The dating game”, namely “Reisesjekken”, consists of researchers studying the programme from various angles. This report is the first publication in English to give a full outline of the project. We get a view of how the programme was made and the strategies and decisions behind the programme. The report also brings text analysis of the programmes themselves, along with the point of view of the participants in the show. Based on letters and reactions from the viewers, the reception angle is also present. On the basis of their findings, the authors discuss the ethical implications of a dating programme like this; public humiliation vs. fame and a possible partner. It gives a great deal of satisfaction to see a research object presented from so many sides. One gets the illusion, however false, that it is possible to grasp almost the whole picture of something, instead of just an interesting part, as is often the case with research projects carried out by one researcher only. All in all a good presentation of an interesting project.

Consuming Audiences? Production and Reception in Media Research

Ingunn Hagen, Janet Wasko (eds.), Cresskill, New Jersey, Hampton Press, 2000, 330 p., ISBN 1-57373-176-1.



This compilation of articles originates from a round table session, held in Sydney in 1996, during a IAMCR meeting, although it also includes contributions that did not appear there. The book consists of five parts: In the first part, *Introduction*, the editors give an outline of the research field, with emphasis on the intersection between political economy and reception analysis, and on this background they present the articles. In the second part, *Defining the audience*, the contributors not only discuss different audience positions, such as the fan audience and the consumers, but also the origin and history of the audience concept. The third part, *Studying the audience*, the authors ask, among other things, how audience research should deal with macro- and microanalysis, and how to use the fertile space between political economy and cultural studies. In the fourth part, *Considering methodological approaches/Questioning theory and method*, the contributors challenge the dominant theories and methods in audience research, and offers media ethnography, a sociocognitive approach, and a more complex use of different perspectives in order to learn more about the audiences.

In the last part of the book, *Case studies in audience research*, we can read about audience behaviour in Norway, Chinese communities in Australia, Brazil and India.

All in all, the anthology proffers a good mix between theoretical and methodological dilemmas and approaches, and interesting data from viewers and media experiences around the world.

The publication contains these articles: *Introduction: Consuming audiences? Production and reception in media research* (Ingunn Hagen and Janet Wasko), *Questioning the concept of the audience* (Vincent Mosco and Lewis Kaye), *Peculiar commodities. Audiences at large in the world of goods* (Graham Murdock), *Leisure or labor? Fan ethnography and political economy* (Eileen R. Meehan), *Surveillance and other consuming encounters in the informational marketplace* (Richard Maxwell), *The social context of research and theory* (Herbert I. Schiller), *How can audience research overcome the divide between macro- and microanalysis, between social structure and action?* (Svein Østerud), *The cultural mediations of television consumption* (Jesús Martin-Barbero), *Less is more: Media ethnography and its limits* (Kirsten Drotner), *Audiences' expectations and interpretations of different television genres: A sociocognitive approach* (Birgitta Höijer), *The role of media in generating alternative political projects* (Robert A. White), *Modern dilemmas: TV audiences' time use and moral evaluation* (Ingunn Hagen), *Diasporic identities: Chinese communities and their media use in Australia* (John Sinclair, Kee Pookong, Josephine Fox and Audrey Yue), *The popular forms of hope: About the force of fiction among TV audiences in Brazil* (Thomas Tufte), *Between the normal and the imaginary: The spectator-self, the other and satellite television in India* (Anjali Monteiro and K. P. Jayasankar).

Annan ny litteratur

Allern, Sigurd: *Anonyme kilder i politisk journalistikk*. Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 1999, 27 p. (Institutt for journalistikk ; Nordisk mediaforskerkongress, 14, Kungälv, 1999). Note: Lev-ert i gruppe 11: Nyhetsformidlingens sosiologi og estetikk.

JOURNALISM • INFORMATION SOURCES • ETHICS
• NEWSPAPERS

Asbjørnsen, Dag (ed.); Solum, Ove (ed.): *Det norske kommunale kinosystemet: legitimeringsstrategier og filmrepertoar*. Oslo, Universitetet i Oslo, 2000, 112 p., ISBN 82-570-6111-5, (Rapport; 39), ISSN 0802-1873. (Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon).

Inneholder følgende artikler: *Det norske kommunale kinosystemet: legitimeringsstrategier og filmrepertoar* (Dag Asbjørnsen og Ove Solum), *En sammenlikning av repertoaret ved private og kommunale kinoer i Norge* (Jan Richard Kjelstrup), *En sammenlikning av kinorepertoaret i store og mellomstore byer i Norge, Sverige og Danmark* (Steinar Igdu), *Argumenter for privat eller kommunal kino-drift i norske kommuner* (Mari Mellum).

FILMS • FILM DISTRIBUTION • FILM INDUSTRY
• PUBLIC SERVICE

Bastiansen, Henrik G.; Dahl, Hans Fredrik: *Hvor fritt et land?: sensur og meningstvang i Norge i*

det 20. århundre. Oslo, Cappelen, 2000, 367 p., ISBN 82-02-19089-4. Note: En omarbeidet versjon av vedlegg til NOU 27:1999, "Ytringsfrihed bør finne sted", se NORDICOM NO. 199930218.

FREEDOM OF SPEECH • COMMUNICATION POLICY
• HISTORY • CENSORSHIP

Borch, Anita: *Forbruk på Internett, mars 1999: en landsomfattende undersøkelse*. Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning SIFO, 1999, 35 p., (SIFO arbeidsnotat; 1999, 2). Note: Rapporten finnes på internett, <http://www.sifo.no/publikasjon/sammendrag/anotat1999-02.htm>

ADVERTISING • INTERNET • CONSUMERS
• CONSUMPTION

Borch, Anita: *Reklame rettet mot barn på internett: en forstudie*. Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning SIFO, 1998, 62 p., (SIFO-arbeids-rapport; 1998, 2). Note: Sammendrag av rapporten finnes på internett, <http://www.sifo.no/publikasjon/sammendrag/arapport1998-02.htm>

ADVERTISING • INTERNET • CONSUMERS
• CHILDREN

Bruun Andersen, Michael; Rønning, Helge; Wal-dahl, Ragnar: *Norske tv-nyheter: forskjeller og likheter: stabilitet og endring*. Oslo, Universitetet i Oslo, 1999, 117 p., ISBN 82-570-6109-3, (Rap-port; 37), ISSN 0802-1872. (Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon). Note: En

oppfølging av to tidligere rapporter, se NORDICOM NO. 199330202 og 199730151.

NEWS • TELEVISION NEWS • NEWS CRITERIA
• JOURNALISM

Brusdal, Ragnhild: *Hvordan opplever foreldre den kommersielle hverdagen?* Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning SIFO, 2000, 9 p., (SIFO- arbeidsnotat; 2000, 13). Note: Rapporten er skrevet på oppdrag fra Barne- og familiedepartementets "Offentlig utvalg for å utrede tiltak for å redusere det kommersielle presset overfor barn og unge" ("Nyborg-utvalget"), og finnes også på internett, <http://www.sifo.no/publikasjon/sammendrag/anotat2000-13.htm>

CHILDREN • ADVERTISING • CONSUMPTION
• CONSUMERS

Braaten, Lars Thomas; Kulset, Stig; Solum, Ove: *Introduksjon til film: historie, teori og analyse.* Oslo, Gyldendal akademisk, 2000, 240 p., ISBN 82-417-1053-4. Note: Ei grunnbok i filmhistorie, filmteori og filmanalyse. Ny og omarbeida utgave. For første utgave, se NORDICOM NO. 199430157.

FILMS • HISTORY • FILM GENRES • FILM STUDIES

Diesen, Jan Anders (ed.): *På optagelse i friluft: om Rasmus Breisteins filmliv.* Oslo, Norsk filminstitutt, 2000, 177 p., ISBN 82-90463-98-7, (Norsk filminstituttets skriftserie; 14).

Inneholder disse artiklene: *Hardingfele og skodespel. Rasmus Breistein og Det Norske Teatret* (Svein Erik Brodal), *Film i friluft. Breistein og "Det nasjonale gjennombrudd"* i norsk film (Anne Marit Myrstad), *Godtfolk 1. Foredrag under Amerikaturneen 1924/25* (Rasmus Breistein), *En god gammel kjenning. Rasmus Breisteins lydfilmer* (Ove Solum), *Den reisende Breistein 1. Rasmus Breisteins dokumentarfilmer* (Jan Anders Diesen), *Godtfolk 2. Foredrag under Amerikaturneen 1929* (Rasmus Breistein), *Den reisende Breistein 2. Rasmus Breistein og den ambulerende kinoverksemde* (Jan Anders Diesen), *Rasmus Breisteins filmliv* (Fred Sassebo), *Filmografi og Breistein-samlinga ved NFI* (Fred Sassebo).

FILMS • FILM MAKERS • FILM DIRECTORS • HISTORY

Hake, Karin: *Barn og unges medie verden: informasjon og veiledning til foreldre.* Oslo, Barne- og familiedepartementet/Pedagogisk forum, 2000, 40 p., ISBN 82-91872-09-5. Note: Heftet er en del av en serie med materiell i forbindelse med programmet "Foreldre veiledning".

CHILDREN • YOUTH • AUDIENCES • MEDIA USE

Jensen, Reidar: *Den forfulgte journalist.* Kristiansand, IJ-forlaget, 2000, 255 p., ISBN 82-7147-193-7.

JOURNALISM • JOURNALISTS • CENSORSHIP
• FREEDOM OF SPEECH

Kjørstad, Ingrid: *Barn og Internett-reklame: en studie av 12-åringers forståelse og kunnskaper om reklame på Internett.* Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning SIFO, 2000, 150 p., ISBN 82-7063-367-4, (Rapport; 2000, 7), ISSN 0801-521x. Note: Rapporten bygger på forfatterens hovedfagsoppgave i sosiologi ved Universitetet i Oslo våren 2000.

INTERNET • ADVERTISING • CHILDREN
• KNOWLEDGE

Malt, Dagfinn: *Her er by og bygdenytt: en radiohistorie gjennom 75 år 1925-2000.* Bergen, NRK Hordaland, 2000, 114 p.

RADIO • HISTORY • LOCAL RADIO
• RADIO JOURNALISM

Roksvold, Thore: *Var nyhetsspråket i norske aviser bedre før?: ei empirisk kartlegging av normer for godt avispråk og en kvantitativ analyse av hvordan fem norske avisers nyhetsspråk har utvikla seg på 1900-tallet i lys av disse normene.* Oslo, Høgskolen i Oslo, 1999, 581 p. (Høgskolen i Oslo, Journalistutdanningen).

JOURNALISM • LANGUAGE • QUALITY
• NEWSPAPERS

Svensen, Elin: *Multietniske redaksjoner?: rekruttering av journalister med minoritetsbakgrunn i Danmark, Norge og Sverige.* Oslo, Fafo, 2000, 66 p., ISBN 82-7422-321-7, (Fafo-rapport; 342), ISSN 0801-6143.

JOURNALISTS • DISCRIMINATION • ETHNIC MINORITIES • PRESS

Vaage, Odd Frank: *Norsk mediebarometer 1999.* Oslo-Kongsvinger, Statistisk sentralbyrå, 2000, 79 p., ISBN 82-537-4794-2, (Statistiske analyser; 36), ISSN 0804-3221. Note: Sigurd Høst har vært med i planlegginga av undersøkelsen og publikasjonen.

MEDIA USE • STATISTICS • STATISTICAL DATA
• LEISURE TIME ACTIVITIES

Aarønæs, Lars: *Pressepråket: oppslagsbok for journalister og andre skribenter.* 2. ed. Oslo, Aneholmen forlag, 1999, 160 p., ISBN 82-994574-4-0.

PRESS • LANGUAGE • JOURNALISM
• JOURNALISTIC GENRES

Sverige

Dokumentalist: Roger Palmqvist

Politisk kommunikation och demokrati

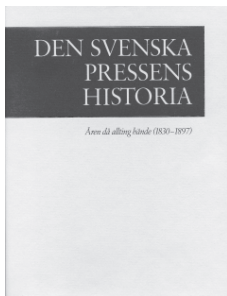
Hans Bengtsson (ed.), Lund, Studentlitteratur, 2001, 464 p., ISBN 91-44-01806-1.



Boken ger begreppet politisk kommunikation en bred tolkning som innefattar överförandet och mottagandet av politiska budskap i olika former. Boken innehåller följande bidrag: *Politisk kommunikation. Ett forskningsfält präglad av pluralism* (Hans Bengtsson), *Yttrandefrihetens gränser* (Ulf Petäjä), *Politikens medialisering. Massmedier som aktör och arena för politisk kommunikation* (Malin Nilsson), *Nationsbyggande som framgångsrik politisk kommunikation* (Kristian Steiner), *Politisk kommunikation i gryende demokratier. Vem sätter den politiska agendan i Botswana?* (Staffan Darnolf), *Krigshetsare eller fredsframtingare – om medier i konflikter* (Anders Mellbourn), *Populismspöket. "Populism" – uttryck för berättigat missnöje eller utvecklingsfientlighet?* (Thomas Knoll), *Kvinno-representation och politisk kommunikation i ett internationellt perspektiv* (Kazuki Iwanaga), *Regiondemokrati och politisk kommunikation* (Jörgen Johansson), *Implementering av välfärds-reformer. Från hierarkisk till dynamisk kommunikationsprocess* (Hans Bengtsson), och *Det demokratiska dilemmat* (Hans Bengtsson).

Den svenska pressens historia: band II: Åren då allting hände (1830-1897)

Karl Erik Gustafsson, Per Rydén (eds.), Stockholm, Ekerlids förlag, 2001, 375 p., ISBN 91-88595-86-2.



Det andra bandet av *Den svenska pressens historia* behandlar åren 1830-1897, och beskriver en omvälvande period med många banbrytande inslag.

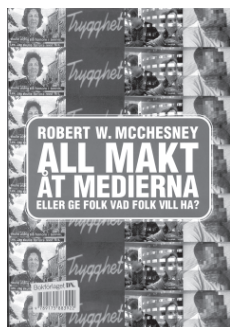
Volymen innehåller tre delar: *Liberalernas segertåg (1830-1858)*, av Dag Nordmark, inleds med Aftonbladets etablering, effekten av kampen mellan den konservativa kungamakten och den liberala oppositionen på diskussionen om pressens och den allmänna opinionens roll i det moderna samhället, landsortspressens expansion, en ny offentlighet och slutligen ett avsnitt om det mer traditionsbundna tidskriftsområdet. *Med det nya på väg (1858-1880)*, av Eric Johannesson, beskrivs en period där pressen in-

ledningsvis kände av att de var en makt i staten, men snart nog följdes av en fotsatt kamp för social legitimitet. Pressen börjar organisera sig – svenska publicistmöten anordnades från 1868 och Publicistklubben grundades 1874. Pressens kamp var en fortsatt strid om offentlighet. Avsnittet tar också upp bl a skiktningen inom pressen – tidningar för eliten och massan, pressutvecklingen i och utanför storstäderna, tidningen i industrialismens tjänst, utrikesrapporteringen inom svensk press, och tidskrifternas mångfald. *Tidningar som industri och parti (1880-1897)*, av Birgit Petersson, beskriver hur förändringar i samhället påverkar de litterära uttrycksformerna där det sociala reportaget och intervjun blev pressens metoder att spegla det nya. Vidare behandlas de

många stockholmstidningarna under 1880-talet, landsortstidningar i opposition och Socialdemokratisk oppositionspress. Billighetstidningen etablerades och satte fart på tidningskonkurrensen, och veckotidningen introduceras.

All makt åt medierna eller ge folk vad folk vill ha?

Robert W McChesney, Stockholm, Bokförlaget DN, 2001, 369 p., ISBN 91-7588-392-9. Note: Transl. by Hans O. Sjöström.



Boken utgörs huvudsakligen av en kritiskt granskning av tendenserna inom USA:s medier vid tvåtusentalets början. Men den pekar också på en av de viktigaste globala utvecklingslinjerna: uppkomsten av en världsomfattande kommersiell mediemarknad dominerad av ett tiotal multinationella företag.

Författaren behandlar medieexplosionen och effekten på samhällslivet utifrån paradoxen starka medier/svag demokrati. Medier/demokrati-paradoxon handlar enligt författaren om två sidor, nämligen om en politisk kris och om medieideologin. Dessa två sidor granskas i var sin del, och rör fem områden: ägandet av medierna, journalistiken, Internet, mediepolitiken och rörelsen för mediereformen.

Annan ny litteratur

Andræ, Marika: *Rött eller grönt?: flicka blir kvinna och pojke blir man i B. Wahlströms ungdomsböcker 1914-1944*. Stockholm, B. Wahlströms, 2001, 340 p., ISBN 91-32-32610-6, (Skrifter utgivna av Svenska Barnboksinstitutet; 73), ISSN 0347-5387. Note: Dr. diss. English summar 4 p.

En undersökning av B. Wahlströms ungdomsböcker, en serie som startade 1914. Serien var uppdelad på flick- och pojkböcker, och författaren analyserar skälen till detta. Studien följer utvecklingen under de första trettio åren och analyserar de publicerade berättelserna. De teoretiska verktygen är hämtade från socialpsykologin, narratologin och könsteorin.
BOOKS • YOUTH • GENDER • HISTORY

Feilitzen, Cecilia von: *The new media landscape and its consequences for children and young people*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 2001, 38 p. Note: Speech for the EU Expert Seminar "Children and young people in the new media landscape", Stockholm, February 12-13, 2001.

MEDIA • CHILDREN • YOUTH
• COMMUNICATION EFFECTS

Hagström, Bo; Petersson, Harry: *Stadsdelarnas Malmö: en demokratiutvärdering*. Lunds universi-

tet, Statsvetenskapliga institutionen, 2000, 317 p. + 11 p. Note: Slutrapport för projektet "Stadsdelsreformen i Malmö – en demokratiutvärdering".

LOCAL MEDIA • JOURNALISM • OPINION • DEMOCRACY

Gripsrud, Jostein: *Mediekultur – mediesamhälle*. Göteborg, Daidalos, 2000, 409 p., ISBN 91-7173-144-X. Note: Transl. by: Sten Andersson. Orig. title: *Mediekultur, mediesamfunn*, Oslo, Universitetsforlaget, 1999, ISBN 82-00-42710-2.

Denna introduktionsbok i ämnet medievetenskap tar upp dess humanistiska och samhällsvetenskapliga traditioner, och understryker det historiska perspektivet. I fokus för mediestudiet är mediernas "texter" – det vi möter som "mediekonsument" - och författaren försöker genomgående att relatera de teoretiska perspektiv som introduceras till konkreta exempel och analyser.

FILMS • BROADCASTING • THEORY • AUDIENCES

Hvitfelt, Håkan (ed.); Karvonen, Lauri (ed.): *Nygamla opinioner*. Sundsvall, Mithögskolan, Demokratiinstitutet, 2000, 137 p., (Mitt i opinionen; 4), ISSN 1403-8773.

Inkluderar: *Mediekonsumtion och politisk misstro* (Jesper Strömbäck), *Medier och kommuner i en*

digital brytningstid (Gunnar Nygren), *Inget politiskt nytt med Internet* (Elisabet Ljungberg), *Synen på medierna och deras uppgifter* (Jesper Ström-bäck), och *Journalistikens förvandling: om journalistiken i den nya medievärldens demokrati* (Håkan Hvitfelt).

MEDIA • OPINION • POLITICS • JOURNALISM

Nord, Lars: *Vår tids ledare: en studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Stockholm, Carlssons Bokförlag, 2001, 281 p. + app. 16 p., ISBN 91-7203-360-6, (Avhandling; 18 (Journalistik)), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. English summary 8 p.

Avhandlingen granskar hur den politiska opinionsbildningen kommer till uttryck i den svenska pressens ledare genom att analysera produktionsbetingelserna och ledarens roll i den lokala demokratin. Tre frågor står i fokus: vilka är ledarskribenterna och vad styr deras arbete, vad står i ledarna och hur lojala är de mot partiet, samt hur ser läsarna/politiken ut och vilka förväntningar har man på innehållet?

EDITORIALS • JOURNALISM • PARTY PRESS
• DEMOCRACY

Pollack, Ester: *En studie i medie och brott*. Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 2001, 360 p., ISBN 91-88354-22-9, (Avhandling; 19 (Medie- och kommunikationsvetenskap)), ISSN 1102-3015. Note: Dr. diss. English summary 15 p.

Studien gör en historisk analys av samspelet mellan media, brott och kriminalpolitik under loppet av de sista 50 åren. Inledningsvis görs en genomgång av kriminologiska och medievetenskapliga teorier om sambandet mellan kriminalpolitik, medier och brott. Dessutom presenteras en serie studier som belyser förändringarna i samspelet mellan journalistiken och kriminalpolitiken under efterkrigstiden. Särskild uppmärksamhet ägnas åt ungdomsbrottsligheten. Tre år beskrivs närmare: 1955 när journalistiken är i Folkhemmets tjänst, 1975 då journalistiken har samhällskritiska förtecken och 1995 med en journalistik som närmast kan beskrivas som populistisk.

JOURNALISM • CRIMES • POLITICS • HISTORY

Rahbek, Per: *Återupptäckten av provinsen: regional radio från 1920-tal till 1970-tal*. Stockholm,

Stiftelsen etermedierna i Sverige, 2001, 328 p., ISBN 91-518-3513-4, (Etermedierna i Sverige; 17), ISSN 1400-7274.

RADIO • REGIONS • LOCAL RADIO • HISTORY

Runcis, Maija: *"Sverige är inte hela världen": folkbildning för och om invandrare i utbildningsprogrammen*. Stockholm, Stiftelsen etermedierna i Sverige, 2001, 194 p., (Skrifter om utbildningsprogrammets historia; 3), ISSN 1400-7274.

RADIO • EDUCATION • PROGRAMMES
• IMMIGRANTS

Artiklar

Axelsson, Karoline; Lithner, Anders: TV-kanalernas publik. In: Nilsson, Lennart (eds.): *Den nya regionen*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2000, 273 p. + 2 app. 45 p., ISBN 91-973670-4-4, (SOM-rapport; 25), ISSN 0284-4788, pp. 61-70.

TELEVISION • AUDIENCE • VIEWING
• TELEVISION CHANNELS

Bergström, Annika: Nyheter i gamla och nya former. In: Nilsson, Lennart (eds.): *Den nya regionen*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2000, 273 p. + 2 app. 45 p., ISBN 91-973670-4-4, (SOM-rapport; 25), ISSN 0284-4788, pp. 51-60.

NEWS • MEDIA USE • LOCAL MEDIA • INTERNET

Johansson, Bengt: Medierna och krisen i Hälso- och sjukvårdsstyrelsen. In: Nilsson, Lennart (eds.): *Den nya regionen*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2000, 273 p. + 2 app. 45 p., ISBN 91-973670-4-4, (SOM-rapport; 25), ISSN 0284-4788, pp. 19-34.

MEDIA • NEWSPAPERS • JOURNALISM • CRISIS

Strid, Jan: Radiolyssnande – mer eller mindre. In: Nilsson, Lennart (eds.): *Den nya regionen*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2000, 273 p. + 2 app. 45 p., ISBN 91-973670-4-4, (SOM-rapport; 25), ISSN 0284-4788, pp. 43-50.

RADIO • LISTENING • AUDIENCES • RADIO CHANNELS

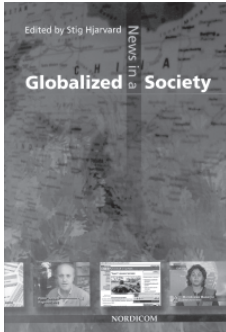
Wadbring, Ingela: Lokala medier i göteborgsregionen: användning och syn på tillförlitlighet. In: Nilsson, Lennart (eds.): *Den nya regionen*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2000, 273 p. + 2 app. 45 p., ISBN 91-973670-4-4, (SOM-rapport; 25), ISSN 0284-4788, pp. 35-42.

LOCAL MEDIA • MEDIA USE • CONTENT
• ATTITUDES

Nya böcker från Nordicom

News in Globalized Society

Stig Hjarvard, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2001, 236 p., ISBN 91-9471-05-9.

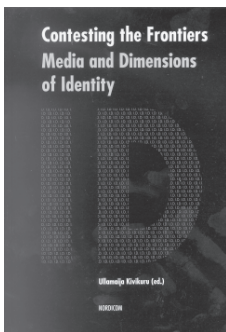


This book is concerned with the role of news media in an increasingly globalized society. It tries to unravel how news as an institution and a genre is both affected by globalization and itself an agent of globalization. A recurrent theme in all of the articles is the impact of globalization on information supply, public debate, and the exercise of democracy. The articles are organized around four themes: “*Globalization and the role of news media*”, “*News media, global news, and democracy*”, “*Regionalization and domestication of global news*”, and “*War news in global media*”.

Following articles are included: *News media and the globalization of the public sphere* (Stig Hjarvard), *Global news research and complex citizenship. Towards an agenda for research on foreign/international news and audiences* (Daniel Biltereyst), *International communication theory in transition. Parameters of the new global sphere of mediation* (Ingrid Volkmer), *Media imperialism revisited. The global public sphere and the news agency agenda* (Chris A. Paterson), *Why virtuality can be good for democracy* (Klaus Bruhn Jensen), *The effect of globalization on media structures and norms. Globalization and the choice of foreign news* (Hans-Henrik Holm), *Transnational politics and news production. Norwegian correspondents on the Brussels beat* (Tore Slaatta), *Striving for Credibility. News and current affairs on star TV India* (Norbert Wildermuth), *Frames in television news. British, Danish, and Dutch television news coverage of the introduction of the Euro* (Claes de Vreese), *Globalization of war news. Challenges for media research* (Stig A. Nohrstedt & Rune Ottosen), and *An ‘insight’ into CNN’s coverage of NATO’s first war* (Daya Kishan Thussu).

Contesting the Frontiers: Media and Dimensions of Identity

Ullamaija Kivikuru, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2001, 244 p., ISBN 91-89471-08-3, (Northern Perspectives (Nordiska medieforskare reflekterar); 2), ISSN 1650-5131.



This book discusses the fashionable concept of identity in present-day hybridized mediascapes characterized by ‘cultural mixes’. The ten articles presents a variety of perspectives. The main focus is on identity as it is discussed and debated by researchers in the Nordic countries, but some contributions leads to Latin America and Africa, as well. To a certain degree, all the contributors advocate the return of place – or, rather, glocal elements in culture – in identity as it is reflected in the media.

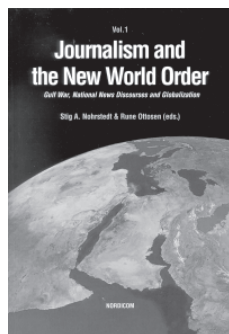
Following articles are included: *Introduction. The puzzling concept of identity* (Ullamaija Kivikuru), *Public spaces, historical times and media modernities. Media and historical spaces* (Jan Ekecrantz), *Identity and the politics of recognition in the information age* (Rousiley Celi Moreira Maia), *Contested meanings. Audience studies and the concept of cultural identity* (André Jansson), *Minorities, multiculturalism and theories of public service* (Christian Christensen), *Gauchos going global. A critical assessment of cultural globalization* (Thomas Tufte), *Communication competence in Sub-Saharan Africa. A link to democracy or identity-building?* (Ullamaija

Kivikuru), *Space and politics of identity. Imaginary landscapes and ideological reproduction of 'we'* (Inka Moring), *Staging journalism: professional identity and roles of journalists in social changes* (Maarja Lähmus), *From talking heads to walking bodies. Challenging the masculinity of the news* (Sanna Ojajärvi), and *Tracing the national 'us' from TV talk* (Sanna Valtonen).

Journalism and the New World Order

Gulf War, National News Discourses and Globalization Vol.1.

Stig A Nohrstedt, Stig A; Rune Ottosen, Rune (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM, 2001, 282 p., ISBN 91-89471-06- 7.



The project 'Journalism in the New World Order' was inspired by the critical debate to emerge among journalists and media scholars as a reaction to the 1991 Gulf War. War journalism today is faced with rapidly changing conditions and demands due to the development of satellite-TV, more advanced propaganda strategies and political re-orientations reflecting an international situation with the USA as the only superpower in the post-cold war period. The implications of this development on news about international wars and conflicts are elaborated both theoretically and by empirical findings in the analyses of how the Persian Gulf War and subsequent crises were presented in countries with different cultural backgrounds and security policy traditions. This comparative study of media coverage of the

conflict in five countries, Finland, Germany, Norway, Sweden and the USA, offers a empirical study with a multi-methodological approach.

Following articles are included: *Studying the media Gulf War* (Stig A. Nohrstedt & Rune Ottosen), *The media Gulf War and its aftermath* (Heikki Luostarinen & Rune Ottosen), *UN-US relations in the Gulf War* (Gunnar Garbo), *Voicing the Gulf. The voice of America constructs the Gulf War* (Laurien Alexandre), *Baghdad Observer during the Gulf crisis* (Hanne M. Mathisen), *New World Order rhetoric in US and the European Media* (Wilhelm Kempf, Michael Reimann & Heikki Luostarinen), *News media and conflict escalation. A comparative study of Gulf War coverage in US and European media* (Wilhelm Kempf), *US dominance in Gulf War news? Propaganda relations between news discourses in US and European media* (Stig A. Nohrstedt), *A hard reign's a gonna fall. The media and Gorbachev's peace proposal during the Gulf War* (Oddgeir Tveiten), and *Summary and conclusion Globalization and the Gulf conflict 1990-2000: Challenges for war journalism in the New World Order* (Stig A. Nohrstedt & Rune Ottosen).

Outlooks on Children and Media



Compiled for the 3rd World Summit on Media for Children
THESSALONIKI - GREECE, 23-26 MARCH 2001

**Child Rights • Media Trends • Media Research •
Media Literacy • Child Participation • Declarations**

Cecilia von Feilitzen & Catharina Bucht

The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen
NORDICOM

Tidningar för alla: den finländska pressens historia

Päiviö Tommila; Raimo Salokangas, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2000, 283 p., ISBN 91-89471-04-0. Note: Transl. by: Lars-Folke Landgrén. Orig. title: *Sano-mia kaikille. Suomen lehdistön historia*, Helsinki, Oy EDITA AB, 1998.



Skriften tecknar den finländska pressens historia från tiden då den första tidningen började utkomma i Finland 1771, då landet ännu var en del av det svenska riket, fram till 1990-talet. Utvecklingen har präglats av såväl allmänna europeiska som inhemska politiska och samhälleliga strömningar. Pressens historia består å ena sidan av många långvariga strukturer och invand praxis, men å andra sidan har det ibland skett snabba och rätt drastiska förändringar.

Den egentliga finländska pressen uppkom emellertid först under 1800-talets första hälft då Finland var ett ryskt storfurstendöme. Begreppet den allmänna opinionen föddes i Finland på 1850-talet. Den finskspråkiga pressens utveckling vid sidan av den svenskspråkiga sköt likaså fart först under senare hälften av 1800-talet. 1900-talets första decennier utgjorde å sin sida den politiska pressens storhetstid. Under 1900-talet har pressen varit utsatt för mångahanda omvälvningar. Tidningsdöden har inte kunnat undvikas, men ständigt har även nya tidningar grundats. Omvälvningarna på informationsspridningens fält har varit speciellt omfattande under 1990-talet.

Konkurrens och förnyelse

Karl Erik Gustafsson; Per Rydén (eds.), Göteborgs universitet, NORDICOM, 2000, 187 p., (Sylwan; 7 (Den svenska pressens historia)), ISSN 1403-3585.



En tredjedel av det nuvarande beståndet av dagstidningar i Sverige har tillkommit sedan 1975. Stora som små tidningar har under samma period gjorts om – mer eller mindre omfattande. Motiv och drivkrafter för denna förnyelse redovisas – också för de tidningar som bidrog till utvecklingen men inte överlevde. Konkurrentens vinnare uppmärksammas, men också dess förlorare. Skriften innehåller en unik förteckning över alla tidningsstarter 1975-2000.

Följande artiklar ingår: *Staffan Björck som pressforskare* (Per Rydén), *Tidningar och tidningsmarknader i Bohuslän* (Karl Erik Gustafsson), *Bohusläningens återkomst* (Elisabeth Bäck), *Konkurrensen mellan Aftenposten och Göteborgs-Tidningen* (Lars-Åke Engblom), *Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidnings om- och nedläggning* (Sverker Jonsson), *Herrtidningsmode förr och nu* (Helene Hafstrand), *Förnyelse av Dagens Nyheters ledarsida* (Svante Nycander), *Göteborgs-Postens moderna omgörning* (Ingela Wadbring) och *Tidningsstarter under det sena 1900-talet* (Karl Erik Gustafsson).

15:e nordiska konferensen för medie- och kommunikationsforskning

Reykjavík 11-13 augusti 2001

Den 15:e nordiska konferensen för medie- och kommunikationsforskning äger rum i Reykjavík, den 11-13 augusti 2001.

Tema för konferensens öppningsplenium är *Nya medier, nya möjligheter, nya samhällen?*
Tema för de tre avslutande parallellplenarerna är *Nya generationer – nya medier, Publikforskning* och *Mediehistoria*.

Liksom vid de tidigare nordiska konferenserna är det verksamheterna i arbetsgrupperna som står i centrum. I Reykjavík kommer det att finnas 20 arbetsgrupper.

Program

Fredag 10 augusti

15.00-21.00 Registrering och informell samvaro i Oddi

Lördag 11 augusti

8.00-9.30 Registrering och kaffe i Háskólabíó

9.30-12.00 Plenum I.

Nya medier, nya möjligheter, nya samhällen?

Huvudföreläsare: Professor Kirsten Drotner, Odense

12.00-13.30 Lunch

13.30-16.30 Arbetsgrupper

Söndag 12 augusti

9.00-12.00 Arbetsgrupper

12.00-13.30 Lunch

13.30-16.00 Arbetsgrupper

16.00-22.00 Utflykt till Blå Lagunen

Måndag 13 augusti

9.00-12.00 Arbetsgrupper

12.00-13.30 Lunch

13.30-16.30 Plenum II.

Parallellplena:

- *Nya generationer – nya medier.*

Huvudföreläsare: Professor Ellen Wartella,

University of Texas-Austin

- *Publikforskning*

- *Mediehistoria*

16.30-18.00 Nationella möten

18.00-20.00 Mottagning i Reykjavíks rådhus

20.00-23.00 Festmiddag och avslutning Radisson SAS

Arbetsgrupper

1. Medier och global kultur

Ordförande: *Iben Jensen* (D) jensen@ruc.dk

Vice ordf.: *Hilde Arntsen* (N)

hilde.arntsen@media.uib.no

2. Mediernas struktur och ekonomi

Ordförande: *Karl Erik Gustafsson* (S)

keg@mgmt.gu.se

Vice ordf.: *Rolf Høyer* (N) rolf.hoyer@bi.no

3. Internet og multimedier: nye kultur- og kommunikationsformer

Ordförande: *Knut Lundby* (N)

knut.lundby@intermedia.uio.no

Vice ordf.: *Elfa Ýr Gylfadóttir* (I) elfa@gmi.is

4. Lokala och regionala medier

Ordförande: *Ole Prehn* (D) prehn@hum.auc.dk

Vice ordf.: *Eva Block* (S) eb@alb.se

5. Mediehistoria

Ordförande: *Karin Nordberg* (S)

karin.nordberg@kultmed.umu.se

Vice ordf.: *Raimo Salokangas* (F)

rsalokan@cc.jyu.fi

6. TV: institusjon, produksjon og tekst

Ordförande: *Espen Ytreberg* (N)

espen.ytreberg@media.uio.no

Vice ordf.: *Johan Lindén* (S) johan.linden@svt.se

7. Radioforskning

Ordförande: *Carin Åberg* (S) aberg@jmk.su.se

Vice ordf.: N.N.

8. Politisk kommunikation

Ordförande: *Lars Nord* (S) lars.nord@mkv.mh.se

Vice ordf.: *Göran Djupsund* (F)

goran.djupsund@abo.fi

9. Journalistikforskning

Ordförande: *Birgitta Ney* (S)

birgitta.ney@kvinfo.su.se

Vice ordf.: *Risto Kunelius* (F) tiriku@uta.fi

10. Nyhetsförmedlingens sociologi och estetik

Ordförande: *Jan Ekecrantz* (S)

ekecrantz@jmk.su.se

Vice ordf.: *Knut Helland* (N)

knut.helland@media.uib.no

11. Receptions- och publikforskning

Ordförande: *Juha Kytömäki* (F)

juha.kytomaki@yle.fi

Vice ordf.: *André Jansson* (S)

andre.jansson@jmg.gu.se

12. Børn, unge och medier

Ordförande: *Jette Rygaard* (G)

jr.unigreen@greenet.gl

Vice ordf.: *Guðbjörg Hildur Kolbeins* (I) gk@hi.is

13. Mediepedagogik

Ordförande: *Sirkku Kotilainen* (F)

sirkku.kotilainen@imnetti.fi

Vice ordf.: N.N.

14. Populärkultur

Ordförande: *Hanne Bruun* (D)

H_Bruun@imv.au.dk

Vice ordf.: *Åsa Thelander* (S)

asa.thelander@soc.lu.se

15. Film- och TV-fiktion

Ordförande: *Gunhild Agger* (D)

gunhild@hum.auc.dk

Vice ordf.: *Ingrid Lindell* (S)

ingridlindell@swipnet.se

16. Visuell Kultur

Ordförande: *Arild Fetveit* (N)

arild.fetveit@media.uio.no

Vice ordf.: *Kari Andén-Papadopoulos* (S)

anden@jmk.su.se

17. Mediernas språk och retorik

Ordförande: *Anne Elleup Nielsen* (D) aen@asb.dk

Vice ordf.: *Finn Frandsen* (D) ff@asb.dk

18. Mediernas konstruktion av kön

Ordförande: *Margaretha Melin-Higgins* (S)

margareta.melin-higgins@k3.mah.se

Vice ordf.: N.N.

19. Public relations/planerad kommunikation

Ordförande: *Åsa Sjöblom Nordgren* (S)

asa.sjoblom@mkv.mh.se

Vice ordf.: *Carol Henriksen* (N)

20. Medierad risk- och kriskommunikation

Ordförande: *Stig Arne Nohrstedt* (S)

stig_arne.nohrstedt@hum.oru.se

Vice ordf.: *Birgitta Höijer* (N)

birgitta.hojer@media.uio.no

Websida: <http://www.nordmediakonferens.hi.is/svenska/svenska.html>

