

Æstetikkenes rolle i webdesign

LISBETH THORLACIUS

Siden websiternes udbredelse i første halvdel af 90'erne har der været ført diskussioner om vægtningen mellem funktion og æstetik, og nogle mener sikkert, at spørgsmålet om funktion og æstetik på websites da for længst må være uddebatteret. Diskussionerne handler dog stadigvæk om, i hvilket omfang de æstetiske virkemidler skal underordne sig de funktionelle aspekter, uden at det tages med i betragtning, at vi lever i en tid, hvor de visuelle symboler på flere områder spiller en mere og mere dominerende rolle i vores hverdag.

Der har igennem 1900-tallet været en stigende tendens til at erstatte sprog med visuelle symboler især inden for markedsføring af produkter, og denne tendens synes at have eksploderet inden for 2000-tallet. Livsstilseksperter Henrik Vejlgård skriver i bogen *Forbrug i designersamfundet*: "I en verden, hvor billedet betyder mere end ord, har ingen tid eller gider at læse alenlange reklametekster." (Vejlgård 2004, s.49). De visuelle symboler er blevet en integreret del af vores hverdag, og det bliver derfor mere og mere relevant at tilegne sig et kendskab til deres kommunikative virkemidler. Denne orientering imod visuel kommunikation gør sig dog ikke kun gældende inden for markedsføring af produkter, men inden for alle former for professionelle kommunikationsindsatser, herunder også med websitet som medie. Der vil i denne tekst primært blive fokuseret på de visuelle virkemidler, selvom æstetikkenes rolle i webdesign er båret af såvel visuelle som auditive og interaktive virkemidler.

Udover at have et kendskab til, hvordan man kommunikerer med æstetiske virkemidler generelt, er det vigtigt, især for webdesigneren, at kunne differentiere imellem de forskellige måder, hvorpå æstetikken spiller ind i udarbejdelsen af websites.

Her vil jeg fokusere på følgende fire områder: 1) Æstetikken skal understøtte de indholdsmæssige og funktionelle aspekter. Mere brugervenlige websites er netop brugervenlige, fordi de indeholder æstetiske virkemidler, der understøtter navigations- og interaktionsfunktionerne. 2) Æstetikken skal tilpasses den websitegenre, som vi opererer inden for. Vi forventer fx, at et website inden for underholdningsgenren indeholder en passende mængde æstetiske oplevelser, hvorimod vores forventninger til et website inden for informationssøgningsgenren primært er, at vi kan få de ønskede informationer så effektivt som muligt og gerne, uden at det akkompagneres af for mange æstetiske oplevelser. 3) Æstetikken skal tilpasses målgruppen. Et underholdnings-site med henblik på en ung målgruppe skal udarbejdes inden for en anden smag end fx et underholdnings-site til folk i pensionsalderen. 4) Æstetikken spiller en afgørende rolle, faktisk på alle websites, når det drejer sig om afsenders profil, og det deraf affødte image af organisationen. Alle websites har i et eller andet omfang en afsender, og alle de sproglige, funktionelle og æstetiske virkemidler, som er inkorporeret i websites, kommunikerer noget om afsenderen. Der er tale om visuel kommunikation i samme øjeblik, der skrives et bogstav, vælges en farve, og opsættes en tekst på skærmen, og dette visuelle udtryk, uanset om det er gennemtænkt eller ej, indikerer noget om afsenderen.

Forholdet mellem æstetik og funktion, æstetik og websitegenre, æstetik og målgruppe, og æstetik og afsenderprofil kan dog kun vanskeligt adskilles. På de gode websites har webdesigneren således udarbejdet de æstetiske aspekter i forhold til funktion, websitegenre, målgruppe og afsenderprofil.

Et historisk blik på websites

Æstetikkenes rolle inden for webdesign har siden websitets oprindelse i starten af 1990'erne været et

kontroversielt emne i diskussionerne om balancen mellem funktion og æstetik. Men det har nok aldrig været mere tiltrængt end nu at tage diskussionerne omkring æstetikens rolle i webdesign op til en fornyet overvejelse på grund af den stigende orientering mod visuelle symboler, som vi er en del af i det postmoderne samfund. Inden vi når dertil, vil jeg kort kaste et blik tilbage i tiden og anskueliggøre æstetikens rolle gennem de sidste 10 år.

En af fortalene for funktionalitet og brugervenlighed på nettet er Jakob Nielsen, som har bidraget med nogle af de væsentlige studier inden for softwareudvikling og Human-Computer-Interaction (HCI). Nielsen lancerede for alvor den hyperfunktionalistiske tilgang i forbindelse med udgivelsen af bogen *Usability Engineering* fra 1993, hvor han introducerede sloganet, "Less Is More", hvilket er en formulering, som han overtog fra den modernistiske arkitekt Mies van der Rohe (Engholm, 2003, s.127). Men i takt med at æstetikens rolle i webdesign blev sat på dagsordenen i første halvdel af 90'erne, bragte det divergerende diskussioner med sig om forholdet mellem æstetik og funktion. David Siegel, som i bogen *Creating killer websites* fra 1996 plæderede for de æstetiske dimensioner, var på den ene fløj talsmand for æstetiske websites, og funktionalisterne på den anden fløj var af den opfattelse, at det kunne være lige meget, om websitet var blått eller rødt, bare det var funktionelt og brugervenligt. Lanceringen af Flash genererede blandt andet store diskussioner, hvor webdesigneren Curt Cloninger plæderede for Flash med dets store muligheder for æstetiske oplevelser som et vigtigt supplement til html. Nielsen argumenterede imod Flash på grund af de lange downloadingstider, som nedsatte funktionaliteten og brugervenligheden. Den sidste halvdel af 90'erne vidnede dog om en voksende interesse for højere vægtning af de æstetiske virkemidler.

Siden århundredeskiftet har der været en klar tendens til at efterspørge hyperfunktionalistiske websites, som er mere eller mindre skrabet for al overflødig æstetik. Og det er der flere grunde til. For det første måtte webdesignerne indse, at inddragelsen af Flash-elementer på websites forårsagede for mange frustrationer, idet mange brugere slet ikke kunne åbne siderne, eller også tog de for lang tid at downloade. Hertil kom, at man i de fleste tilfælde ikke kunne tale om, at Flash-elementerne bidrog med nogen særlig form for æstetisk nydelse, tværtimod forstyrrede og irriterede de oftere brugerne. Dette skyldtes blandt andet, at Flash blev brugt i flæng, fordi designerne ikke kunne styre deres begejstring for dette nye legetøj, og at det ofte blev lagt ind af personer uden uddannelse som grafiske designere. Det udmøntede sig i

rodede websites, med flashfunktioner, der blinkede og bevægede sig hen over siden uden at vække æstetiske oplevelser hos brugeren. Man måtte gang på gang give Jacob Nielsen ret i at jo mindre æstetik på websites jo bedre.

Derudover har dotcom-krisen i slutningen af 90'erne, og den dårlige internationale økonomiske situation, været en medvirkende årsag til, at mange organisationer har måttet fravælge de store omkostninger i forbindelse med at få designet unikke websites med inddragelse af Flash og andre avancerede æstetiske virkemidler. Dette har medført en stigende interesse for billigere løsninger i form af standardlayout, som f.eks. "Obvious", hvilket har betydet en betydelig nedtoning af de æstetiske udskjelser på især store dele af informations-sitene og præsentations-sitene både inden for det offentlige og private marked.

Vægtningen mellem funktion og æstetik har således længe været til debat, men en fornyet diskussion, som fokuserer på de æstetiske virkemidler i webdesign i en mere generel forstand, er tiltrængt. Det er der mange gode argumenter for. Blandt andet lever vi som sagt i en tid, hvor den visuelle kommunikation fylder mere og mere i vores hverdag. Især de unge kommunikerer, og vil gerne kommunikeres til, via visuelle symboler. Den hastige udvikling inden for it-teknologien og introduktionen af bredbåndet har nu også gjort det muligt at imødekomme de brugere, som ønsker at blive kommunikeret til via visuelle symboler og anden form for oplevelsesorienteret æstetik uden, at det nødvendigvis går ud over indhold og funktion på grund af for lange downloadingstider. Og ligesom der stilles større og større krav til det moderne menneske om at følge med it-udviklingen, vil det også forventes, at de personer, som arbejder med webdesign, udover at kende til de funktionelle aspekter, også har en indsigt i, hvordan man formidler via æstetiske virkemidler.

Hvad er æstetik på websites?

Nogle lægger vægt på forstanden i deres kunst- eller æstetikbedømmelser, andre lægger vægt på det følelsesmæssige, atter andre på det sanselige, og endelig er der også nogle, der mener, at alle tre funktioner spiller en rolle i bedømmelsen af en æstetisk oplevelse. Ud fra min optik er en æstetisk oplevelse en kombination af intellektet, følelserne og sanserne, men oplevelsen tager udgangspunkt i en sansemæssig oplevelse, dvs. i mødet med syns-, føle-, smags-, lugte- og/eller høresansen.

I forbindelse med æstetik-diskussionen er der divergerende opfattelser af, om betegnelsen *æstetik*

skal forstås som en betegnelse, der kun dækker det skønne, det sanseligt behagelige og stimulerende, eller om æstetik også dækker uskønne sanssemæssige oplevelser. I min brug af begrebet, omfatter æstetik også grimhedens æstetik, idet en æstetisk oplevelse netop kan være stimulerende, fordi den kombinerer det skønne med elementer af det uskønne. Om en æstetisk oplevelse er skøn eller uskøn vil naturligvis afhænge af smag, dog er der sanssemæssige oplevelser, som størstparten af os kan blive enige om, er æstetiske eller uæstetiske. De fleste mennesker vil fx opleve lugten af forrådnelse eller en skinger atonal lyd som uæstetiske oplevelser, og duften af en rose eller synet af en solnedgang som æstetiske (der er dog altid undtagelser til en regel). Der er imidlertid en grund til, at det er relevant at skelne mellem æstetiske og uæstetiske oplevelser, idet vi derved bliver i stand til at få øje på en særlig kategori af æstetiske oplevelser, som er udfordrende og stimulerende, netop fordi de er en kombination af det æstetiske og det uæstetiske. Disse æstetiske udtryk er svære at definere, netop fordi de kun med vanskelighed kan placeres inden for de overleverede skønhedsopfattelser, som de fleste af os kender. Det er æstetiske oplevelser, hvor interferens-elementet spiller en afgørende rolle, og de hører ind under en æstetisk smag, der florerer i tiden.

Interferens

Interferens er en terminologi, der stammer fra fysikken og betyder: "at gribe ind", "blande sig", "støde". Det er en betegnelse for et fysisk fænomen, som viser sig, når overlejrede bølger forstærker hinanden gennem konstruktiv interferens eller udslukker hinanden ved destruktiv interferens. Interferens kan beskrives som en form for "indblanding", som kan forårsage en særlig slags skønhed i form af et nyt æstetisk udtryk. Interferens er en betegnelse, som i forbindelse med en æstetisk oplevelse, betegner det mellemrum, der kan opstå mellem det, vi kender, og det, vi ikke kender. Den æstetiske oplevelse, som opstår i dette mellemrum, kan betegnes som en udsigelig æstetisk oplevelse, idet oplevelsen ikke kan beskrives, da oplevelsen ikke baserer sig på før-oplevede eller almene sans- eller følelsesmæssige erfaringer. Vi kan være fælles om at have en udsigelig oplevelse, selvom vi naturligvis oplever den forskelligt (Thorlacius 2004, s. 90). Interferens-elementet stiller større krav til vores æstetiske perception, idet det ikke bygger på de overleverede opfattelser af skønhedsideal. En af de seneste stilistiske trends inden for websites er "stilistisk funktionalisme med trash". Det er funktions-fokuserede websites, som kombinerer stilistisk funktio-

nalisme med trash, som det fremgår af www.mtv2europe.com. Websites inden for denne genre afspejler en af tidens smagsretninger, som er en orientering mod det eklektiske. Det er en smag, som blandt andet florerer i nogle ungdomsmiljøer, som kombinerer den gode og den dårlige smag, eller rettere stiller krav til, at den gode smag bliver forstyrret af elementer af dårlig smag, hvilket giver mulighed for at artikulere nye former for æstetiske oplevelser.

Det er især i forbindelse med informations-sites og underholdnings-sites til unge, at interferens-elementet i forbindelse med den æstetiske oplevelse bliver relevant.

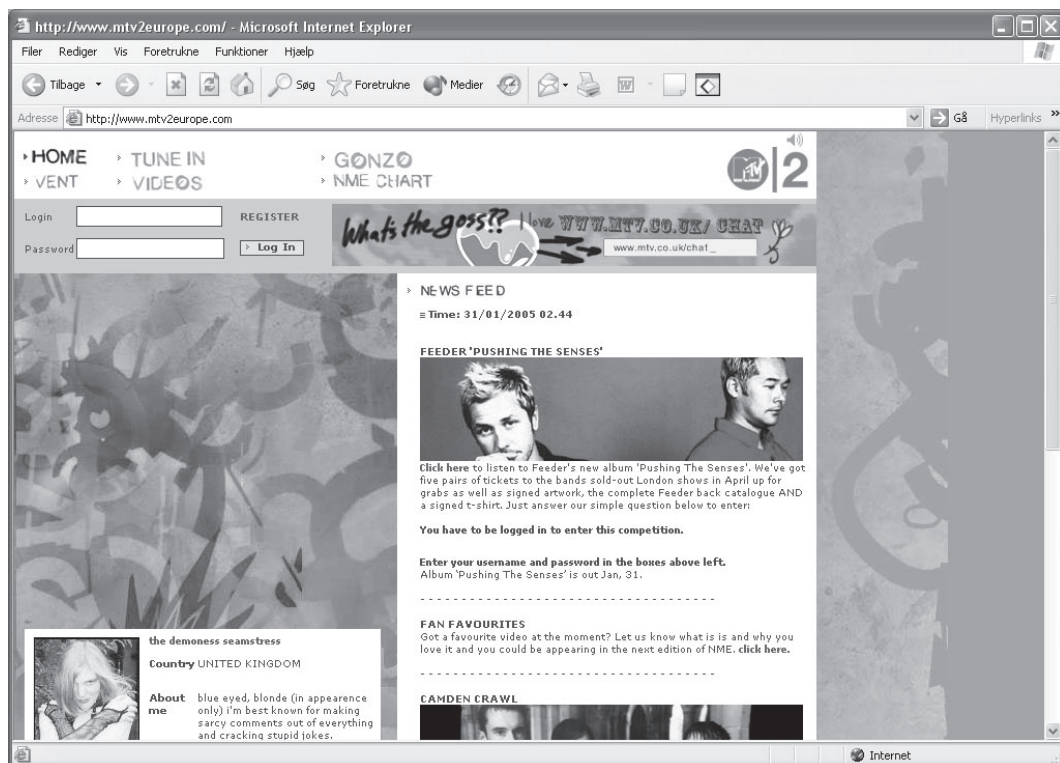
Betegnelsen æstetik i webdesign dækker således i det følgende de emotionelle, sanssemæssige og nydelsesmæssige aspekter, samt intellektuelle aspekter, som et website bibringer brugeren gennem dets fremtræden og interaktive samspil, dvs. den æstetiske oplevelse ved brugen af sitet.

For at brugeren får en æstetisk oplevelse, må vedkommende være æstetisk indstillet. De enkelte elementer skal altså have en evne til at vække fascination hos modtageren. Objekter kan således være æstetisk kodede og derfor lettere lade sig begribe æstetisk end andre, idet de i kraft af deres fremtræden så at sige kalder på en æstetisk indstilling hos modtageren (Engholm 2003, s. 14).

De grafiske virkemidler på websitet

Der vil altid være tale om visuel kommunikation på et website. Webdesigneren kan nemlig aldrig komme uden om de grafiske virkemidler, i form af farver, typografier, layout, etc. De er givne på ethvert website, og de kommunikerer altid noget, uanset om vi ønsker det eller ej. Hvis vi vælger en rød farve til menuoversigten, kommunikerer der noget helt andet, end hvis vi havde valgt en blå farve. Komplekse multimediale installationer, flotte billeder eller videosekvenser kan derimod principielt betragtes som ekstra eller overflødige, idet de jo ikke er et givent faktum i design af websites, som vi er nødt til at forholde os til. Vi er således tvungne til at arbejde med de grafiske visuelle virkemidler, hvormod vi kan undlade at benytte æstetiske virkemidler i form af stimulerende multimediale Flashinstallationer og flotte billeder. Det eneste, vi ikke kan undsige os, er, at der altid er tale om visuel kommunikation på et website, uanset om brugen af de visuelle virkemidler er bevidst eller ej. Derfor er vi nødt til at kende til grafiske virkemidler og visuelle symboler, således at vi kommunikerer efter hensigten. De visuelle virkemidler spiller altså en vigtig rolle i kommunikation af indhold, ud over at de også kan

Figur 1. www.mtv2europe.com



bidragene med mere eller mindre æstetiske oplevelser.

Den enorme mængde af visuelt og grafisk forføjede websites vidner om, at der stadigvæk er mange funktionsfokuserede webdesignere, som helt glemmer eller underprioriterer værdien af den visuelle kommunikation, som en vigtig medspiller i understøttelse af indhold.

Web-guruen Jakob Nielsens website www.useit.com er et eksempel på et website, som ikke vægter de grafiske virkemidler særlig højt. Det bekræftes af Nielsen selv på siden: "Why this site has almost no graphics". Problemet med Nielsens website er, at selvom Nielsen oplever, at sitet næsten ikke har nogle grafiske virkemidler, slipper han ikke uden om, at de grafiske virkemidler, som nu engang er der, også kommunikerer, men den visuelle kommunikation på www.useit.com er ikke gennemtænkt. Den skriggule bjælke øverst på forsiden sammen med de lysegule og lyseblå farveflader vil fx i manges øjne skurre imod hinanden, og derved netop trække opmærksomhed hen mod dét, der ifølge Nielsens erklærede ideal burde være 'usynligt' for brugeren. I Jakob Nielsens tilfælde indikerer den tilfældige omgang med visuelle virkemidler desværre en sjusket og uprofessionel af-

sender, hvilket for det første er en fejlagtig afspejling af afsender, og for det andet sandsynligvis heller ikke har været Nielsens egentlige intention med websitet. Der er derimod mere harmoni og balance mellem farverne og deres placering på siden "About Jakob Nielsen", som indeholder en bibliografi og portrætter af Jakob Nielsen. Det skyldes, at layoutet er luftigt, og den konsistente brug af blå farver efterlader os med et indtryk af en afsender, der har orden i tingene og sans for kvalitet, hvilket sandsynligvis er mere i tråd med den måde, Nielsen gerne vil fremstå i sit website.

De grafiske virkemidler er med andre ord et uomtvisteligt faktum, som vi er nødt til at forholde os til. Det skal således ikke overvejes, om de skal med. Vi bør nemlig også gøre os overvejelser om de grafiske virkemidler, når det drejer sig om at lave 'usynlig' visuel kommunikation, som ved integration med funktionaliteten og indholdet virker efter hensigten.

Det, der kan være overflødigt, og som kan være til diskussion, er omfanget af ekstra æstetiske oplevelser i form af videoksekvenser, Flash-animationer, flotte billeder, etc. Omfanget af disse virkemidler på websites bør afhænge af den tiltænkte målgruppe og websitetype.

Website-genrer

De genrer, som forekommer på websites, er et forholdsvis uudforsket område. Jennifer Fleming opererer i bogen *Web Navigation* med seks kategorier inden for navigationsdesign: e-commerce-sites, fællesskabs-sites, underholdnings-sites, præsentations-sites, undervisnings-sites, og informations-sites.

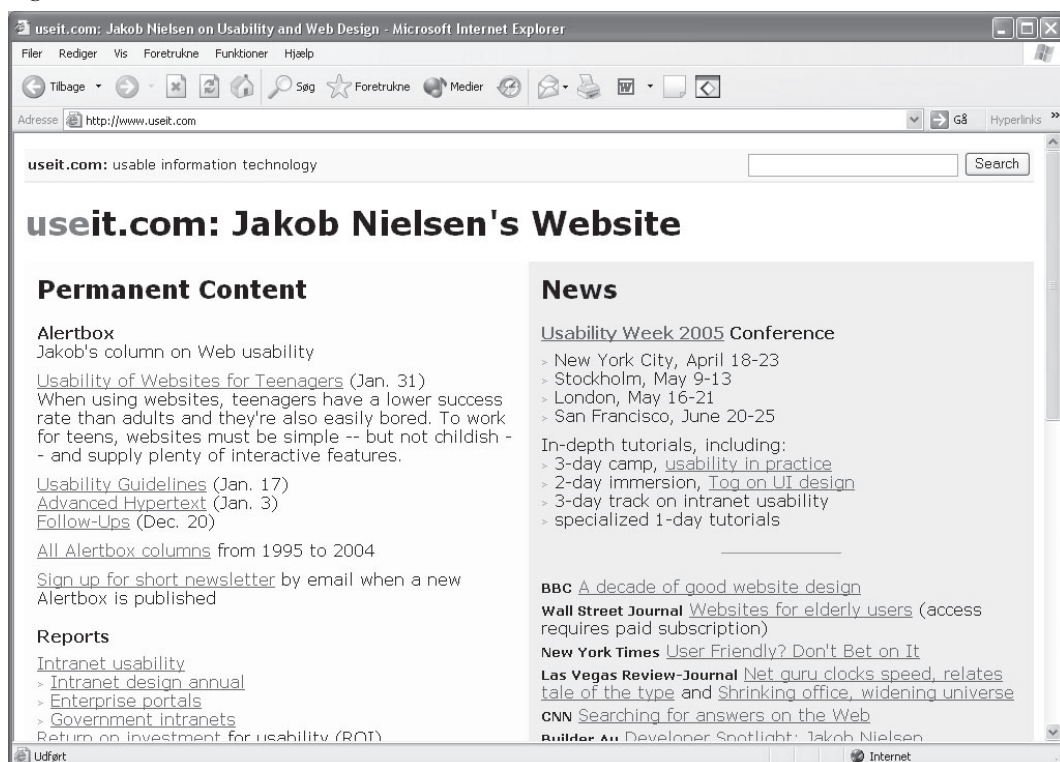
Ida Engholm har i sin ph.d.-afhandling fra 2003 baseret inddelingen af websites på de teknisk- og grafisk-stilistiske aspekter, samt de brancherelaterede aspekter. Engholms inddeling af websites, skal ikke forstås som en kortlæggelse af alle de genrer, som måtte findes inden for webdesign, men nærmere som et udvalg af genrer blandt mange mulige. De genrer, som hun opererer med i afhandlingen *WWW's designhistorie – website udviklingen i et genre- og stilteoretisk perspektiv* er: tekniske rapporter, søgetjenester og informationstjenester, virksomheds- og organisations-sites, e-commerce-sites, branding-sites, webbureau-sites, designerinspirations-sites, nyheds-sites, magasin-sites, underholdnings-sites, privat- og interesseorganisationsdrevne-sites, og webkunst. Engholm lægger ydermere op til, at man kan føje flere genrer til efter behov. Der-

udover bør bogen *Design for www* af Niels Erik Wille og Simon Heilesen også nævnes, idet de også, i et mere begrænset omfang, præsenterer et udvalg af websites som udtryk for forskellige genrer på webben. *Design for www* kan anvendes som et supplement til Engholms afhandling, idet den blandt andet har en beskrivelse af visitkort-genren, som ikke indgår i Engholm afhandling.

Når jeg refererer til genrer inden for webdesign i det følgende, er det med udgangspunkt i både Flemings og Engholms kategoriseringer af websites, idet det er to forskellige måder at inddele websites på, som komplementerer hinanden godt. Flemings seks kategorier egner sig til at udarbejde de funktions- og indholdsmæssige aspekter, hvorimod Engholms inddeling egner sig til at udarbejde de grafisk-stilistiske aspekter. Ud fra min optik skal udformningen af navigationsdesign og de grafisk stilistiske aspekter i overensstemmelse med Engholm således tage udgangspunkt i den branche- eller serviceorganisation, som der arbejdes med.

Man kan med fordel udvide de enkelte kategorier i Engholms genreinddeling med flere underinddelinger af websites alt efter ens behov. Organisations-site-genren kan fx underinddeles i undergenerne:

Figur 2. www.useit.com



ministerielle sites, kommunale sites, kulturorganisations-sites, uddannelsesorganisations-sites, etc.

Kulturorganisations-site-genren kan yderligere inddeles i undergenrerne: biograf-sites, teater-sites, museum-sites, galleri-sites, etc.

Uddannelsesorganisations-site-genren kan underinddeles i genrerne: designskole-sites, universitets-sites, højskole-sites, teknisk-skole-sites, etc. Men man ville stadigvæk ikke kunne komme udenom en vis form for overlap mellem genrerne. Man ville fx nok forvente, at et designskole-site, som fagligt primært hører ind under uddannelsessektor-genren, ville lægge sig grafisk-stilistisk mere op ad de grafiske stilarter, som man forventer at finde på websites inden for kategorien af kulturorganisations-sites.

Når jeg i det følgende refererer til website-genrer, er det således med udgangspunkt i det faglige indhold, som knytter sig til de enkelte branche- eller serviceorganisationer. Det navigationelle design og de grafisk-stilistiske aspekter må derefter tilpasses den enkelte branche- eller serviceorganisations individuelle behov. De færreste websites optræder i ren form eller i overensstemmelse med kun ét af Flemings seks navigationsdesign, dog er et af disse navigationsdesign næsten altid dominerende. De fleste bank-sites er fx en hybrid mellem de navigationsdesign, som knytter sig til både præsentations-site-genren, e-commercesite-genren, og informations-site-genren i Flemings forstand. Det vidner om, at det kan ikke lade sig gøre at finde én måde at inddеле websites på, som løser alle problemer.

Æstetik og funktion

Der er store mængder af websites på nettet, hvor funktionaliteten prioriteres højt og æstetikken kun er tænkt med i det omfang, den kan understøtte funktionaliteten. Fx når vi befinder os på websites inden for informationstjeneste-genren, hvor det primære formål er, at brugeren kan få de informationer, han eller hun søger, så hurtigt og effektivt som muligt, som det fx er tilfældet med www.google.dk.

Det bliver dog sværere og sværere at argumentere for en nedprioritering af æstetikken i forhold til funktionaliteten, også i forbindelse med informations-søgningssites, selvom det klart er funktionaliteten, som er den vigtigste. Det behøver nemlig ikke nødvendigvis at udelukkes, at informations-søgningssites samtidig kan være æstetisk flotte, som det fx er tilfældet med www.rub.ruc.dk. Her er der i høj grad tale om, at den visuelle kommunikation spiller en vigtig rolle til understøttelse af funktionaliteten. Brugeren af websitet kan fx slå op på et kort over biblioteket og i visuel forstand helt præcist se, i hvilken

sektion og på hvilken hylde bogen befinder sig. Derudover er websitet også en æstetiske nydelse, idet samspillet mellem farver, typografi og layout er harmonisk og i overensstemmelse med en modernistisk smag, som flourer i tiden inden for dansk design.

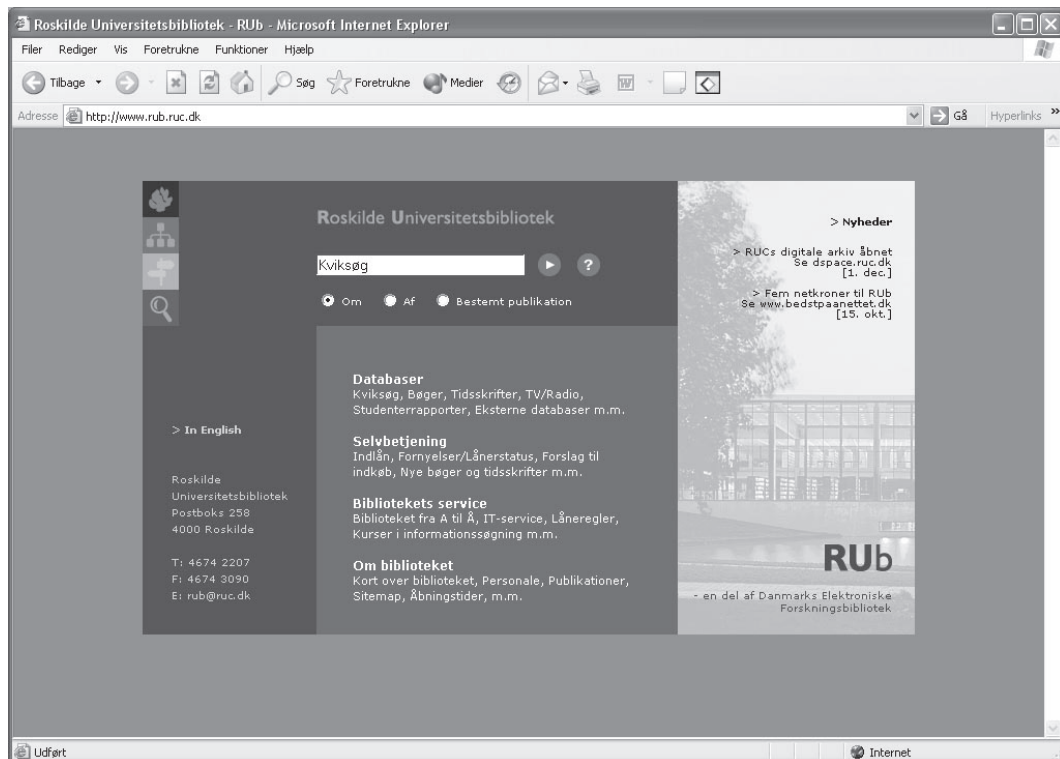
I forbindelse med præsentations-sites inden for den store gruppe af seriøse, saglige og konventionelt bundne organisationer, som fx banker, ministerier, kommuner, nævn, undervisningsanstalter m.m. lægger man generelt vægten på de funktionelle aspekter. Her søger designerne at imødekomme virksomhedernes krav ved at operere inden for genrerens forventningshorisonter alt efter kundens målsætninger. Inden for denne sektor af websites ligger der imidlertid store uudforskede muligheder for at opnå en større brugervenlighed via inddragelse af visuelle virkemidler. De ville kunne understøtte de navigative aspekter og det faglige indhold på en hensigtsmæssig måde, uden at der nødvendigvis behøver at være tale om store sansemæssige oplevelser, selvom der nok ud fra et snævert funktionalistisk synspunkt kunne være tale om en overflødig mængde æstetiske virkemidler.

Æstetik og website-genrer

De æstetiske virkemidler skal tilpasses den genre, man arbejder inden for, og de stilistiske træk, som knytter sig til de forskellige genrer.

Det vigtigste er, at der i udarbejdelsen af websites ikke hersker en ensidig opfattelse af, at det altid er vigtigst at prioritere de funktionelle aspekter, hvorefter de æstetiske aspekter må underordne sig. Et præsentations-site inden for kunstmuseum-genren eller møbeldesign-genren skal naturligvis være brugervenligt, men de grafisk-stilistiske og æstetiske virkemidler spiller en afgørende rolle. Et funktionelt, men uæstetisk website inden for et kunstmuseum-genren ville virke utroværdigt og nærmest ødelæggende for museets image, også selv om navigationen og informations-søgningen fungerer optimalt. Hvis vi skal besøge Bauhausmuseet i Berlin, og på deres hjemmeside bliver mødt med en æstetik i tråd med Jakob Nielsens www.useit.com, ville vi nok tvivle på, hvorvidt dette museum ville være et besøg værd. Til gengæld hører Nielsens website ind under informations-søgning-genren, hvortil vi har helt andre forventninger til æstetiske oplevelser. Og Nielsens målgruppe opsøger da heller ikke www.useit.com for at blive æstetisk stimuleret, hvilket i øvrigt er helt i overensstemmelse med Nielsens intentioner. Det er dog ikke det samme som at sige, at Nielsens website ikke ville vinde ved, som det blev fremhævet tidligere i teksten, at der blev tænkt mere professionelt i brugen af visuelle virkemidler i for-

Figur 3. www.rub.ruc.dk



hold til at understøtte de brugervenlige aspekter og ikke mindst afsenders profil.

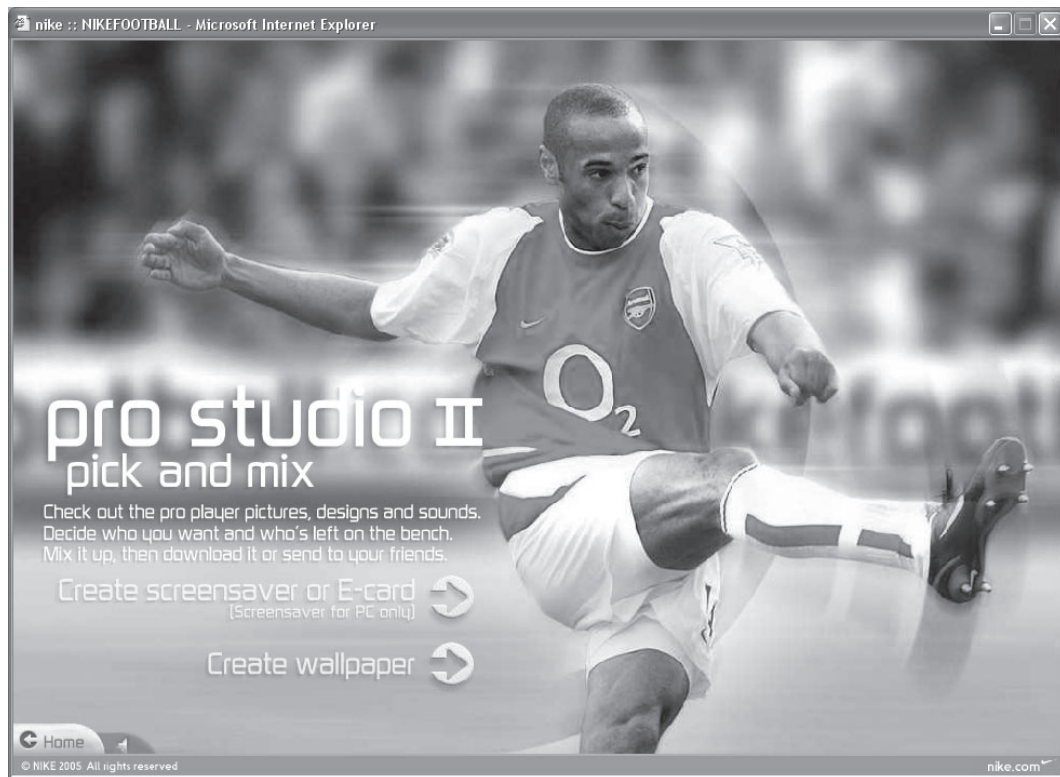
Æstetik og målgrupper

De æstetiske virkemidler skal som udgangspunkt tilpasses målgruppen og brugernes behov og smag. Det ligger i udviklingen, at flere og flere af os forventer æstetiske oplevelser i forbindelse med at besøge websites både inden for underholdnings-genren og e-commerce-genren. Det har Nike forsøgt at imødekomme på www.Nike.com, idet de har udarbejdet et website, som er fuld af oplevelser både for børn og voksne. www.Nike.com har tydeligvis tænkt i målgrupper, hvilket de enkelte links afspejler. www.Nikefootball.nike.com henvender sig til drenge i 12-16-års alderen, og sitets navigatoriske struktur har klare referencer til computerspil, hvor funktionaliteten er ulogisk, og hvor brugervenlighed derfor ikke er i centrum, hvilket er med fuldt overlæg. Der skal være udfordringer, som skal overvindes, når man navigerer på sitet. Det er heller ikke denne sides primære primære formål at sælge sko, men nærmere at opbygge et image og et univers, som appellerer til unge drenges interesser i fodbold. Nikes formål med

Nikefootball-linket er primært at brande sig i forhold til de unge. Det afspejler de postmoderne værdier, som de unge er forankret i, hvor livsstilen er præget af sampling, selvscenesættelse, selvrealisering, samt store krav til nye udfordringer forbundet med sanselige oplevelser.

Linket www.Nikeid.com, som er den egentlige e-commerce side i hele sitet, henvender sig til en bredere målgruppe, nemlig børn, unge og voksne, som gerne vil købe et par Nike-sko. Det at købe et par Nike-sportssko på www.Nikeid.com, som er linket til Nikes vareassortimenter, er forbundet med en god interaktiv oplevelse. Nike er på det punkt foran sin tid. Nikes website er et eksempel på et site, hvor visualitet, sanselige oplevelser og legende tilgang til køb af varer er i centrum. Når vi køber sko på sitet, skal vi først vælge, hvilken type sål skoen skal have, derefter kan vi vælge mellem en række farver og helt efter eget hoved sammensætte skoens farver. Vi kan også signere skoen med vores personlige signatur, hvis vi vil det. Det er nemt og brugervenligt, og der er klart en oplevelse forbundet med indkøbet. De interaktive funktioner og muligheden for at kreere sin helt personlige sko gør det til en leg at handle hos Nike på nettet. Det er helt i tråd med de

Figur 4. www.Nikefootball.com



værdistrømninger, som hersker i samfundet i dag, hvor ønsket om personligt præg og individualitet er fremherskende.

Www.Nike.com er i store træk en hybrid mellem flere genrer; præsentations-genren, e-commerce-genren og underholdnings-genren. Præsentations-genren, som i Nikes tilfælde også kunne betegnes som et branding-site, dvs. Nikes ansigt ud ad til, e-commerce-genren, som giver brugeren mulighed for at købe Nike-sko på sitet, og underholdnings-genren, som giver mulighed for at spille spil og blive underholdt. Vægtningen mellem funktion og æstetik skal således tilpasses de enkelte målgruppers forventninger og behov, hvilket resulterer i, at web-designeren i nogle tilfælde må prioritere de æstetiske oplevelser højest, og at de brugervenlige aspekter må underordne sig.

Æstetik og afsenderprofil

De æstetiske virkemidler spiller en afgørende rolle for afsenders profil og det deraf affødte image af organisationen.

Det er faktisk vigtigt, at websites, som primært har til formål at informere, også er æstetiske. For det

første, fordi æstetikken flere steder understøtter indholdet og navigationen, men også fordi den visuelle kommunikation afspejler organisationen.

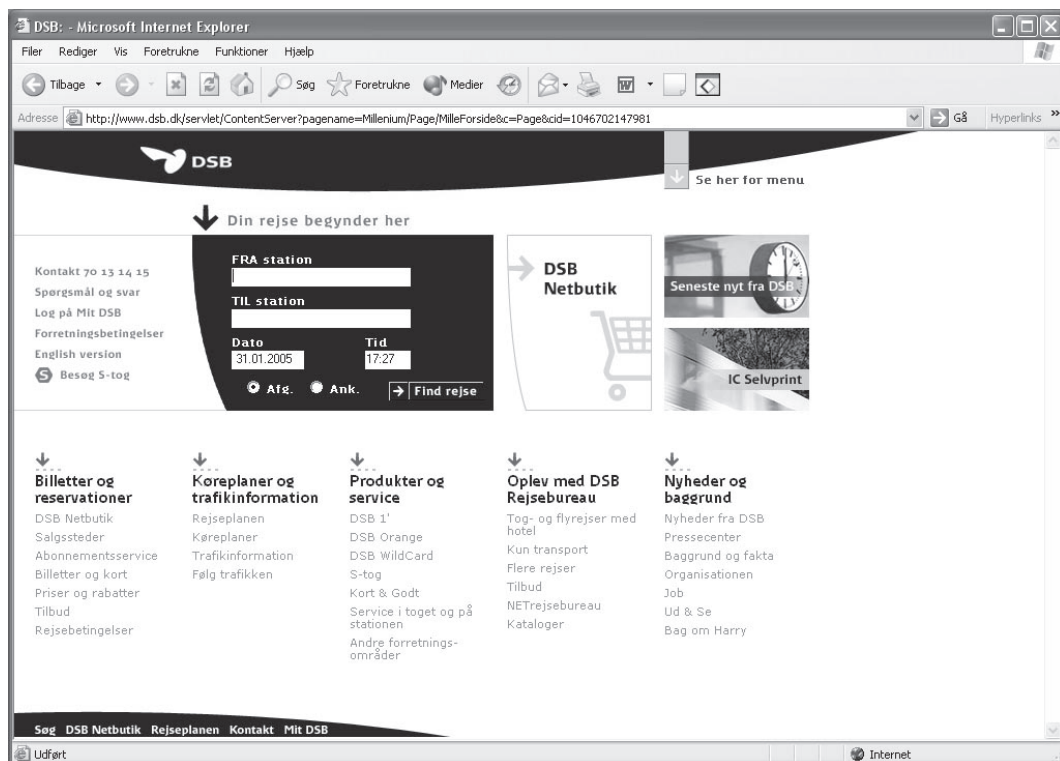
Det lykkedes for DSB at udarbejde en visuel profil på deres website på en gunstig måde¹. DSB's website indeholder et personligt og moderne design, som adskiller sig fra de mere enkle og anonyme design, som man ellers møder inden for serviceorganisationer, som henvender sig til hele befolkningen. For at understøtte det personlige udtryk har de hos DSB udarbejdet et utraditionelt og dynamisk design suppleret med deres egen typografi "Via" i overskrifterne. Layoutet er overskueligt og indikerer at DSB er en organisation, som har orden i tingene og fingeren på pulsen. Der er tænkt helt ned i detaljerne, moderne skrifttype, brug af billeder og luft på siderne.

Æstetik og tidens værdistrømninger

Minimalistiske, æstetiske websites

Sideløbende med, at der dukker flere og flere oplevelsesorienterede websites op på webben, især med henblik på de unge målgrupper, er der samtidig en tydelig tendens til en smagsdiskurs, som hylder

Figur 5. www.DSB.dk



det enkle hyperfunktionalistiske og minimalistiske design. Denne hang til det enkle, men også lidt kedelige grafiske udtryk, uden dog helt at opgive kravet til en balance mellem funktion og æstetik, har præget en del websites inden for serviceorganisation-genren her siden starten af det 21. århundrede. Denne hang til det simplistiske er også nået ud til e-commerce-genren, hvor mange har udskiftet deres ellers oplevelsesorienterede websites med mere enkle og anonyme websites. Sony udskiftede fx i 2003 deres Flash-baserede og multimediale Walkman-website fra begyndelsen af 2002, som indeholdt hele spektret af æstetiske virkemidler i form af lyd, billeder og animationer, med et mere enkelt og anonymt website. Denne drejning til en mere funktionalistisk og hypermodernistisk stil skyldes blandt andet, at man hos Sony erfarede, at der var for mange downloadingsvanskeligheder forbundet med websitet.

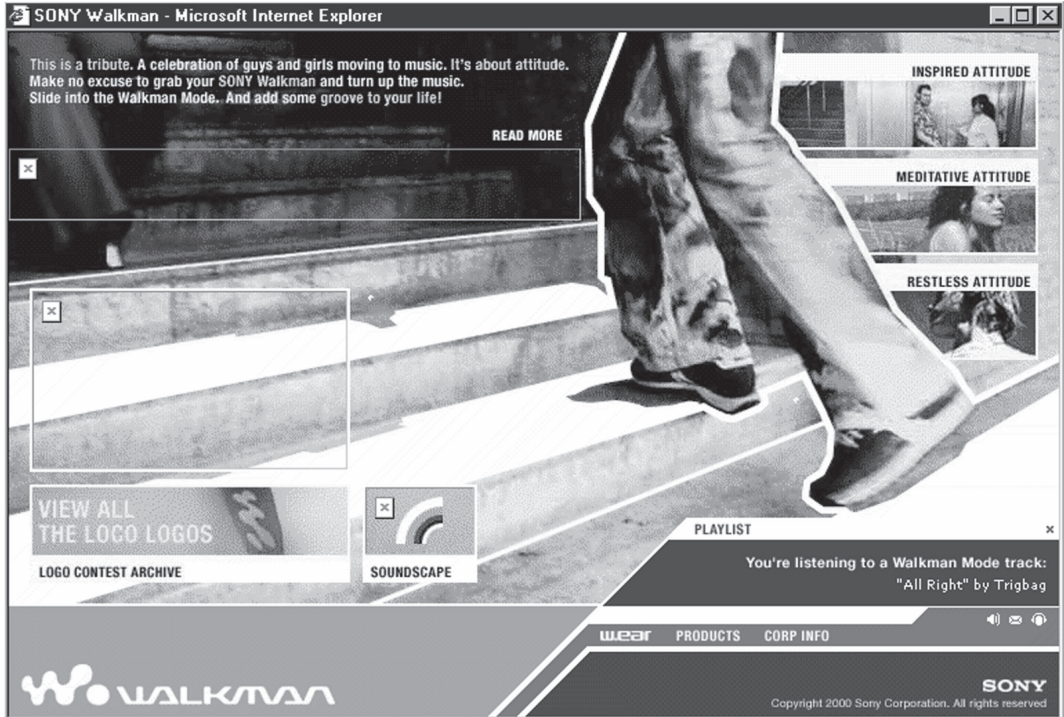
Selvom der inden for gruppen af websites, som søger en balance mellem funktion og æstetik, dukker en større mængde minimalistiske websites op skrabt for al overflødig brug af æstetiske virkemidler, kan de dog stadigvæk godt være særdeles æstetiske i deres enkelhed.

Designeren Bruce Maus præsentations-site: www.Brucemaudesign.com eksemplificerer et site, hvor der er en god balance mellem funktion og æstetik. Til trods for at sitet i princippet er skrabt for al overflødig æstetik, udtrykker de få visuelle virkemidler, der er tilbage i form af farver, skrifttype og layout, til gengæld en høj æstetisk kvalitet inden for det minimalistiske stilparadigme. Der er således ingen sammenhæng mellem den æstetiske oplevelse af et website og mængden af æstetiske eller grafiske virkemidler. Et minimalistisk website skrabt for al overflødig æstetik, hvor det kun drejer sig om skrifttyper og opsætning af tekster, kan være ligeså æstetisk i sit minimalistiske stiludtryk, som et website med mange flotte billeder og lækre Flashinstallationer. Hvorvidt det ene stiludtryk er at fortrække over det andet, afhænger af formålet med sitet og målgruppens smag.

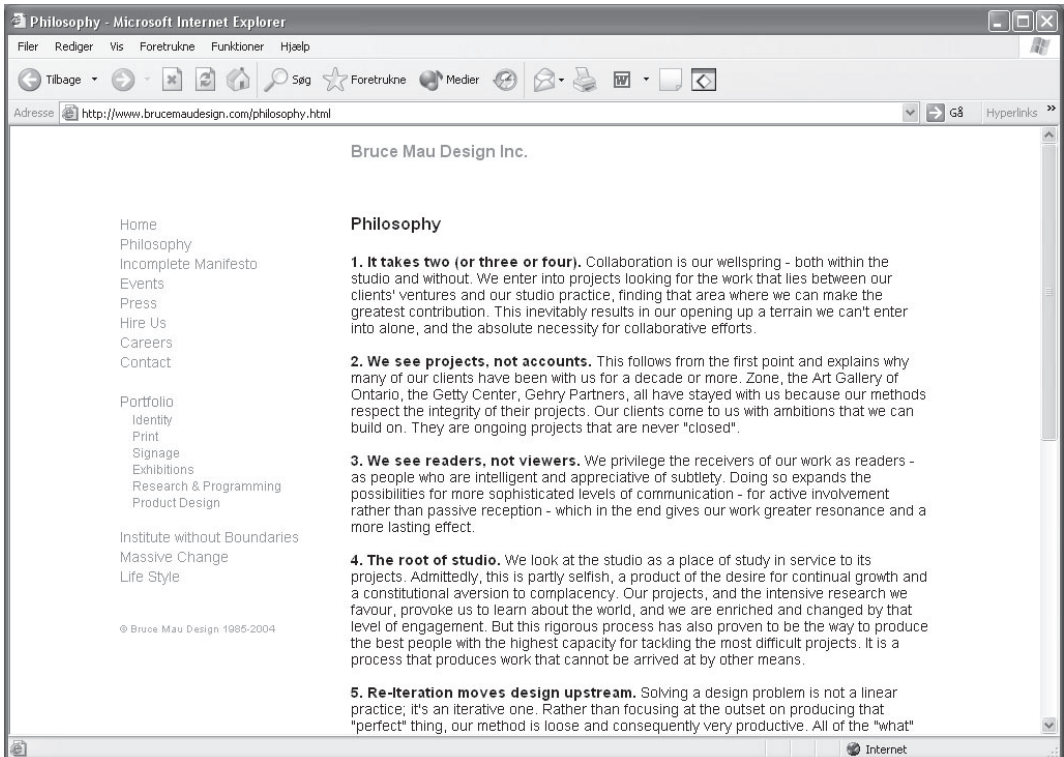
Oplevelsesorienterede, æstetiske websites

I betragtning af tidens værdistrømninger, dvs. vægtingen af visuelle symboler og markedsføringen af hurtigere netforbindelser, kommer vi dog til at se mange flere eksempler på e-commerce-sites, som i

Figur 6. www.sony-europe.com/walkman 2002



Figur 7. www.Brucemaudesign.com



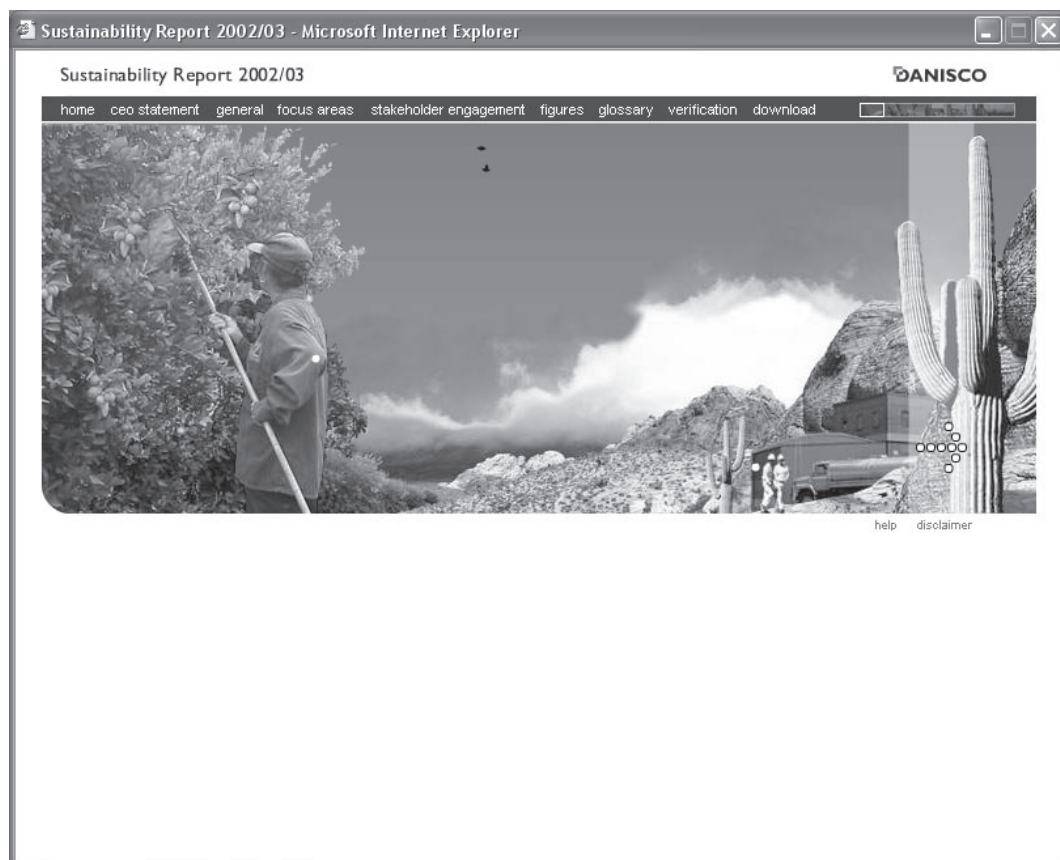
lighed med Nike tilbyder oplevelser i forbindelse med præsentation af deres varer. Der ligger fx store muligheder for at indarbejde oplevelser inden for magasin-sites-genren i form af fx mannequin-opvisninger, videosekvenser, der demonstrerer, hvordan man tilbereder en madopskrift, i takt med at bredbåndet udbredes i befolkningen.

Der er også en tendens til, at websites inden for gruppen af konservative, saglige og konventionelt bundne organisationer får indarbejdet oplevelsesorienterede elementer på deres websites. Den private virksomhed Danisco valgte fx i 2002 at formidle deres årsberetning på nettet med udgangspunkt i oplevelsesorienterede virkemidler, hvor der blev trukket på æstetiske elementer i form af lyd, levende billeder og interaktionsmuligheder for brugeren af sitet. Ved at indlægge et computerspils-agtigt narrativ i Flash på siden "sustainability" inddrog Danisco genremæssige aspekter på websitet, som hører ind under underholdnings-genren. Danisco brød med deres website med de genremæssige normer, som brugerne forventer af et website inden for

denne gruppe af seriøse og lødige præsentations-sites. Danisco har med dette link på deres præsentations-site været på forkant med tiden. Med yderligere raffinement af narrative strukturer og udbredelsen af bredbåndet er dette koncept noget, vi vil komme til at se mere til i fremtiden.

De tekniske og funktionelle aspekter på websitet vil snart blive taget som en selvfølge. De skal bare fungere. Teknologien vil blive opfattet som et selvfølgelig udgangspunkt for æstetiske oplevelser. Ifølge Ida Engholm har diskussionen om funktion og æstetik i webdesign da også lighedstræk med den forskydning i designudtryk, man var vidne til i efterkrigstidens forbrugsboom, hvor mange af de produkter, der kom på markedet – fra cykler til elektriske apparater – kun blev varieret en smule i forhold til deres oprindelige koncepter. Alle tekniske og funktionelle problemer var i realiteten løst, man forventede, at produktet fungerede og gjorde brug af den seneste version af en grundteknologi. I stedet interesserede man sig for at "differentiere" dem ved

Figur 8. *www.Danisco.com*



hjælp af ydre æstetiske og imagemæssige signaler (Engholm 2003, s. 134).

Denne forventning til mere æstetiske og oplevelsesorienterede websites i fremtiden er også en afspjeling af de værdistrømninger, som florerer i tiden. Det postmoderne menneske og især ungdommen i dag er præget af at vokse op i et samfund med stor velstand, som blandt andet skyldes digitaliseringen, hvilket også har medført at de basale fysiske behov, som behov for mad og tag over hovedet, er opfyldt, og når de basale behov er dækkede, bliver der et stigende behov for selvrealisering og oplevelser forbundet med den daglige færden.

Der er allerede en stigende tendens til, at alt fra indkøbscentre til banker er begyndt at gøre opmærksom på sig selv i form af events og udstillinger med spændende interaktionsmuligheder kombineret med sansemæssige oplevelser. Det er ikke længere nok at sælge produkter på nøgterne data. Produkter sælges i stigende grad baseret på immaterielle værdier dvs. de oplevelser og fortællinger, som de kan forbindes med.

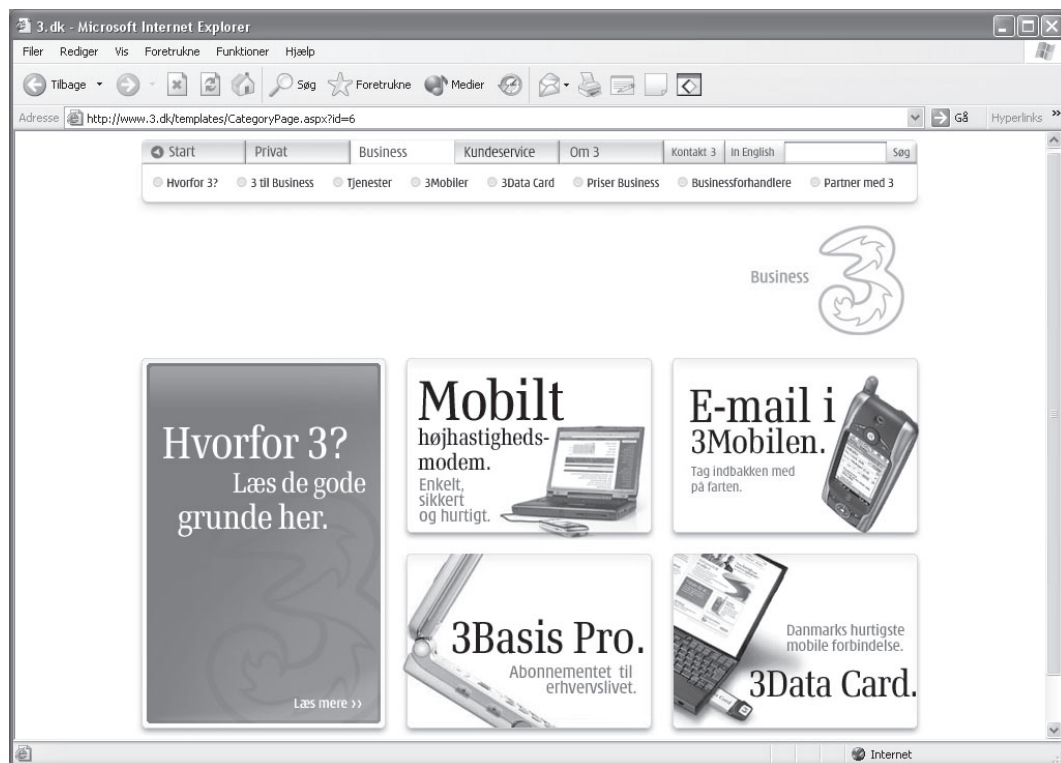
I forbindelse med at gå i forretninger, på cafeer, i shoppingcentre, etc. vil det ikke længere være nok at erhverve sig de ønskede varer. Vi vil have en for-

ventning om også at få nogle oplevelser udover selve varen. Det kunne være i form af spændende indretninger af butikken med nye uventede sammensætninger af vareassortimenter, duftoplevelser, musikvideoer, interaktive oplevelser i forbindelse med at opleve vareassortimentet og ikke mindst nye og innovative indpakninger af vores vare. Disse faktorer bliver udslagsgivende for, om vi vælger at handle det ene eller det andet sted.

Denne samfundsmæssige fokusering på æstetiske og interaktive oplevelser i forbindelse med vores hverdag vil også i stigende grad begynde at afspejle sig på websites. Med henblik på de unge målgrupper findes der allerede en håndfuld oplevelsesorienterede præsentations-sites og e-commerce-sites. Udover www.nike.com tilbyder telefonselskabet www.3.dk også æstetiske oplevelser i form af innovative udformninger af links, Flashsekvenser, og trendsættende typografi på deres website, hvilket kun er en forsmag på, hvad vi kan forvente at fremtiden vil bringe inden for æstetiske og interaktive oplevelsesmuligheder på nettet.

Vi lever således i en tid, hvor de visuelle symboler spiller en mere og mere afgørende rolle i vores hverdag, samtidig med at websitet i et rivende

Figur 9. www.3.dk



tempo bliver det klart foretrukne medievalg, uanset om det drejer sig om informationsøgning, virksomhedspræsentation, e-shopping, underholdning, undervisning, og socialt samvær. Det er derfor tiltrængt, at vi erstatter de meget generelle diskussioner omkring vægtningen af æstetik og funktion på

websites med mere konstruktive diskussioner, som på én gang fokuserer på, hvorledes de visuelle symboler kan understøtte det faglige indhold og funktionaliteten, appellere til målgruppens smag, tilgode og tage hensyn til websitegenren og afsenderens profil.

Note

1. For at opnå en bredere indsigt i den analysemetode, som ligger til grund for blandt andet analysen af DSB's website, henvises til min bog *Visuel kommunikation på websites*.

Referencer

- Cloninger, Curt (2002) *Fresh Styles for Web Designers*. Indianapolis: New Riders.
- Engholm, Ida (2003) *WWW's designhistorie – website udviklingen i et genre- og stilteoretisk perspektiv*. København: IT-Universitetet (Ph.d.-afhandling).
- Fleming, Jennifer (1998) *Web Navigation. Designing the User Experience*. Sebastopol, Californien: O'Reilly & Associates.
- Heilesen, Simon & Wille, Niels Erik (2001) *Design for www*. København: Dansk Designcenter.
- Jakobsen, Poul Erik & Jakobsen, Louise Byg (2003) *Trend Sociologi*. Herning: Pej gruppens forlag (2. udg).

- Nielsen, Jakob (1993) *Usability Engineering*. Boston, San Diego, New York: Academic Press.
- Siegel, David (1996) *Creating Killer Websites*. Indianapolis: Hayden Books (2. udg).
- Thorlacius, Lisbeth (2002) *Visuel kommunikation på websites*. København: Roskilde Universitetsforlag.
- Vejlgaard, Henrik (2004) *Forbrug i designersamfundet*. København: Børsens Forlag.

Illustrationer

- Figur 1: www.mtv2europe.com. (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 2: www.useit.com. (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 3: www.rub.ruc.dk. (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 4: www.Nikefootball.com. (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 5: www.DSB.dk (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 6: www.sony-europe.com/walkman (Besøgt i 2002-2003)
- Figur 7: www.Brucemaudesign.com. (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 8: www.Danisco.com (Besøgt den 19.1.2005)
- Figur 9: www.3.dk. (Besøgt den 19.1.2005)

Skapar nätet ojämlikhet?

SINIKKA SASSI

Det har skett betydande förändringar i vårt samhälle. Nätet och Internet har haft en del i dessa – men hur stor roll har de spelat? Är nätet eller Internet bara ett nytt medium bland andra eller har det en mer genomgripande strukturell betydelse? För tillfället handlar den samhällsrelaterade debatten om nätets institutionella effekter och i synnerhet dess betydelse vid uppkomsten av olikvärdighet och marginalisering. Denna debatt har i internationella sammanhang gått under namnet "digital divide". I den här artikeln är avsikten att beskriva de olika områdena inom diskussionen. Som fenomen är digital divide inte entydigt och beroende på hur man definierar begreppet har det olika följder.

En medlem av den läsande publiken kan finna det ganska svårt att förstå den samhällsrelaterade och teknologiska utvecklingen i ett land som Finland som med bestämda steg går mot informationssamhället. I finländska kvalitetstidningar kan man läsa om såväl informationssamhällets nästa skede med alla dess förunderliga egenskaper som om brutalt, dagligt våld och en växande social ojämlikhet. Hur ska vi få en förståelse för vad som händer i ett västerländskt högteknologisamhälle? Om man sätter ihop dessa två historier får man två olika syner på världen, men som trots allt borde bli enhetliga. Dessa divergerande syner på världen och samhället möts sällan, om ens någonsin, i samma berättelse.

Kan begreppet *digital divide* ge oss en större förståelse för utvecklingen i informationssamhället och överbrygga dessa två frågor? Medan informations- och kommunikationsteknologierna är allt viktigare för den ekonomiska tillväxten i de industrialiserade länderna, har det även uppstått farhågor kring den ojämlikhet som uppstår i informationssamhället. Det ser ut att råda betydande skillnader mellan so-

ciala grupper inom nationer och bland nationer när det gäller tillgång till och användning av de nya informations- och kommunikationsteknologierna. Det här förstås vanligtvis som *digital divide* och termen har snabbt blivit populär då man ska beskriva alla slags skillnader som är förenade med digitala nätverk.

Vad är digital och vad är divide

Begreppet *digital divide* uppstod i USA i slutet av 1990-talet och med det avsågs i synnerhet människornas olika möjligheter att komma in på nätet och kunna dra nytta av användningen av det. Det har framförts misstankar om att de som utvecklat termen också har velat främja försäljningen inom området eftersom det behövs utrustning och gärna också offentlig finansiering för att förhindra olikvärdighet.

Den aktuella frågan lyder: skapar den nya teknologin ny ojämlikhet? Frågan är saklig och samhällsrelaterad sett viktig, men vad betyder *digital divide* exakt? Begreppet verkar lika svårt att greppa som det är lätt att minnas. Idag syftar digital på en presentationsform för information, dvs. på koder som är skapade av numeriska tal och i synnerhet på operering med läsbara data i datorer. Divide innebär i sin tur enligt ordboken vattendelare och i texter har den fått formen "klyfta" eller "tudelning", ofta dessutom i plural. Allmänt kan man förstå *digital divide* som den nya teknologins förmåga att skapa betydande sociala skillnader.

Även om man definierar begreppsparet så här så förblir det ändå diffust, för vilken teknologi avser man egentligen? Det är möjligt att prata om digitala medier eller informations- och kommunikationsteknologi, även om det i praktiken oftast är fråga om Internet. Det finns också andra termer, såsom "nätet", som jag själv har använt i mina undersökningar (Sassi 2000). Fördelen med det senare är att det är ett kollektivt begrepp – precis som media – och det

innefattar den helhetsstruktur som skapas av olika nät. Det är också mer särskiljande än digitala medier eftersom alla medier förr eller senare kommer att vara digitala. Valet av term har en betydelse och en definition av objektet är i själva verket en viktig del av den här diskussionen.

I de undersökningar som rör uppkomsten av ojämlikhet är jämförelser väsentliga och de görs vanligtvis antingen inom samhällen eller mellan dem. I det förstnämnda granskar man skillnader mellan sociala skikt, klasser och grupper medan man i det senare tolkar global olikvärdighet. I praktiken avser man med den digitala tudelningen (Tiedolla 2001) ofta ojämlikhet, i synnerhet i tillgången till information och kunskap och förmågan att använda dem. Klyftan är alltså inte renodlat teknologisk och bakom diskussionen ligger en oro för demokratin och fördelningen av de samhälleliga resurserna.

Före struktureringen av de olika sätten att tala om *digital divide* är det skäl att noggrannare definiera nätets förhållande till uppkomsten av olikvärdighet. Det kan specificeras med åtminstone två tillägsfrågor: skapar nätet främst kulturella skillnader eller skapar det också grundläggande social olikvärdighet. Det kan också formuleras så här:

Enligt ett svagt antagande är uppkomsten av olikvärdighet tillfällig och gäller främst människornas olika färdighet och förmåga att utnyttja nätet. Det kommer också alltid att finnas skillnader eftersom människor är olika. Situationen är inte oroande, utan den skulle också svara mot en utveckling som är typisk för den senmoderna kulturen. Den skulle inte heller kräva särskilda eller några som helst långvariga åtgärder.

Enligt ett starkt antagande skapar informations-samhällets utveckling nya indelningar mellan sociala grupper och fördjupar de gamla. Det här är den kärnfråga i *digital divide* som forskare, politiker och beslutsfattare hoppas hitta ett svar på. Det svar som de flesta hoppas på att finna är att teknologin inte skapar olikvärdighet och att man med hjälp av den t.o.m. kan lindra de tidigare skillnaderna.

Vad är nytt

Granskar man diskussionen närmare är den inte så ny som den vid första anblicken verkar, utan temat är bekant redan från 1970-talet. Då diskuterade man inom Unesco om den nya informationsordningen i världen och var orolig för att medierna var ojämlikt fördelade. Medierna ansågs ha en central roll i den

demokratiska samhällsutvecklingen och därför ansågs bristen på medier eller nyhetsströmmarnas enkelriktning vara ett allvarligt problem (Berrigan 1981, *Many Voices, OneWorld* 1980, Nordenstreng & Varis 1974). Diskussionen kretsade i hög grad kring obalansen mellan Syd och Nord och termerna "gap" eller "klyfta", "information-rich" och "information-poor" eller "informationsrik" och "informationsfattig".

Även om den tidigare diskussionen om olikvärdighet fördes med hjälp av termen "gap" och inte "divide" så avser man med båda liknande skillnader i användning och spridning av medier. Om man på 1970-talet i synnerhet forskade i spridningen av television, radio och telefon och i de internationella informationsströmmarnas riktningar, granskar man nu hur nätet kan användas och hur mångsidiga innehållen är. Då ansåg man att medierna var viktiga med tanke på det demokratiska deltagandet, precis som nu (se t.ex. Becker & Slaton 2000, Hacker & van Dijk 2000, Axford & Huggins 2001). Samtidigt utgjorde medierna ändå centrala symboler för moderniseringen och de mätare som gällde dem fungerade som allmänna indikatorer på utvecklingen. Den västerländska moderniseringen sågs som en universell utveckling och den tanken är inte främmande nu heller.

Den nuvarande diskussionen verkar på ytan ändå vara något annorlunda i den amerikanska och i den europeiska kontexten. I Europeiska unionens program har den sociala dimensionen lyfts fram särskilt och i och med det även teman som delaktighet, deltagande och medborgarskap (t.ex. eLearning Action Plan). I USA syftar man med den digitala klyftan mer direkt på ekonomi, marknader och konkurrenskraft. Tankegången är att de nya teknologierna, såsom Internet och e-post, inte enbart är tjänster som medför ett tilläggsvärde utan allt mer utgör väsentliga redskap i den nya ekonomin. Den elektroniska handeln skulle t.ex. ge individer och små och medelstora företag en möjlighet att delta på de globala marknaderna.

I USA kräver många myndigheter och konsumentorganisationer att teleoperatörerna följer principen om *universal service* (se t.ex. ci-online 2000). Kravet motsvarar den tidigare "universal access"-principen, med vilken man avsåg lika telefontjänster för alla. En viktig motivering för principen om universal service är just det att en jämlik tillgång till Internet, förutom de sociala målen, även främjar konkurrens. Skillnaderna i betoning mellan den nya och den gamla kontinenten är ändå inte stora och grunden är i varje fall tanken om ökad konkurrenskraft. Den europeiska diskussionen skiljer sig även

mellan länderna och när det gäller skapandet av förbindelser och nätverk skiljer sig t.ex. den finska och den svenska modellen klart från varandra.

Olika dikotomier är populära i diskussionerna, t.ex. "haves and have-nots", "knows and knows-not", "information-rich and information-poor". Med hjälp av dem gör man indelningar såväl mellan nationer som inom dem. Centrala frågor är bl.a. följande: Vad förklarar den ojämlika fördelningen i användningen av Internet? I hur hög grad är det en fråga om ekonomiska faktorer? Vilka icke-ekonomiska faktorer bestämmer fördelningen? Är det fråga om teknologins särdrag, Internets egenskaper eller speglar spridningen av nymedia trender som är bekanta från de äldre medierna?

Jag kommer härnäst att gå igenom diskussionen främst utgående från dess objekt och vilka slutsatser man kommer fram till i den. De samhälleliga och akademiska sätten att tala om de nya teknologierna är viktiga, eftersom de leder till rekommendationer och praktiska direktiv. Jag har identifierat fyra sätt att närma sig ämnet. I praktiken är gränserna mellan dem inte så här tydliga, men perspektivet i dem skiljer sig från varandra.

I. Teknisk-administrativt perspektiv

Det första sättet att närma sig ämnet har särskilt Internet i fokus. Perspektivet kan kallas teknisk-administrativt och det finns ofta i bakgrunden i olika sociala experiment och projekt och i teknologi-optimistiska undersökningar (se t.ex. Inkinen 2001, 57-62, Kasvio 2001, 3-5). Avsikten med pilotprojekt, i Finland t.ex. Europeiska unionens Urban-program och Sitras OSKU-projekt¹, är att utvidga användningen av Internet, få med nya användargrupper, utveckla sätten att delta och ibland också explicit att motarbeta utslagning (se även Becker & Slaton 2000). Grundtanken är att Internet har blivit en allt viktigare del av vardagen. Det erbjuder arbetsplatser, förstärker samfund och hjälper i studierna.

I det här synsättet är tillgång till nätet, användningsfärdigheter och nätets innehåll centrala aspekter. Olikvärdighet granskas utgående från dessa faktorer och föremål är oftast västerländska samhällen där teknologin redan är vitt utbredd. Enligt statistiken är de teknologiska möjligheterna ofta ändå mycket ojämnt fördelade, t.o.m. i framstående informationssamhällen (se t.ex. Norris 2000, första kapitlet; Castells 2001). Situationen blir ännu mer oroväckande om man märker att vissa grupper blir systematiskt utslagna. Eftersom en social och kulturell differentiering är kännetecknande för

moderniseringsprocessen, kan den växande ojämlikheten i anknytning till informationen också vara en oundviklig följd (van Dijk 1999, 153).

Även om den statistiska medelanvändaren inte längre är en "utbildad vit man, som hör till medelklassen" och dessutom en konservativ sådan, är vi huvudsakligen ändå långt ifrån den vanliga medborgaren. Regeringarna i olika länder har identifierat problemet och strävar efter att åtgärda det. Undersökningar visar att det t.ex. i USA finns stora skillnader mellan etniska grupper, sociala grupper och åldersgrupper vad gäller spridningen av Internet. President Clinton presenterade år 2000 en plan, där avsikten var att minska den digitala klyftan genom att erbjuda företag skattelättnader, utbilda lärare och bygga datorförsedda samfundscentra i fattiga områden. År 1999 ställde Europeiska unionen för sin del den sociala delaktigheten i främsta rummet som ett av tre huvudmål som ingick i programmet e-Europe Action Plan.

Det vanligaste sättet att försöka förhindra uppkomst av olikvärdighet har överallt varit att förse skolor med Internetförbindelser och att utbilda lärare. På samma linje är också e-Learning-programmet² där man lägger särskild vikt vid att förhindra den digitala tu delningen. I utkastet konstateras att det är fråga om en ny form av social utslagning som beror på människans oförmåga att utnyttja informations- och kommunikationsteknologier. Åtgärder borde särskilt riktas till dem som är i en ogynnsam ställning p.g.a. sin geografiska position, sin samhälleliga ställning eller sina särskilda behov. Den digitala läskunnigheten, som hör till de väsentliga förutsättningarna för deltagandet, är i en nyckelposition.

En sammanfattning av diskussionen är att det är allmänt konstaterat att det finns betydliga skillnader i Internetanvändningen. Vid sidan av detta framförs ofta ett krav på att den offentliga sektorn ska förhindra att klyftorna fördjupas och jämna ut skillnaderna genom att erbjuda alla jämlika möjligheter till användning. Utgångspunkt för detta är tanken om att skillnaderna i nätanvändningen är tillfälliga och att man kan påverka dem effektivt genom lämpliga åtgärder. Ofta ingår även en optimistisk syn på att man kan överbygga de sociala skillnaderna med hjälp av teknologi.

II. De sociala strukturernas perspektiv

Det första synsättet är alltså kännetecknande i synnerhet för teknologi-optimistisk forskning och för samhälleliga försök. Försöken kan sträva efter att jämna ut olikvärdigheten men det är mera sällan de har en grundlig samhällelig analys som utgångs-

punkt. En bredare uppdragsformulering hör sällan till deras natur, men som Jankowski (2003) konstaterar vore det nödvändigt att skapa en teori som bakgrund för de praktiska åtgärderna. Eftersom samhällseliga projekt och försök så klart fokuserar på medel och förfaringsätt, ökar de inte nämnvärt den teoretiska förståelsen på området.

En annan synvinkel är mer forskningsinriktad och dess utgångspunkt är de sociala strukturerna i samhället, vilka skillnaderna i Internetanvändningen jämförs med. Diskussionen kan ses som en del av en mer allmän granskning av interaktionen mellan teknologi och samhälle, där än den ena, än den andra parten är i fokus. Då den nya teknologin börjar spridas ges den ofta revolutionära, samhällsomvälvande egenskaper. Som motvikt uppstår inlägg där man betonar samhällets och de sociala förhållandenas betydelse vid mottagandet och formandet av teknologin (t.ex. Winston 1986, May 2002, Inkien 2001, 62-64).

Det senare synsättet kan kallas för de sociala strukturernas synvinkel och Colin Sparks (2000, 229-255) sammanfattar grundtanken väl. Sparks talar inte enbart om Internet utan om Internetresurser och hans slutsats är att det finns en bestående klyfta mellan de informationsrika och de informationsfattiga oberoende av att användningen av datorer och Internet har spritts till alla grupper och överallt. Bakom olikvärdigheten ligger skillnader i inkomstnivå, utbildning och även etnisk bakgrund. I USA sammanfaller de sociala skillnaderna och användningen av Internet väl och i Europa är situationen likartad. Sparks antar att skillnaderna är mindre i de mer jämlika nordiska länderna både då det gäller fördelning av Internetresurser och förmögenhet, inkomster och förmåner.

I USA har Internet i de mer välbeställda sociala grupperna blivit en "helhetsteknologi" som har hittat sin plats både i arbetsrutinerna och på fritiden (Sparks ibid., 250). Bland de sämre lottade är Internet huvudsakligen ett kommunikationsmedel, d.v.s. en förlängning av telefon och post och som används främst för fritidsbehov och inte nämnvärt har integrerats i arbetet. För tillfället verkar det alltså som Internetanvändningen skulle anpassa sig till sina användares sociala skillnader och avspegla dem. De sociala skillnaderna leder till att Internet ger dem som redan har rikedom och makt fler fördelar, i stället för att den rätt och frihet att prata som ingår i Internet skulle förverkligas allmänt. Inte ens i de rika länderna ser det ut att utvecklas på ett sätt som skulle utvidga demokratin. Utgående från situationen i USA drar Sparks slutsatsen att man inte kan vänta sig en tid då datorn och Internet skulle finnas

i varje hem. Ojämligheten i tillgången till nätet kommer att vara en bestående egenskap i online-världen och ojämlikheten är mer beroende av strukturerna än av konjunkturerna.

Den demokratiska potentialen kommer således inte att förverkligas i en nära framtid, utan Internet kommer att finnas till som ett medium för lärande och diskussion snarare för rika vita än för de stora massorna i världen. Enligt Sparks är den politiska och kulturella nytta som människor får av Internet närmare sammankopplad med fördelningen av förmögenhet och makt än för någon annan kommunikationsteknologis del. Pippa Norris (2000) har å sin sida observerat att de undersökningar som har gjorts om utjämning av skillnader i Internetanvändning är motstridiga. Å andra sidan ser det ut som om även lågutbildade, medelinkomsttagare och kvinnor ökar bland användarna i USA. Det betyder att kön och etnisk bakgrund inte längre skulle ha någon betydelse.

Andra undersökningar visar ändå på en motsatt utveckling och att olikvärdighet som är baserad på kön, utbildning och etnisk bakgrund ökar. Enligt dem är det osäkert om skillnaderna utjämnas ens då Internet har blivit helt vardagligt, eftersom t.ex. de etniska skillnaderna är mycket bestående och även kopplade till äldre teknologi. Enligt Norris (ibid., första kapitlet) visade det sig att skillnaderna i Internetanvändning i Europa var störst i några ledande informationssamhällen, såsom Storbritannien, Finland och Danmark. En jämförelse av åren 1996 och 1999 visade att den digitala klyftan i Europa vidgades under den tiden och att skillnader som var baserade på inkomst, utbildning, yrkesmässig ställning och ålder ökade och att bara den könsbaserade skillnaden minskade. Även Norris konstaterade att den digitala klyftan väl kunde förutses och att den på intet sätt var ny.

Nätet och utvecklingsländerna

De som forskat i de sociala strukturerna är också ofta intresserade av att jämföra industri- och utvecklingsländer. Det är knappast någon överraskning att skillnaderna mellan olika länder har vuxit, men enligt forskningen är det inte enbart fråga om utrustning, utan t.ex. om lagstiftning. De allt hårdare upphovsrättsbestämmelserna håller utvecklingsländerna borta från informationssektorn och patentlagstiftningen identifierar inte ett ägarförhållande som är baserat på traditionell information, vilket gör utvecklingsländernas situation sämre på de globala marknaderna³. Spridningen av Internet kan också jämföras med spridningen av äldre medier, dvs. tid-

ningar, radio, television och telefon. Här ser man ingen skillnad mellan de nya och de gamla medierna, vilket innebär att människor i fattiga länder huvudsakligen står utanför världens kommunikationsströmmar. Den ojämlika tillgången till Internet speglar snarare den globala olikvärdigheten och ändrar den inte.

Eftersom användningens utbreddhet är klart beroende av bruttonationalprodukt, representerar Internet i den här slutledningskedjan bara en ny olikvärdighet i de fattiga nationernas liv. Förutom tillgång till information råder det också brist på allt annat, d.v.s. basföda, utbildning och hälsovård. Enligt Sparks (2000, 235-238) prognostiserar de ekonomiska faktorerna tydligare än någon annan faktor internationella skillnader i deltagandet i informationssamhället. Läskunnighet, utbildning och demokrati har ingen självständig effekt på utbredningen av Internet, precis som de inte har haft någon effekt på spridningen av äldre medier. Skillnaden i fördelningen av radio- och tv-apparater i fattigare och rikare länder har t.ex. inte minskat, trots att mottagarna är mycket vanligare globalt sett.

Slutsatsen är alltså att olikvärdigheten i Internet-användningen mellan de fattiga och de rika länderna inte kommer att försvinna även om allt fler människor börjar använda Internet. I det första skedet har möjligheten att använda Internet i själva verket snarare förstärkt den ekonomiska olikvärdigheten än att utjämnat den. Därför kräver man att den offentliga sektorn starkt deltar. Behovet är att söka samhällsliga mekanismer, med hjälp av vilka teknologin kan fås också till dem som är för fattiga eller för utslagna för att själva ordna tillträde till nätet.

Norris (2000, andra kapitlet) konstaterar att om det bara vore fråga om Internet som teknologi, skulle det vara tillräckligt att öka antalet apparater, förkovra färdigheterna och förbättra förbindelserna. Att koppla upp skolor till nätverk och att erbjuda offentliga användningsmöjligheter i fattiga bostadsområden. Detta i sig gör ingen skada och dessa användningsmöjligheter kan för stunden erbjuda hjälp att överbrygga den digitala klyftan. Effekterna är dock små, eftersom problemet med den sociala olikvärdigheten är för djupt rotad i samhället. Även Sparks anser att strävandena i fråga är värdefulla men menar att de inte har träffat rätt. I ett ojämlikt samhälle fördelas Internetresurserna ojämlikt, vilket leder till att den rådande situationen förstärks. Eftersom social ställning och praxis är inbyggda i Internet, kan man enligt Sparks endast förverkliga den demokratiska potentialen till den del det är möjligt att korrigera den sociala ojämlikheten.

III. Informationsstrukturernas och utslagningens perspektiv

Utgångspunkten för det tredje perspektivet är en ojämlik social struktur och informationsteknologiernas aktiva andel i fördjupandet och förstärkandet av olikvärdigheten. Det kan kallas för informationsstrukturernas och utslagningens perspektiv och en av dess företrädare är Scott Lash (1994, 2002). I den här granskningen har den regionala utslagningen en central ställning och diskussionen gäller inte enbart Internet utan bredare informations- och kommunikationsstrukturer.

Utslagningen har under senare tid undersökts utgående från begreppen marginalisering, fattigdom och underklass (Karjalainen & Seppänen 1998, Room 1995) och man har vanligtvis inte i samband med det funderat över informationsteknologins betydelse. Med utslagning avses inte enbart fattigdom, utan också problem och misslyckanden på flera områden, såsom arbetsmarknaderna, demokratins fält, välfärdssystemet och inom familjen eller samfundet. Om ett av de här områdena är svagt borde de andra kunna kompensera det. Om alla områden är svaga är det fråga om verklig utslagning. Med fattigdom avses alltså fördelningsförhållanden, med utslagning även delaktighetsproblem. Det är fråga om medborgarskapets dimensioner, liten social aktivitet och brist på social integration och makt.

Även om utslagningen är ett mångfacetterat fenomen, är dess viktigaste faktor fortfarande arbetslöshet. Låga löner och atypiska anställningsförhållanden är kännetecknande, precis som att perioder av ekonomisk uppgång inte nämnvärt underlättar situationen för dem som marginaliserats (Wacquant 1996). Utslagningen har blivit regionalt koncentrerad och till den hör att en del bostadsområden stämplas och invånarna alieneras. Kännetecknande för den nya marginaliseringen är också att den i stället för motstånd leder till symbolisk och social splittring.

Lash (1994, 2002) granskar i synnerhet differentieringen av stadsstrukturen och arbetsfördelning och tar med informations- och kommunikationsteknologin. Det är fråga om människornas olika positioner på nätet och fördelningen av dessa positioner regionalt. I bakgrunden finns sönnerfallet av samhällsliga strukturer, t.ex. fackföreningar och olika reglerande institutioner, och i med det en ökande individuell handlingsfrihet. Förändringen gäller alla samhällsklasser, men det är bara i fråga om underklassen som det inte uppstår motsvarande informations- och kommunikationsstrukturer i stäl-

let för dessa. Med underklass avser Lash (1994) den klass, som placerar sig under arbetarklassen och som förutom de "fattiga i ghettona" även innefattar en stor del av "den uteslutna tredjedelen" i informationssamhället. De samhälleliga strukturernas sönderfall leder i ghettona inte till individualisering utan till anomi och brist på reglering, vilket kan ses i att unga bildar gäng samt i rasistiskt våld.

Lash indelar stadsrummet i levande, döda och vilda områden. Att stanna i de döda eller vilda förorterna innebär samtidigt att man stannar utanför informationsstrukturerna och att man förlorar medborgarskapet politiskt och kulturellt sett. Då alltså över- och medelklassen hittar sin plats och sina möjligheter på nätet, går det inte lika bra för underklassen, utan den faller i stället utanför det nätverksbaserade medborgarsamhället. Denna underklass har nästan inga möjligheter att påverka de lösningar som gäller den och inte heller de stora samhälleliga riktlinjerna. Medlemmarna i underklassen anses inte heller vara egentliga konsumenter eller medborgare.

Ojämligheten blir strukturell då å ena sidan "informationseliten" befäster sin ställning med hjälp av teknologin och de marginaliserade grupperna å andra sidan blir utanför det relevanta deltagandet. Medborgarliga rättigheter såsom jämlikhet inför lagen, politiska rättigheter och välfärdssamhällets sociala rättigheter, blir till rättighet att delta i informations- och kommunikationsstrukturerna. I dessa förhållanden fråntas den nya underklassen såväl sina medborgarliga rättigheter som sina skyldigheter och medborgarskapet blir till sin natur snarare kulturell än samhällelig.

Även Manuel Castells (2000, 367-391) hänvisar till den regionala dimensionen och kallar processen för uppkomsten av den fjärde världen. Då kapitalets, arbetets, informationens och marknadernas nätverk förenar funktioner och platser världen över med varandra, utesluter de samtidigt de områden som inte har något värde för den globala ekonomin. En följd av detta är att delar av samhället, områden i städer, regioner och hela länder ställs utanför och saknar ekonomisk betydelse. Castells behandlar också social utslagning, dvs. att stora grupper blir obehövlige ur systemlogikens perspektiv. Det är inte nödvändigtvis fråga om massarbetslöshet, utan mer om arbetets karaktär, lön och anställningsförhållanden. Allt fler måste åka runt efter tillfälliga jobb med liten kontinuitet. Lash och Castells talar inte om en digital klyfta och ger inte heller rekommendationer för hur den ska utjämnas. Lash har snarare strävat efter att visa på motkrafter och -tendenser och Castells är i sin tur mycket försiktig i sina förslag

och hoppas främst att hans forskning ska väcka människor till handling.

IV. Moderniseringens och kapitalismens perspektiv

Det fjärde granskningssättet är en fortsättning på föregående och samtidigt en utvidgning av det. Om man vill ha en fullständig klarhet i informations- och kommunikationsteknologiernas roll, måste man fråga efter orsakerna till dess uppkomst. Till slut kommer man alltså till det moderna samhällets stora utvecklingslinjer och till frågan om förhållandet mellan moderniseringen, kapitalismen och informationsteknologin.

Nätet och moderniseringen

Vilkendera förklarar nätets uppkomst och existens bättre, moderniseringen eller kapitalismen? Det är naturligtvis svårt att skilja deras effekter från varandra, eftersom de uppträder invädda i varandra, men det finns ändå alla skäl att ställa frågan. Enligt Jan van Dijk (1993; 1999, 20-23) finns det en koppling mellan modernisering och informationsteknologi, eftersom näten hjälper till att styra och organisera mycket komplexa moderna samhällen. Informations- och kommunikationens tillväxt förklaras bl.a. med att arbetsfördelningen och differentieringen ökar, att ekonomin och kulturen rationaliseras samt med social och kulturell individualisering.

Det industrialiserade systemet är allt mer beroende av kommunikationsnätverk för styrning och övervakning av produktion, distribution och konsumtion. Efter andra världskriget utklassade datorn byråkratin, som dittills varit förhärskande som kontrollteknologi. Då produktionen gick in i en kris och det uppstod proppar, tog man i bruk informations- och kommunikationsteknologin vid styrning och övervakning. Vid rationaliseringen av ekonomin är det åter fråga om effektivisering och även där har informationsteknologin varit till hjälp. Tack vare automationen kan människoarbete allt mer ersättas med maskiner och dessutom har informationsteknologin hjälpt till att göra hierarkin i organisationerna lättare och att förenkla materiella och andra strömmar.

I västländernas sociala struktur har det enligt van Dijk också inträffat en genomgripande förändring då de traditionella samfunden har försvunnit och det i stället för dem har uppstått allt mer selektiva samfund och spridda sociala nätverk. Det är fråga om en utvidgning av privatiseringen och att informations- och kommunikationsteknologin har kommit som ett svar på såväl mänsklig kontakt som rationalisering

av produktionen. Nätet är alltså kopplat till moderniseringen på två sätt: det har blivit ekonomins och förvaltningens nya organisationsgrund och är samtidigt ny förmedlare för det sociala livet och för kommunikationen.

Nätet och kapitalismen

Om moderniseringen förklarar nätets uppkomst, förklarar kapitalismen dess verkningar. Graham Murdock (1993) har frågat vilkendera som har haft en större inverkan på den västerländska utvecklingen, kapitalismen eller moderniseringen och tror själv att det är kapitalismen. Då man ser till ekonomin är det lättare att förstå nätets effekter först då rationaliseringen förenas med global konkurrens och kapitalistisk strävan efter vinst.

Såväl Lash (2002) som Castells (2000) har behandlat den globala ekonomiska ordningen. Lash beskriver den som informationalistisk, men samtidigt mer kapitalistisk än någonsin. Ackumuleringen av kapital innebär samtidigt en ackumulering av information och informationens transformation till "historiens motor". I det här produktionssättet bestäms olikvärdigheten inte så mycket av produktionsförhållanden mellan företag och arbetstagare som av informationsströmmarna och -strukturerna, och mer centralt än utsugning blir uteslutning. Castells konstaterar å sin sida att följderna av den globala kapitalismen för den sociala jämlikheten är uppenbara även om de är komplicerade. Kännetecknande för det nya systemet är den växande polariseringen, den samtidiga tillväxten i både den sociala skalans topp och botten. Det är en följd av differentieringen av arbetskraften till å ena sidan produktiv arbetskraft och å andra sidan ersättbar arbetskraft. I samma riktning verkar också individualiseringen av arbetskraften, vilket försvagar den kollektiva organisationen och den gradvisa förstörelsen av välfärdsstaten, vilket tar bort skyddsnätet av de fattigaste.

Ökningen av ojämlikheten och polariseringen är inte oundviklig och den kan bekämpas med genomtänkta offentliga åtgärder. Enligt Castells (se även 2001, 247-271) hör ojämlikhet och polarisering ändå till den informationalistiska kapitalismens dynamik och förstärks om man inte vidtar medvetna motåtgärder. Gränsen mellan överlevnad och utslagning är allt diffusare för en allt större mängd människor i alla samhällen. De kapitalistiska samhällenas styrka utvecklad under den industrialiserade tiden bestod av ett brett och stabilt mellanskikt. Då skyddsnätet har förlorats under den period som följer på välfärdsstaten och den kontinuerliga uppdateringen av de färdigheter som behövs i arbetet inte

lyckas, faller människorna av konkurrensen och slutar i en neråtgående social cirkel. Utslagningsprocesserna gäller inte enbart dem som är i "en verkligt ogynnsam ställning" utan också alla dem vars liv har blivit en kamp mot att bli värdelös och falla ner till underklassen.

Castells konstaterar att de grundläggande sociala klyftorna under informationens tidevarv är arbetskraftens interna differentiering i informationella producenter och lättersättlig allmän arbetskraft och den sociala uteslutningen av ett betydande samhällsligt segment. Detta segment består av individer som anses vara odugliga och vars värde som arbetstagare och konsument har slutantvänts.

Hur ska diskussionen kring *digital divide* utvärderas?

För att bringa klarhet i de olika synsätten kommer jag för det första att relatera dem till retoriken kring informationssamhället och för det andra till erfarenheterna i ett litet nordiskt land, som strävar efter att vara föregångare i den informationsteknologiska utvecklingen. De olika synsätten kommer att behandlas som idealmodeller, lösgjorda från respektive författare och kommer att placeras in i moderniseringsdiskursen.

Jag sammanfattar först kort likheterna, skillnaderna och särdragen i de olika synsätten. Gemensamt för dem alla är att det i teknologianvändningen idag finns tydlig olikvärdighet, däremot skiljer de sig när det gäller synen på hur allvarligt problemet är. I fokus för det första synsättet är Internet, i vars användning man har konstaterat klara, men mer konjunkturberoende och strukturella skillnader. Enligt det är de föreslagna åtgärderna kortvariga och riktas i synnerhet på en ökning av utrustning, utbildning och relevanta innehåll. I fokus för det andra synsättet står också Internet eller i Sparks termer Internetresurser. Där anses ojämlikheten vara strukturell och oberoende av konjunkturerna. Därför är inte heller rekommendationerna småskaliga utan det är snarare fråga om ett krav som är inriktat på att avskaffa de grundläggande samhälleliga olikvärdigheterna.

Det tredje och det fjärde synsättet är kopplade till varandra, men i det fjärde synsättet dyker man bara djupare ner i det moderna samhällets utvecklingstrender. Kärntanken är densamma som i det andra synsättet, dvs. att den ojämlikhet som är kopplad till användningen av teknologi är strukturell. Dessutom anses informationsteknologin ytterligare fördjupa den redan existerande ojämlikheten och också skapa ny. Då man utreder orsakerna till utvecklingen kommer man till såväl moderniseringen som

kapitalismen. Rekommendationerna, om någon vågar ge dem, är radikala: avskaffa den globala kapitalismen (Chossudovsky 1999).

Det teknokratiska synsättet är huvudsakligen ett resultat av informationssamhällets 'projekt' i sig och bekräftar således det. De övriga tre synsätten är motargument till retoriken kring informations-samhället och är kritiska till projektet. De ser informations-samhället snarare som en ideologisk konstruktion än som ett empiriskt fenomen (se t.ex. Garnham 2000). Den sociala strukturens synsätt ifrågasätter informationsteknologins autonomi som samhällelig kraft och betonar i stället andra faktorer som roll i den samhälleliga utvecklingen.

De åtgärder som föreslås av de olika synsätten skiljer sig delvis beroende på hur de definierar teknologi. När horisonten expanderar från institutionella arrangemang till hela det ekonomiska systemet och moderniseringsprocessen, utvidgas också definitionen av teknologi från Internet till hela informations- och kommunikationsstrukturen. Olika konceptualiseringar resulterar sålunda i olika sätt att förstå subjektet. *Digital divide* kan uppfattas som ett allvarligt socialt problem eller som en tillfällig olägenhet, beroende på de grundläggande konceptuella valen.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att ju bredare perspektivet är, desto allvarligare är tonen och desto mer alarmerande är framtidsutsikterna. Förutom det första perspektivet framför de alla andra starka argument för att de digitala klyftorna och den samhälleliga ojämlikheten kommer att bestå. De pekar på att vi borde sträva efter radikala politiska förändringar om vi vill bibehålla samhällsordningen och tillräckliga välfärdsarrangemang.

Ett litet nordligt land

Vad berättar Finlands erfarenheter om hur giltiga dessa synpunkter är – förstärks de mer optimistiska eller pessimistiska synsätten? Då man utvärderar de finländska erfarenheterna är det väsentligt att se på hur kraftig olikvärdighetsutvecklingen har varit under de senaste åren. Situationen är inte entydig, eftersom statistiken visar att de regionala skillnaderna på senare tid har minskat då det gäller nätets spridning och användningen av det och att kvinnorna har gått förbi männen i många åldersgrupper då det gäller användning av Internet och e-post. (Nurmela et al. 2002; On the road to the Finnish Society III). Det ser också ut som om åldern på de små hushållen i glesbygden och låga inkomster förklarar en stor del av de nuvarande skillnaderna. Att bli utanför teknologin ser i Finland inte ut att vara ett stort problem och detsamma gäller också det övriga Norden (Nordic Informa-

tion Society Statistics, 2002). Sett ur en begränsad synvinkel så torde allt vara förhållandevis väl i landet.

Sett ur ett bredare perspektiv är det inte nödvändigtvis så. Statistiken visar att inkomstskillnaderna växte systematiskt från mitten av 1990-talet och sex år framåt (Statistikcentralen 2002). Å andra sidan är det inte helt klart hur bra t.ex. Lashes underklassbegrepp fungerar i våra förhållanden. I Finland har man försökt förhindra regional differentiering med politiska åtgärder, men trots det förekommer det ansamlingar av sämre lottade på samma sätt som fattigdom i någon mån går i arv. Det syns ställvis i stadsbilden och en hel stadsdel har kallats för ett öppenvårdsområde. Det finns bostadsområden som i medeltal har fler arbetslösa, sådana som lever av utkomststöd och totalt utslagna, dvs. människor som på inget sätt kan fås tillbaka i samhället.

För en del av dessa människor har informations-teknologin ingen betydelse, för andra har den det, vilket berättar om hur svåra klassificeringarna är. Gränserna går inte på något självklart sätt mellan grupperna utan delvis inom dem. Även om skillnader som gäller spridningen av teknologin har minskat, berättigar det inte att som Castells och Himanen (2001) tala om den finländska modellen, där man på ett lyckat sätt kombinerat välfärdsstaten med ett rättvist informations-samhälle. Bakom statistiken finns det många människor som förhåller sig cyniskt eller tvivlande till utvecklandet av informations-samhället.

Castells syn på den nya globala ordningen får respons också i Finland. Enligt beskrivningen har miljoner människor världen över ständigt korta jobb, inget jobb alls eller s.k. grå arbeten. Sannolikheten för kriser i familjer ökar i och med att man förlorar en fast anställning och till följd av många arbetstagens svaga förhandlingsposition. Många av dessa kriser är sammankopplade och leder in på en utslagningscirkel, dvs. med Castells ord i ”den informationella kapitalismens svarta hål”, från vilka det statistiskt sett är svårt att rymma.

Därför borde den finländska modellen hellre förstås som ett ideal, som någonting man strävar efter. Den finländska modellen visar snarare att det i vissa förhållanden inte nödvändigtvis är teknologin i sig själv som är ett hinder utan att orsakerna till utslagningsutvecklingen ligger mycket djupare. Problemet ligger mer i det ekonomiska systemet än i teknologin, eftersom kapitalismen i sin nuvarande form i hög grad definierar nätanvändningen och dess samhälleliga följder. Även om den samhälleliga polariseringsutveckling som Lash och Castells beskriver ännu inte syns väldigt tydligt t.ex. i Norden, förklarar den sannolikt mycket av den globala svallningen och osäkerheten.

Vad kommer sen?

Nätet är alltså med och skapar olikvärdighet, men dess existens behöver nödvändigtvis inte leda till att de samhällsliga klyftorna fördjupas. Vad kan vi då kräva eller göra? Utgångspunkt är tanken om att nätet inte bara är ett medium bland andra utan att det är både ett medium och en del av tidens infrastruktur. Som en sådan helhetsteknologi har den oundvikligen följder som går i många riktningar och som ibland också är motsatta. Då man granskar teknologin ur ett bredare perspektiv är det ofta bättre att tala om informations- och kommunikationsstrukturer än om Internet. Då beaktar man hela samhället. Borde då en kommunikationsforskare vara intresserad av ett så brett perspektiv och ta ansvar för det? Absolut. I den här situationen är det viktigt att skaffa sig en helhetssyn på informations- och kommunikationsstrukturen och de teknologiska följderna eftersom det är fråga om ett brytningsskede.

Även om den digitala klyftan skulle krympa med tiden, är det naivt att tro att teknologin skulle ta bort grundläggande sociala ojämlikheter som är medfödda genom hela det postindustriella samhället. De stora skillnaderna är ett faktum i hela världen: de 500 miljoner afrikaner som bor söder om Sahara har tillgång till 14 miljoner telefonlinjer, dvs. färre än på Manhattan eller i Tokyo. I Afrika finns det 17 radioapparater per 100 människor och 5 tv-apparater. Utgående från detta verkar det osannolikt att den globala digitala klyftan skulle försvinna i en nära framtid.

Eftersom nätet är tidens allmänmedium, går det inte att stanna utanför – inte här och inte i u-länderna. Även om det kan verka motsägelsefullt så är ändå kravet på lika användningsmöjligheter för alla viktigt och där är också de smalare samhällsliga programmen nyttiga. Världen är å ena sidan tudelad, som i Sparks beskrivning, men å andra sidan mycket mer nyanserad. Eftersom social förändring alltid är möjlig i någon mån, kunde vi påverka situationen mycket mer målmedvetet. Det vore viktigt att utveckla sådana fria och öppna system som skulle gynna "delandets politik" i stället för "ägandets politik" (t.ex. Vaden & Stallman 2002).

Fusionen mellan mobiltelefoner och Internet kan komma att forma en radikalt annorlunda bas för nätanvändningen än vi hittills varit vana vid. Eftersom Internet är en social teknologi, som tar åtminstone en del av sin form från de dagliga användningsmönstren kan det, som Sparks (2000) säger, socialt 'uppfinnas på nytt'. Det är uppenbart att denna omformning kan ta sig diametralt olika uttryck, såsom privata kommersiella intressen eller ett delat gemen-

samt bästa, beroende på de rådande samhällsliga krafterna. I synnerhet kunde de fattigare länderna dra nytta av en fusion av mobiltelefonen och Internet, förutsatt att en mycket större vikt fästs vid de verkliga behoven och önskemålen i dessa länder. Det som är väsentligt är utvecklingen av nya småskaliga mjuk- och hårdvarulösningar. För tillfället ser det ut som om innehållet förblir en utmaning, medan förbindelserna klart kan utvidgas. Förutom innehållsproduktionen gäller det också andra områden såsom mångfalden av språk och frågor kring copyright och immateriella rättigheter.

Det finns inte heller skäl att se människorna i de fattiga länderna som oförmögna att använda digital teknologi. Redan för några år sedan fanns det Internetkiosker i Gambia i Västafrika, där människor kunde hålla kontakt med sina släktingar i Europa och USA. På plats fanns enligt gammal afrikansk sed en skrivare som förmedlade budskapet om sändaren själv inte kunde läsa eller skriva. Också i Peru, i Limas slumkvarter, har man grundat försäljningsstånd, där man kommer in på nätet till priset av en bussbiljett. Statistiken och strukturgranskningen når inte alltid den mänskliga upplevelsen särskilt väl och t.ex. de somalier som bor i Finland kan samtidigt vara utomstående i det här samhället men ändå aktiva inom sitt eget samfund. Somalierna utnyttjar nätet väl för sin interna kommunikation såväl i Finland som utomlands och är på så sätt inte utslagna.

I u-länder och i avlägsna och fattiga områden ligger de digitala nätverkens demokratiska potential i synnerhet i att förstärka de organisatoriska kopplingarna och nätverkskapaciteten och förbättra tillgången till information och kommunikation. I det här avseendet är diskussionen kring det offentliga rummet och utvecklingen av tillämpningar med öppen källkod väsentliga, eftersom kostnaderna för att skapa informationsstrukturer är ett inbyggt hinder. Fri programvara och tillämpningar med öppen källkod kan skapas på jämlik grund, medan det nu inte finns några tillgängliga alternativ alls (t.ex. Rajani 2003). Viktigt är att när dessa apparater och tillämpningar introduceras i utvecklingsländer, kan deras värde kanske också förstås bättre i teknologiskt framstående länder.

Nätet sprids och ändrar världen oberoende av om man gör medvetna ansträngningar uppifrån eller inte. Dessa ansträngningar behövs ändå om man oroar sig det minsta för ojämlikhet.

Även om världens olika delar skiljer sig från varandra i många avseenden, har de ett gemensamt: det är människornas möjlighet att stärka kontrollen över sina livsvillkor som står på spel, inte teknologin i sig.

Noter

1. <http://www.oskut.net/svenska.html>
2. eLearning Action Plan (2003)
<http://www.elearningeuropa.info/>
3. Brendan Scott: Copyright in a Frictionless World http://www.firstmonday.org/issues/issue6_9/scott/

Litteratur

- Axford, Barrie & Huggins, Richard (red.) (2001) *The New Media and Politics*. London: Sage.
- Becker, Ted & Slaton, Daryl (2000) *The Future of Tele-democracy*. Westport: Praeger.
- Berrigan, Frances J. (1981) *Community Communications. The Role of Community Media in Development*. Unesco Reports and Papers on Mass Communication. Paris: Unesco Press.
- Castells, Manuel (2000) *End of Millenium*. Second edition. Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel (2001) *The Internet Galaxy*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, Manuel & Himanen, Pekka (2001) *Suomen tietoyhteiskuntamalli*. Helsinki: WSOY.
- Castells, M. and Himanen, P. (2002) *The Information Society and the Welfare State: the Finnish Model*. Oxford: Oxford University Press.)
- Chossudovsky, Michel (1999) *Globalization of Poverty. Impacts of IMF and World Bank Reforms*. Penang: Third World Network.
- ci-online (September 2000) Cover story: Universal service: Are you being served? (konsulerad januari 2002) <http://www.totaltele.com/view.asp?articleID=31496&Pub=CI&categoryid=705&kw=digital+divide>, http://www.careertools.org/rlib/doc_display.asp?DOCN=7167
- Hacker, Kenneth L. & van Dijk, Jan (red.) (2000) *Digital Democracy. Issues of Theory and Practice*. London: Sage.
- Inkinen, Tommi (2001) *Tieto, kone, alue ja ihminen. Kulttuurimaantieteellinen näkökulma tietoverkkojen yhteiskuntaan*. [Data, maskin, område och människa. En kulturgeografisk synpunkt på nätverkssamhället] Finnish Information Studies 18. Turku: Åbo Akademi.
- Jankowski, Nicholas W. (2003) *Community Media Research: A Quest for Theoretically-Grounded Models. Javnost – The Public*, Vol. 10, 2003/1. ss. 5-14.
- Karjalainen, Pekka & Seppänen, Marjaana (1998) *Köyhyys, työttömyys ja asuin ympäristö [Fattigdom, arbetslöshet och boendemiljö]. Yhteiskuntasuunnittelu*, vol. 36:2, 43-59.
- Kasvio, Antti (2001) *"Information Society" as a Theoretical Research Programme*. Methodological starting points for concrete analysis. (konsulerad november 2004) <http://www.info.uta.fi/winsoc/engl/lect/THEORY.htm>
- Lash, Scott (2002) *Critique of Information*. London: Sage.
- Lash, Scott (1994) *Reflexivity and its Doubles: Structure, Aesthetics, Community*. i Ulrich Beck, Anthony Giddens and Scott Lash (1994) *Reflexive Modernization*. Cambridge: Polity Press, 110-173.
- Many Voices, One World. Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order* (1980). Unesco. London: Kogan Page.
- May, Christopher (2002) *Information Society: A Sceptical View*. Cambridge: Polity Press.
- Murdock, Graham (1993) *Communications and the Constitution of Modernity. Media, Culture and Society*, Vol. 15 (1993), 521-620.
- Nordenstreng, Kaarle & Varis, Tapio (1974) *Television Traffic: A One-way Street? A survey and analysis of the international flow of television programme material*. Reports and papers on mass communication nro 70. Paris: Unesco.
- Nordic Information Society Statistics (2002) Helsinki: Yliopistopaino.
- Norris, Pippa (2000) *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty & the Internet in Democratic Societies*. <http://ksghome.harvard.edu/~pnorris.shorenstein.ksg/book1.htm>
<http://web.archive.org/web/20010217154551/http://ksghome.harvard.edu/~pnorris.shorenstein.ksg/book1.htm>
- Nurmela, Juha & Parjo, Lea & Ylitalo, Marko (2002) *The Great Migration to the Information Society: Patterns of ICT Diffusion in Finland 1996-2002*. Statistics Finland 2003/1. Helsinki: Tilastokeskus.
- On the Road to the Finnish Information Society III*. Statistics Finland. (konsulerad november 2004) http://www.stat.fi/tk/yr/tietoyhteiskunta/tytk_en.html
- Room, Graham (1999) *Poverty and Social Exclusion: the New European Agenda for Policy and Research*. i Room, Graham (red.): *Beyond the Threshold. The Measurement and Analysis of Social Exclusion*. Bristol: Policy Press, 1-9.
- Sassi, Sinikka (2000) *Verkko kansalaisyhteiskunnan käytössä. Tutkimus Internetistä ja uusista politiikan muodoista* [Nätet i medborgsamhällets användning. En undersökning om Internet och nya former av politik]. Viestinnän julkaisuja 3. Helsinki: Yliopistopaino.
- Sparks, Colin (2000) *The Distribution of Online Resurces and the Democratic Potential of the Internet*. i van Cuilenburg, Jan & van der Wurff, Richard (red.) *Cultural, Economic and Policy Foundations for Media Openness and Diversity in East and West*. Amsterdam: Het Spinhuis, 229-254.
- Statistikcentralen (2002) *Tulonjakotilasto* (Inkomstfördelningssstatistik). <http://tilastokeskus.fi/tk/el/tulo/tulonj.html> (konsulerad november 2004) http://www.tilastokeskus.fi/index_ru.html
- Wacquant, Loic J.D. (1996) *The Rise of Advanced Marginality. Notes on its Nature and Implications*. *Acta Sociologica* 39(2), 121-139.
- Vaden, Tere & Stallman, M. Richard (2002) *Koodi vapaaksi: hakkerietiikan vaativuus* (Koden fri: den krävande hackeretiken). Tampere: Tampere University Press.

van Dijk, Jan (1993) Communication Networks and Modernization. *Communication Research*, Vol. 20 No 3, June 1993, 384-407.

van Dijk, Jan (1999) *The Network Society. Social Aspects of New Media*. London: Sage.

Winston, Brian (1986) *Misunderstanding Media*. London: Routledge & Kegan, Paul.

n
o
r
d
s
k
e

17.

medieforskerkonference

11. – 14. august 2005
Aalborg - Danmark

www.medieforsker.aau.dk

The Norwegian Media Image of the War in Afghanistan

Peacekeeping or Aggression?

RUNE OTTOSEN

The attack on Afghanistan began on October 7 2001, and was an expected response to the attacks of hijackers on several targets in the US on September 11 of the same year. The attack was expected because US President George W. Bush had warned in several speeches that such an attack would come. "Either you are with us or with the terrorists" he said in his television speech of September 20. This was the warning of a dicotomized global conflict, divided into two groups, "friends" and "enemies". The attack was also the beginning of "the war on terror", with the declared aim of chasing potential al-Qaida members from their bases in the Afghanistan mountains and removing the Taliban regime¹ (Ottosen 2002b).

Norway and the Norwegian media had to take a position in this new landscape in the war against terror. Norway has traditionally been a close ally with the US and has been a loyal NATO member since 1949 (Ottosen 2001). After the Cold War and the breakdown of the Soviet Union and the Warsaw Pact NATO developed a new activist policy, representing a break with the traditional collective self-defence concept. Norway has played an active role in the NATO-led IFOR and SFOR forces in Bosnia and the KFOR forces in Kosovo. Norwegian forces were involved in a military intervention for the first time since the Second World War when the former Yugoslavia was attacked in April 1999. At that time, Norway provided a military support function in the attack and placed fighter planes and Norwegian pilots at the disposal of the attacking NATO force. The war in Afghanistan represented an additional dimension, with Norwegian

ground forces taking part in the hunt for al-Qaida forces in the mountains of Afghanistan. With the exception of the Socialist Left party (SV), all parties in Parliament (Stortinget) agreed to answer in the affirmative when US requested Norwegian military support in Afghanistan. Under US command Norway contributed fighter planes, transport planes, helicopters and ground forces. A central task of the Norwegian forces was to clear undetonated mines on the ground. However, some of the Norwegian forces' tasks were kept secret, explained to be for security reasons. (Garbo 2002:40-50).

The historical dimension of this military action was underlined when NATO formally took over leadership of the international peacekeeping forces (ISAF). This was the first time in history that NATO assumed such a responsibility outside Europe, although no one doubts that the US will remain the dominant force within ISAF. As a commentary in a Norwegian newspaper put it, "In practice, ISAF is the lifeguard for a president, hoping to be president also outside Kabul" (*Dagbladet* 10 September 2003).

In Afghanistan, Norwegian soldiers were using live ammunition instead of blanks for the first time since the Second World War. This brought important legal issues to the surface in the public debate, with several serious issues being raised. Did the action have a legal basis in international law? Would the US or Norwegian officer have control over the Norwegian soldiers? In a situation in which Norwegian soldiers had the potential to violate international law, should they then refer to Norwegian or US law? These issues raised in the public debate in Norway were followed by similar issues when Norway sent troops to Iraq in the spring of 2003².

An interesting aspect of the Norwegian debate was that military personnel participated in the de-

JBİ, Journalist Education, Oslo University College, PO Box 4 St. Olavs plass, N-0130 Oslo, rune.ottosen@jbi.hio.no

bate to a larger extent than they usually have, since Norwegian officers traditionally have kept a low profile in discussions concerning foreign and security policies. Now, many officers and their professional organisations were active. If they were going to war they wanted clear answers from the politicians³. This debate must be seen in the light of discussions during the bombing of Yugoslavia in 1999. At that time, Norwegian Prime Minister Kjell Magne Bondevik was criticized for refusing to call the action a war, calling it instead a humanitarian intervention. Four years later Bondevik criticized his own position at that time in front of a large audience of NATO officers, now admitting that it should have been called a war in the first place (*Dagbladet*, 3 September 2003). This self-criticism was an attempt to meet discontent within military circles with Norwegian politicians who were criticized for not properly standing behind the soldiers.

Besides the running news coverage of the military actions in Afghanistan, the media also served as a forum for public debate through editorials and comments from editors and journalists. There were also many letters from readers expressing concern over these issues.

The Issues

The purpose of this article is to give a picture of Norwegian media coverage of the war in Afghanistan, with a special emphasis on the coverage of Norway's role in the conflict. As a small country with traditionally close relations to US, Norway had to balance, like many other small countries, between the need to be loyal to its traditional aim of keeping its actions within the framework of international law, and on the other not to provoke US with criticism and behaviour that could be regarded as disloyal and thus harm the bilateral relationship. This dilemma must also be seen as a back carpet for the main stream media which traditionally has been loyal to Norwegian security policy (Ottosen 2001).

I will raise two main issues:

1. How was the start of the war covered in the media in October 2001?
2. In what context was the Norwegian military presence covered?

The official American picture of the war was that it was a necessary step in the "war against terror" after September 11. The critics, however, saw it as one of several examples of American hegemonism and imperialism (Chomsky 2001). After presenting the

Norwegian media image of the war I will discuss the framing of the Norwegian military presence in the selected newspapers. In all wars, involved parties try to place their own acts and motives in the most favourable light. This is the very purpose of war propaganda. According to Jowett and O'Donnell, propaganda "is the deliberate and systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions and direct behaviour to achieve a response that furthers the desired intent of propagandist" (quoted from Jowett & O'Donnell 1992).

All modern wars are also media wars. Since the Gulf War in 1991, when CNN had its commercial breakthrough with 24-hour satellite broadcast, the battle to win hearts and minds in a global context has also been a media battle (McLaughlin 2002). Media strategies are developed by involved parties to win the propaganda war, and all sides try to control and influence the journalists (Solomon 2001). Different methods are used in this process, including persuasion and physical control over the journalists' movements. If it is not possible to keep journalists away from the battlefield through restrictions, censorship security regulation they will be included in different systems of mutual corporations such as pools and embedded systems (Ottosen 2001).

The purpose of all media strategies is to have the war coverage represented in the media on a track as close to the official propaganda version as possible. Through the embedded programme during the Iraqi invasion, the Pentagon changed from its policy during the Afghanistan war when heavy restrictions were placed on journalist access to the battle zone. Through the embedded programme, journalists were given military ranks and operated closely with soldiers at the front (Lewis et al. 2003). It is outside the framework of this paper to discuss the embedded system, however it should be noted that during the Afghanistan war journalists had little access to the military operations, if any at all. Working conditions and access to information are naturally of great importance for the coverage. In a summary of the working conditions for journalists in Afghanistan, *Colombia Journalism Review* wrote that journalists had been denied access to American troops to a larger extent than in any other conflict (Ottosen 2002a:53).

One of the consequences of lack of access to the battlefield is a fragmented news picture. Lack of access to sources and first-hand information is also a potential ethical issue. Less information and opportunity to check sources means a higher likelihood of "falling into the propaganda trap" and for journal-

ists being used in propaganda strategies and will have consequences for the framing of the news coverage (McLaughlin 2002:15).

Media Frames for Norwegian Military Presence

One issue to be discussed in this article is what possibilities the Norwegian government had to create an image of the Norwegian military presence in Afghanistan that was different from that of the US presence. The issue must be raised since there was a potential conflict for the media to simultaneously defend the Norwegian self image as a “peacemaker” and be involved in a military operation that some critics said was a violation of international law (Garbo 2002).

The framing by the media of an event to a large extent decides the framing of the public debate (Tuchmann 1978, Parenti). In this situation, the media image of the Norwegian military presence is important. Is it framed as a “peace effort” or a violation of international law? The answer to this question is important in understanding the character of this conflict in the global conflict picture.

An important issue in this respect is the framing of the Norwegian military presence. Irene E. Rossland, a student in the masters program in journalism at Oslo University College, conducted a study of the media coverage of a press tour to Afghanistan organized by the Norwegian Military. Her findings show that Norwegian journalists portray the potential problems of the Norwegian military presence only to a small extent. The coverage’s main focus was on positive connotations linked to the ambitions of preventing terror and helping the civilian population (Rossland 2003).

In connection with the coverage of “Norwegian” issues, it can be useful to see it in the light of Pierre Bourdieu’s interpretation of “doxa” (based on Ottosen 1994). Doxa is a room with closed doors and is thus excluded from public debate. The term doxa is taken from the Greek doxa, meaning the non-political or the issues not up for discussion. According to Bourdieu, there are doxic rooms in all societies, something one does not question since it affects fundamental structures in a society being taking for granted. According to Bourdieu, the opinion has access to two forms of discourses, the heterodox (the questionable) and the orthodox (the correct). But the doxic room itself is not open for discussion (von der Lippe 1991).

In this context issues such as access to oil, US strategic interest and geopolitical aims are all part of

doxa and are thus not discussed in the running news coverage. Such issues, which John Pilger calls a hidden agenda, are left to dissidents and are not brought into the framework of mainstream media (Pilger 1998).

Sample

My research material includes both television (the traditional public service channel NRK and the commercial channel TV 2) and newspapers (*Aftenposten* and *VG*). In this paper I will concentrate only on the newspapers.

The choice of these two newspapers was made to include Norway’s largest and potentially most influential morning paper (*Aftenposten*) and its largest tabloid, as well as largest newspaper (*VG*). Both newspapers are owned by Schibsted, one of three major mediacompanies in Norway controlling the majority of the newspapers in the country. It should be noted here that *VG* as a tabloid should not be compared to British and German tabloids like the *Sun* and *Bild Zeitung* since *VG* is regarded as a serious newspaper in tabloid format. The choice of these two newspapers as a sample should not be regarded as representative of the Norwegian press, since open critics among the newspapers such as the left-wing *Klassekampen* and the more liberal-oriented *Dagbladet* are not included. But the sample is an indicator of the Norwegian mainstream media picture of the war, including the fact that *VG* was the highest selling newspaper in Norway at the time with a daily circulation of 390,000 with an additional 100,000 on Saturdays (figures from 2002).

Methodology

I will use a combination of quantitative and qualitative methodology.

The quantitative method will be used in registering articles by genre, use of sources and framing the article. The tendencies in the framing will be coded on the basis of different ideological positions towards the conflict. The coding of each article is documented in a report made by my research assistant Trine Ustad Figenschou (Figenschou 2004). Here I will merely summarise the main findings. The strength of this method is that it allows us to identify the presence of certain ideological positions (or styles) and use of sources in a quantitative manner. However, this analysis must be used carefully since it does not give a clear picture of the main story in each article; with *main story*, I refer to Teun van Dijk’s definition (main framing, title and lead) (van

Dijk 1988). This quantitative presentation must therefore be analysed together with more detailed analysis of the coverage of the first day of the war (October 8), the editorials, etc.

The framing will be analysed according to the following five categories:

- A) US hatred: The US was attacked because it itself is the largest evildoer and terrorist. In the September 11 attacks, US tasted its own medicine. The attacks on US targets will not stop before the Americans have left Saudi Arabia, Israel has left Palestine and the sanctions against Iraq are lifted.
- B) US-critical: The US was attacked. The terrorists are criminals who should be prosecuted by an international court and the conflict should be solved through diplomacy. This is an issue for the UN and should not be dealt with by the US or NATO on its/their own. The enemy is not a nation but a loose network of individuals, thus Article 5 in the NATO charter is irrelevant. (This position might be combined with a critical stand against the Taliban and al-Qaida)
- C) Norwegian angle: What is the consequence for Norway? Norwegians are at the centre of the events because we are also threatened, as a Western nation and NATO member). As a nation we must take precautions to defend ourselves. The story defends its place because Norwegians are in focus. (Stories in which Norwegians are interviewed or comment are not included)
- D) Neutral: Straightforward situational description of events, comments on facts, rescue operations, etc.

The Political Background

After the terrible events of September 11 there were fewer doubts as to what means could be justified in fighting terrorism compared to the case of the war against Yugoslavia. There was a political consensus that "something had to be done" to answer the attacks in New York and on the Pentagon. The question was when and where the counterattack would come. In an earlier work I have shown how President Bush's speech to the nation on September 20 was covered in *VG* and *Aftenposten*. At the time, *VG* referred to the speech in a somewhat more uncritical way than did *Aftenposten*, and supported its content in an editorial. *Aftenposten* had a more analytical approach and expressed some doubts in its editorial as to whether President Bush's harsh rhetoric was the right solution in the battle against international

terrorism (Ottosen 2002b). My hypothesis is thus that we will find similar differences between *Aftenposten* and *VG* in the coverage of the war in Afghanistan.

President Bush's rhetoric was obviously a propaganda discourse, intended primarily for the US audience. It left no doubt about Bush's agenda. Obviously there existed true empathy with the 3,000 human beings left dead in what once was the World Trade Center. We were reminded of their destiny through their pictures and names in the newspapers and the media images of their mourning relatives closing ranks with their president. These "worthy victims" were visible, to use an expression of Noam Chomsky (Herman & Chomsky 1988). The "unworthy victims", the Afghan civilian population who died as innocent victims of the warfare in similar numbers in the months to come, were however not represented in the media with pictures and names. They should remain anonymous, as "collateral damage" in a "just" and seemingly unavoidable war (Ottosen 2002b).

One issue discussed in this article is the media coverage of the Norwegian military presence in Afghanistan. A hypothesis is that the image of the Norwegian presence will be framed as "good-doing", to borrow an expression from the Norwegian historian Terje Tvedt.

In an analyses of the image of the Norwegian development aid, Tvedt has identified a segment in Norwegian society including the Ministry of development aid, NGO's receiving funding from the government and journalists writing about north-south issues, defending Norwegians as "good-doers" regardless of the actual policy. The good will of the Norwegian efforts to help the poor in the south out of poverty is protected against any form of critical discourse (Tvedt 2003).

This image of Norwegians as being by definition "good-doers" can easily be transferred to Norway as a "peace factor" in the international arena. This image is cultivated in the Israeli-Palestine conflict with the Oslo channel as bridge builder in the conflict, even though this channel in the end proved to be a dead end. The political content of the Oslo channel is never blamed, because Norwegians are by definition good-doers. The same approach can be used to analyse the role of Norway as mediator in conflicts in countries such as Sri Lanka, Guatemala and Sudan. Norway is never blamed if the peace process fails, because as good-doers we can never be responsible for anything bad or evil (Tvedt 2003). My hypothesis is that the media image of the Norwegian military presence in Afghanistan will be

coloured by this concept of Norwegians as good-doers. This was actually clear from the very beginning, when the military force sent there was defined as a humanitarian force with the main purpose of clearing mines and taking care of security. Potentially problematic side effects of the Norwegian military presence, such as the potential killing of innocent civilians, were closed in the doxic room, to use Pierre Bourdieu's expression (von der Lippe 1991).

In addition, we have the cultural issue linked to the tendency of Western media to see the world through Eurocentric lenses. In his book *Orientalism*, Edward Said has traced the historical roots of Eurocentrism back to Western colonialism. Elisabeth Eide has documented how Eurocentrism colours the contemporary media coverage of Afghanistan, using an example from BBC News on March 14 2002 in which it was stated "Eight US servicemen have died and 49 have been wounded in the action so far. Several allied Afghans have also been killed".

Eide asks the rhetorical question "Were any Afghans wounded? How many? Is it too much trouble to count the local victims?" (quoted from Eide 2003).

Content Analysis

The following time spots have been selected for analysis of the coverage in *VG* and *Aftenposten*:

- The use of sources and framing in the first week of the war (8-14 October 2001)
- All articles reviewed from the coverage on the first day of the war (8 October)
- Additional relevant articles collected on a random basis to analyse the Norwegian military presence

In the following content analysis I will look at the framing of articles and use of sources, with basis in the following variables⁴:

1. Nationality (country of origin of sources)

- A) America
- B) Norway
- C) Other NATO countries
- D) Afghanistan
- E) Russia
- F) Other Arab countries
- G) Others

2. Genre

- A) News
- B) Feature/reportage
- C) Commentaries
- D) Editorials
- E) Petit
- F) Briefs
- G) Interviews

Findings

Aftenposten featured 104 articles the first week of the war and *VG* 100. There were few differences between the two newspapers regarding genre. Most articles were news stories (68% in *Aftenposten* and 63% in *VG*). *VG* contained more editorials (4 vs. 3) and but *Aftenposten*, on the other hand, contained more commentaries (16 vs. 7).

As we can see, *Aftenposten* and *VG* have politicians as their main sources the first week of coverage, indicating that the political framing of the coverage was quite substantial.

In both newspapers nearly 50% of the sources were politicians. *Aftenposten* contained more use of "man on the street" sources than did *VG* (11.2% vs.

Table 1. Overview by Genres on the Coverage of the war in *Aftenposten* and *VG* October 8.-14. 2001

	Aftenposten		VG		Total	
	n	%	n	%	n	%
News	71	68,3	63	63,0	134	65,7
Feature-/reportage	2	1,9	4	4,0	6	2,9
Commentaries	16	15,4	7	7,0	23	11,3
Editorials	3	2,9	4	4,0	7	3,4
Notes	12	11,5	21	21,0	33	16,2
Interviews	0	0,0	1	1,0	1	0,5
Total	104	100,0	100	100,0	204	100,0

Figure 1. Sources by Category in VG and Aftenposten October 8-14 2001 (per cent)

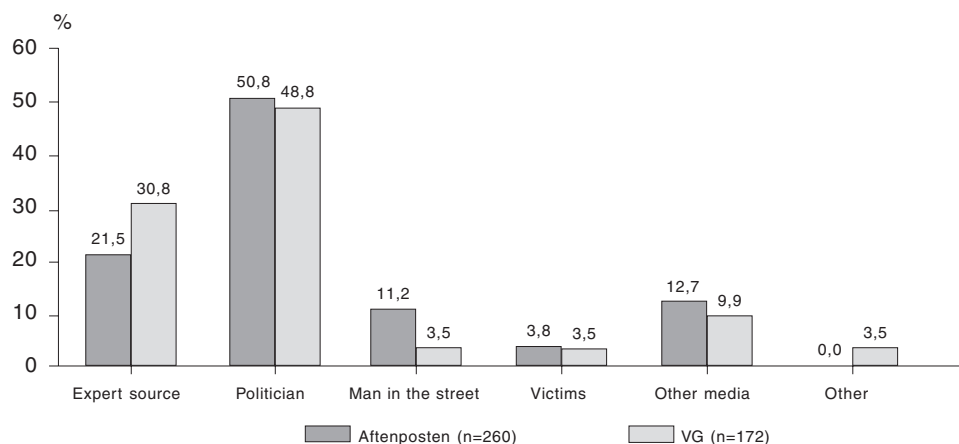


Figure 2. Sources by Nationality in VG and Aftenposten October 8-14 2001 (per cent)

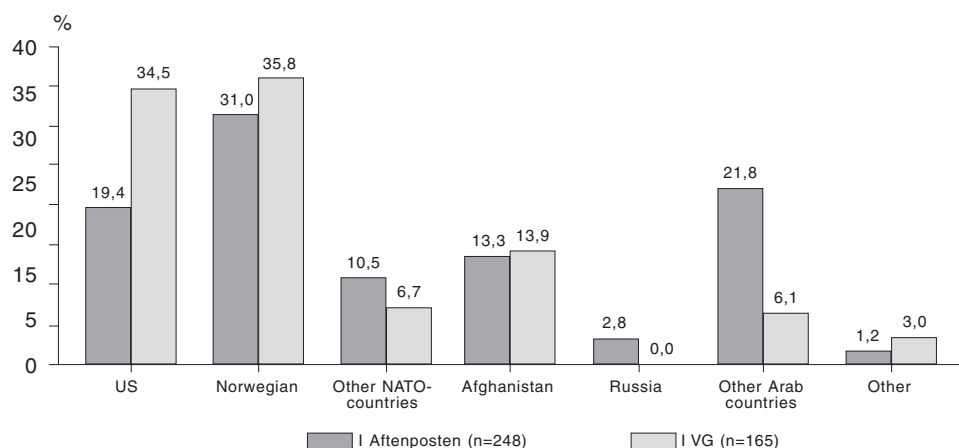
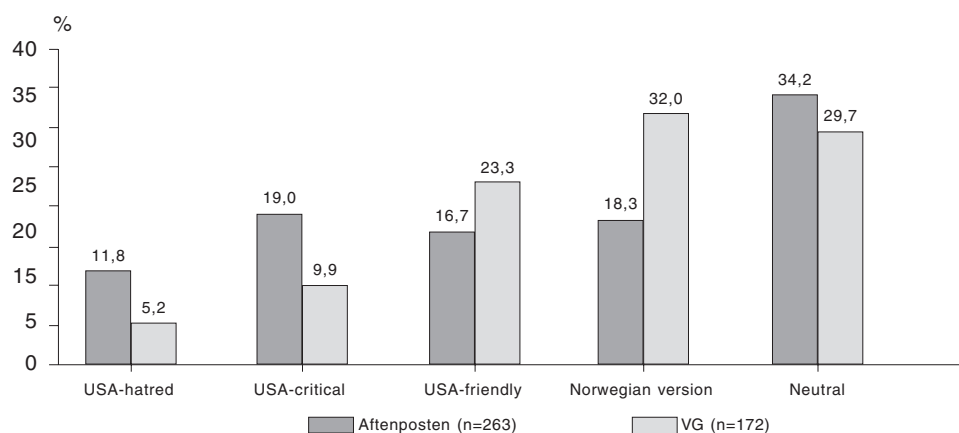


Figure 3. Framing of Articles in VG and Aftenposten October 8-14 2001 (per cent)



3.5%), whereas *VG* contained more use of “expert sources” than did *Aftenposten* (30.8% vs. 21.5%). Over all, this is an indication that *VG* had a somewhat more elite-orientated coverage than did *Aftenposten*.

If we look at the national origin of the sources, *VG* had more US sources than did *Aftenposten* (34.5% vs. 19.4%). *VG* also had more Norwegian sources than did *Aftenposten* (35.8% vs. 31%). We can conclude that western sources dominated in both newspapers, but that *Aftenposten* featured substantially more Arab sources than did *VG* (21.8% vs. 6.1%).

The tendency in the framing confirms my hypothesis that *VG* had a more “Norwegian”-oriented and “US-friendly” framing than did *Aftenposten*. It should be noted, however, that the “neutral” framing was the largest category in *Aftenposten* (34.2%) but was also quite dominant in *VG* (29.7%). It is also noteworthy that the category US hatred was larger than one might expect (11.8% in *Aftenposten* and 5.2% in *VG*). This is due to quite a few quotations from Arab sources. One should be careful in drawing overly wide conclusions based upon this framing analysis since it is based on findings statements at any level in the text and not performed according to what Teun van Dijk (1988) calls “the main story”, i.e. title, lead and angling of the article. Thus, this framing must be seen in connection with the following detailed analysis of the first day of the coverage.

The Qualitative Analyses

The Coverage in *Aftenposten* on October 8

Aftenposten featured 19 articles on the first day of its coverage, on five pages (in addition to the front page). Much of the space on page 2 is used to present the US perspective and justification for the attack. Other countries’ reactions to the attack are also presented here. For me it is of special interest to see the framing of the Norwegian government’s position on “the war against terror”. On the front page, we see a reference to Somalis in Norway under investigation, suspected of whitewashing funds for potential acts of terror. One story, with no sources referred to, has the title “Oslo bought competence to meet terror”. It is a story about the municipality of Oslo buying advanced equipment to deal with potential gas attacks. The journalist explains the lack of sources in this way: “Because of the local government’s fear of frightening its own population it is not easy to have the story of these precautions confirmed by open sources”.

In another story, the focus is on the threat of terror against Norway under the title “Norway: In-

creased risk of terror” and is based on a press conference with Prime Minister Jens Stoltenberg. Another story, entitled “Norway’s support for the war”, features an interview with Norway’s Foreign Minister, Torbjørn Jagland, expressing Norway’s support for the US and underlining the fact that Norway is not at war. The only story focusing on the civilian population in Afghanistan is an interview with the leader of the Afghan association in Norway who expresses mixed feelings about the attack. He expresses his understanding for the war but also talks about his fear for civilian casualties (Title: “Fears the the death of innocent civilians”).

On this day *Aftenposten* featured an editorial with the title “Operation Enduring Freedom” Here, support is expressed through the words “The US has broad international support and sympathy”. The US position is expressed by President Bush in the reference to a speech in which he stated that this was not an attack on the Afghan people, but on terrorists and their supporters. Bush also promised the Afghan people massive humanitarian support. He also expressed fear for a long-lasting military operation, but the main focus is on the sympathy for the operation: “Because of the cruelty of the acts on September 11, an alliance has been formed in the period following the attacks, based on the sympathy and support for the US attacks from the larger part of the world”. With reference to British Prime Minister Tony Blair, *Aftenposten* underlined that this was not a war on Islam. It is also pointed out that all wars are human tragedies. The language portrayed the attack in neutral terms such as “military operation” and “military attack”.

The title and beginning of the editorial are clearly within a US-friendly framing, whereas later in the article there is a mixed message stressing the need for humanitarian aid, diplomacy and political initiatives. Here we see US-critical tendencies in the words “Broad alliances and non-simplified enemy images must be the basis for the war against terror in the time to come.”

The Coverage in *VG* on October 8

VG had 19 stories on 17 pages on its first-day of coverage of the war. It is rare for *VG* to have so much foreign news, so this underlines the significance of the event. The focus on bin Laden on the front page is a typical tabloid framing compared to the more political approach in *Aftenposten*. Earlier research on war coverage found similar personification of the conflict expected to simplify complex issues on the front page at the news stand (Ottosen 1994).

The first pages inside the paper are dominated by heavy US sources such as Donald Rumsfeld, informing readers that there will be secret operations, and a statement from President Bush underlining that this war represents a “new front” in the war on terror. *VG*, to a larger extent than *Aftenposten*, focuses on the issue of refugees and the humanitarian situation in Afghanistan. A spokesman from UNCHR expresses a fear of there being a million refugees. A statement from English Prime Minister Tony Blair (referred to from a television speech) underlines that everything is being done to avoid civilian casualties. In a comment, Donald Rumsfeld claims that the war is not directed towards Afghans or Afghanistan. This is a typical propaganda discourse within the framework of the “humanitarian intervention” known from the war in Kosovo (Nohrstedt, Höier and Ottosen 2002). As was the case in the Kosovo coverage, *VG* does not reflect the fact that the war in itself might represent a humanitarian threat. In a statement in another article, Donald Rumsfeld is quoted as saying that since the Taliban, and not civilians, are the target, planes have started dropping aid at the same time as bombs are dropped (p.6). What is not commented on by *VG* in the news during the first week (but is mentioned by columnist Marie Simonsen in her October 14 column) is the strange practice of dropping bombs and aid in the same operation. When these actions also included cluster bombs that looked like toys, the situation became problematic for the NGOs trying to concentrate on humanitarian aid. This was also heavily criticized by many NGOs. Another peculiarity about the coverage in *VG* was the massive documentation of the war in the form of graphics, maps and other illustrations (pp. 6 & 12-13).

VG also focused on the danger of new terror attacks since the war would represent a provocation to al-Qaida. On pages 10-11 are stories on the fear of terror in the US and London. Within a discourse analytical framework these stories remind us of the “worthy” victims of September 11 and serve as justification for the current attacks.

VG, like *Aftenposten*, used the Afghan exile groups in Norway to express worries about the civilian population. Tariq Bazger, editor of the newspaper *Dawat* published in Norway for refugees, expressed mixed feelings about the war in the same way as his fellow Afghan colleague at *Aftenposten* did.

“Don’t touch the civilians” is the message expressed in his title (p.14). “The Norwegian angle” is even clearer in *VG* than in *Aftenposten*. The title “Increased fear of terror (pp. 15-16) focuses on the danger of terror attacks on Norway. Prime Minister

Jens Stoltenberg expresses a fear of terror as he simultaneously gives his support to the US, and claims without counterarguments that the attack on Afghanistan has a solid foundation within international law. This interpretation of international law is later modified by one of Norway’s most prominent experts on international law, professor Geir Ulfstein (Ulfstein 2003). Minister of Foreign Affairs Thorbjørn Jagland says in a comment that Norwegian authorities might mobilise Reserve Forces against the danger of terror. In the article “Secure more Norwegian cities” authorities suggest increased protection against potential gas attacks on Norwegian targets. In a story under the headline “Stay at home”, the Norwegian Civil Defence advises Norway to stay in their houses if Norway is attacked with chemical weapons. Claus Hagen, Director for the Council for Civil Defence is quoted as saying that in the case of a chemical attack people are safer in their homes than in shelters.

This focus on Norway as a potential victim is contrasted by the toning down of Norway as potential aggressor. The only focus at this time on Norway’s potential contribution to the war is in the form of a denial expressed in the title “Norwegian ships not in the war zone” (author’s emphasis). In this article, the Norwegian Minister of Defence underlines that the Norwegian warships that Norway has placed at NATO’s disposal are not being activated at this stage. *VG* and *Aftenposten* have one editorial each on October 8. What is unusual about the editorial in *VG* is that it covers an entire page while it is usually no more than a column. On September 12 *VG* also runs a full-page editorial. Already in the title (“Retaliation”), the war is linked to September 11. Through two pictures from the ruins of the World Trade Center, the link to September 11 is obvious. One picture is from the memorial at which fire-fighters and rescue personnel are mourning with their heads hung, under the Stars and Stripes. The editorial is unconditional in its support for the war and has a clear-cut US-friendly framing: “Norway must wholeheartedly support the US and UK attacks against bases and military installations. There must be no shred of doubt that our country is fully behind the advances to stop the threat that resulted in mass deaths at Manhattan”. *VG* also claims that Norway is committed by paragraph 5 in the NATO charter to join the “war on terror”. In an article in a juridical journal, Professor Geir Ulfstein later argued against this interpretation of paragraph 5 but concluded that the attack on Afghanistan could be justified according to the principle of right to self defence (Ulfstein 2003).

The editorial is a rather detailed review of the global conflict picture in the world as a whole after September 11 and addresses the risk of terror by referring to bin Laden's "Insane quasi-religious message". Still it underlines that "The West has a great deal to be ashamed of and humanitarian and diplomatic efforts are necessary to correct mistakes of the past". After this passage, which can be read partly as a US-critical remark, *VG* returns to its full support for the war with the sentence "In this conflict it is impossible to react differently from what Bush and Blair have expressed during the past month: the battle must be fought on all fronts, political, diplomatic and military".

The editorial has many loaded and strong words about the terror: "awful attack" "the same disgusting companionship" "this evil and its causes". The American attack is on the whole portrayed in a more cautious manner, for example "the attack on bases and military installations". The exception is the argument for the need of a military attack, where it is stated that the terrorists will not be stopped "without the brutal use of military force". Several expressions are used to underline the editorial's main message, that that Norway must support the US: "There must be no shred of doubt that our country is fully and wholeheartedly behind (the war)". War resisters, on the other hand, are described as naïve: "It would be naive to believe that the enemy of the international community that we here face will be broken down without the use of brutal military power". The editorial also comments on the danger of loss of civilian lives, but the wording here is different from that of the descriptions of the deaths of September 11, which are described as "mass deaths". The danger of new terrorist attacks with potential mass death is described as "new terrible attacks on civilian targets". Unwanted deaths because of the warfare in Afghanistan are likened more to collateral damage through the expression "will undoubtedly also hit civilians".

The editorial is overall US-friendly in its framing, but has an element of US-critical tendencies, especially in the urgent need for humanitarian aid and diplomacy (particularly towards the Palestinians).

Norway as Good-doer or Bad-doer: When Bombs Hit a Wedding

In February 2002 *The New York Times* revealed that after September 11 the Pentagon had opened a new office called the "Office of Strategic Influence". The office was to be headed by General Simon Worden, and was opened when President Bush wanted to expand the "war on terror" to Iraq and other "rogue states", defined by Bush as the "axes of evil" (in-

cluding Iraq, Iran and North Korea). An important task for the new office was to steer foreign media and western politicians towards a more pro-US attitude, allegedly with a method that was a mixture of truths and lies (*Aftenposten* 28 January 2002). Shortly after the existence of the office became public, it was closed due to the controversial issue of the use of black propaganda (lies). But according to the *Los Angeles Times* the same propaganda activities continued under the name "Special Plans", under Central Command (Arkin 2003).

In a conflict situation such as in Afghanistan we must be prepared to face propaganda and media strategies since the war zone is also under the constant influence of PSYOPS operation, including the spreading of leaflets and small radios that can only be used when tuned to a channel broadcast from aeroplanes. In addition we have factors mentioned earlier in this article, including the issue of "worthy" and "unworthy" victims whereby the people "down there", to borrow Elisabeth Eide's expression, have a tendency to be counted among the "unworthy" (Eide 2003). When civilians are killed by "the enemy" it can be portrayed as the "true character" of the "evil" others. But civilians killed by "our side" are "collateral damage", as it is called in the propaganda language (Eide & Ottosen 2002).

When Norwegian soldiers are fighting side-by-side with US troops in the mountains of Afghanistan and Norwegian pilots can shoot from their F-16 planes over Afghanistan as they did beginning in autumn 2002, in my mind there should be an ethical debate in the media to discuss the purpose of the Norwegian military presence. A part of this discussion should be open arguments concerning the very justification for a war. In this debate the journalists should look at the role of Norway from "outside". As a nation at war we must answer to international law and the Geneva Convention. Thus, quality journalists should judge their own military according to principles laid down in the UN Declaration of Human Rights and other well accepted rules of international law (Ottosen 2003). I will use an example from *Aftenposten* on July 2 2002 to analyse the contextualisation of the presentation of Norway's military presence.

***Aftenposten's* Coverage of the Bombing of a Wedding**

On July 2 2002 *Aftenposten* ran two separate news stories about Afghanistan. Both were small articles, one on the news page and the other on the foreign page. On the news page there was a small article

about the Norwegian soldiers in Afghanistan entitled “Norwegian war efforts in Afghanistan praised”. The lead speaks for itself: “Minister of Defence Kristin Krohn Devold is impressed by the effort of the Norwegian forces in Afghanistan”. The praise continues in the text: “Just good words”. Devold had visited the Norwegian forces and explained that she had received “crystal-clear feedback” from “top military officers in other countries” on Norway’s war efforts. The story was a report from a press conference celebrating six months of Norwegian military presence in Afghanistan. Together with Chief of Armed Forces Sigurd Frisvold, Defence Minister Devold marked the celebration by giving positive news about “our boys” doing their job under US command: “(the minister) underlined that Norway has developed good competence in some specific niche areas. She mentioned that at the NATO meeting in June the Americans recommended that small countries should specialize in niche capacity and mentioned Norway as an example” (*Aftenposten* 2 July 2002 p. 2). With a language that could have been taken from the business community, there are few connotations of Norwegian soldiers’ involvement in war and potential death. Nothing in the text whatsoever hints that Norwegians could be involved in battle or killing.

If we proceed to the second article on the foreign page, we are reminded of the brutal reality in Afghanistan. But this story is in no way linked to the fact that Norwegian pilots at that time were also present in the air space over Afghanistan.

The title of this story is “Mistaken bombing may have killed 120 Afghans”. The story with a byline from Reuter/NTB (The Norwegian News Agency, author’s remark) quotes a Pentagon source, admitting that a bomb was accidentally dropped on a wedding party. The following day, *Aftenposten* followed up with a larger story about the incident in which the number of casualties was reduced to “at least 40”. In this story the Afghan Minister of Foreign Affairs, Abdullah Abdullah, criticizes the Americans at a press conference and at the same time reveals that Afghan intelligence has proven that Osama bin Laden is still alive. It is perhaps no coincidence that these two pieces of information are presented at the same time if we remember earlier requests from the Pentagon that the media should mention who is responsible for the war every time civilian casualties are mentioned (Ottosen 2002a).

To modify the critique of *Aftenposten*, it should be mentioned that several times after this story was printed, the newspaper followed up with critical ar-

ticles on the wedding incident, including a major story in the evening edition, *Aftenposten Aften* on July 29 2002. Here it was revealed that in a UN report on the wedding it was stated that US forces came to Kararak, the site of the incident, shortly after the attack and removed evidence that could link the Americans to the bombing, thereby obstructing the investigation. Since the Pentagon had refused to release air photos that could shed light on what happened, we still do not know all the facts about this incident. One theory is that the American were misinformed by Afghan intelligence sources who wanted to provoke the US forces into bombing and thus show them in a bad light. Another theory was that what the Americans thought was gunfire was actually fireworks from the wedding celebration, and mistakenly saw it as an attack on their planes. (*Aftenposten* 29 July 2002).

Even though *Aftenposten* followed up the wedding incident in a critical manner, this tragedy was never seen in connection with the Norwegian military presence. The Norwegian soldiers are praised because they are clever, but their skills are never linked to their roles as potential “bad-doers”. Since the Norwegian pilots and soldier are by definition “good-doers” they are in no way linked to potential war crimes or violation of international law. In my mind this raises some ethical issues. Should not the Norwegian newspaper readers also be challenged to also see potential problems regarding the Norwegian military presence? The defence minister did not establish any links between the “praise” of the Norwegian soldier and innocent wedding guests being killed by our closest ally and Commander in Chief. Would it not be the task of the journalist to establish this discourse?

If we turn this around and see the framing of a potential al-Qaida attack on a similar wedding, mainstream media would surely not hide the story in a small note on the news page. It would probably be a front-page story, framed as a proof of the evilness and cynicism of the terrorists. It would most likely also be followed up with commentaries and the conclusion that this proves the true nature of extremists with no respect for human life, etc. The fact that the West has chosen warfare as a means in the “war on terror”, with the consequence that many civilians have died in Afghanistan, was not commented upon. This link between the response to September 11 and innocent dead civilians in Afghanistan is not established – it is a closed door (a *doxa*). In my mind it should be an ethical issue that Norwegian journalists focus on this (based on Ottosen 2003).

Conclusion

Both *Aftenposten's* and *VG's* coverage on the first day of the war in Afghanistan are dominated by US-friendly framing and the use of Western sources. The US-friendly framing is more obvious in *Aftenposten* than in *VG*; thus my hypothesis is confirmed. The editorial in *VG* is more unconditional than is the editorial in *Aftenposten*. *VG* is also much clearer in its framing of Norway as a potential victim of future acts of terror. Norway's role as a potential military actor in the region is at this stage virtually absent in both newspapers. The legal aspects are mentioned in the two newspapers, though in a very superficial manner. (i.e. Geir Ulfstein's later discussion on this issue). Neither of the newspapers focuses on potential "hidden agendas" in their news coverage (Pilger 1998). No point is made of the

US's potential global interest or the issue of controlling the oil flow from the region. The US's own interest in the region is a part of doxa.

Aftenposten, through its coverage of the bombing of a wedding, treats this incident as "collateral damage" and in no way connects it to Norway's military presence. Norway is simply the "good-doer" who receives praise from the US for doing a "good job". One can argue that this is just one example and should not be regarded as representative of *Aftenposten's* coverage. But it should raise the issue of doxa surrounding Norwegian military presence in war zones such as Afghanistan and Iraq. My hypothesis for further research is that Norway's military presence in the "war on terror" will continue to be separated from problematic issues such as innocent deaths, human suffering and potential violation of international law and human rights.

Notes

1. The Bush-doctrine was announced later in State of the Union address, Jan 2003 with three main strands (Ottosen 2002b). 1. The concept of 'pre-emptive war' 2. Regime change in hostile countries housing potential terrorist. 3. Aggressive promotion of US-style democracy.
2. See the article "Norwegian soldiers at war in distant countries" (Norske soldater i krig i fjerne land), *Aftenposten* on 5 May 2003.
3. See, among others, the article "The US, NATO and Norwegian Security" (USA; NATO og norsk sikkerhet) by Jacob Børresen in *Aftenposten* on 26 June 2003.
4. My research assistant, Tine Ustad Figenschou, is responsible for the content analyses and Jarle Havnæs has coded the material to SPSS.

Literature

- Arkin (2003) United States: Media Principles Killed by Friendly Fire, *Index of censorship* no 1.
- Chomsky, Noam (1999) *The New Military Humanism. Lessons from Kosovo*. Monroe: Pluto Press.
- Eide, Elisabeth (2002) Vi og 'de Andre' – sett og oversett. *Krigen under overflaten*, i Eide, Elisabeth & Ottosen, Rune (red.) *Krigens retorikk. Medier, myter og konflikter etter 11. September*. Oslo: Cappelen forlag.
- Eide, Elisabeth & Ottosen, Rune (red.) (2002) *Krigens retorikk. Medier, myter og konflikter etter 11. September*. Oslo: Cappelen forlag.
- Figenschou, Tine Ustad (2004) Coding of Selected Articles Coverage of the War against Terror in Norwegian Media Available at <http://home.hio.no/~rune/>.
- Fossum, Egil & Meyer, Sidsel (2003) *Er nå det så sikkert? Journalistikk og kildekritikk*. Oslo: Cappelen Akademiske forlag.
- Garbo, Gunnar (2002) *Også krig er terror*. Oslo: Eget forlag.
- Herman, Edward & Chomsky, Noam (1988) *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Jowett, Garth S. & Victoria O'Donnell (1992) *Propaganda and Persuasion*. London: Sage Publications.
- Lewis, Justin et al. (2003) *The Role of Embedded Reporting during the 2003 Iraq war: Summary Report*. Cardiff: Cardiff University.
- Lippe, Berit von (1991) Kirurgisk krigføring eller kirurgisk mediedekning, i Johnsen, Jan & Mathiesen: *Mediekrigen – Søkelys på massemedienes dekning av Golfkrigen*. Oslo: Cappelen forlag.
- McLaughlin, Greg (2002) *The War Correspondent*. London: Pluto Press.
- Nohrstedt, Stig A. & Ottosen, Rune (2000) *Journalism and the New World Order. Gulf War, National News Discourse and Globalisation*. Göteborg: Nordicom.
- Nohrstedt, Stig A.; Höijer, Birgitta & Ottosen, Rune (2002) *Kosovokonflikten, medierna och medlidandet*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar (Rapport 190).
- Ottosen, Rune (1994) *Mediestrategier og fiendebilder i internasjonale konflikter. Norske medier i skyggen av Pentagon*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Ottosen, Rune (2001) Journalistenes konfliktfylte lojalitet. Et historisk perspektiv på krigsdekning i norske me-

- dier, i Eide, Martin: *Til Dagsorden*. Gyldendal Norsk Forlag.
- Ottosen, Rune (2002a) *Pressefriheten under press etter 11. september*. Redaktørforeningens årbok 2002.
- Ottosen, Rune (2002b) Herr president: fienden er nærmere enn du aner, i Eide, Elisabeth & Ottosen, Rune (red.) *Krigens retorikk. Medier, myter og konflikter etter 11. September*. Oslo: Cappelen forlag.
- Ottosen, Rune (2003) Det etniske minefeltet i krigsjournalistikken, i Ottosen, Rune & Roksvold, Thore (red.) *Pressetisk front. Festskrift til Odd Raaum*. Kristiaansand: IJ/Høyskoleforlaget.
- Parenti, Michael (1993) *Inventing Reality. The Politics of News Media*. New York: St.Martin's Press.
- Pilger, John (1998) *Hidden Agendas*. London: Vintage.
- Rosslund, Irene E. (2003) Pressetur til Kirgisistan og Afghanistan 7.-15. mai 2002: -Gir norske journalsiter støtte til den norske deltakelsen i Afghanistan? Semesteroppgave på hovedfagskurset "War and Peace Journalism" våren 2003.
- Solomon, Normon (2001) War Needs Good Public Relations, Znet Commentary October 26, 2001 <http://www.zmag.org/sustainers/content/2001-10/26solomon.cfm>
- Taylor, Philip M. (2003) Vision and Division Credibility: Can't Win Hearts and Minds Without It, *Washington Post Sunday*, March 30, 2003; Page B02.
- Tuchman, Gaye (1978) *Making News*. New York: Macmillan.
- Thussu, Daya Kishan (2000) *International Communication. Continuity and Change*. London: Arnold.
- Tvedt, Terje (2003) Utviklingshjelp, utenrikspolitikk og makt. Den norske modellen. Makt- og demokratiutredningen 1998-2003. Oslo: Gyldendal norsk forlag.
- Ulfstein, Geir (2003) Terror og folkerett, *Lov og Rett* nr. 2 2002.
- Van Dijk, Teun (1998) *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

Du og jeg og husarbeidet

En diskusjon av Husmorfilmens konferansier

ANNE MARIT MYRSTAD

Mediehistorien gjennom kan vi peke på en rekke genre som vokser fram med bakgrunn i vareindustriens ønske om å komme i kontakt med kvinner som forbrukere. Såpeoperaen og 'woman's film' er av de mest distinkte og omtalte i så måte. Innenfor de nordiske "public service" nasjoner finner vi fra 1950-tallet og i noen tiår framover en særlig type langfilm som i Norge og Sverige fikk betegnelsen Husmorfilm. Filmene bestod av en serie lange reklameinnslag (mellom 5 og 10 minutter) som ga informasjon om og opplæring i bruk av – nye matvarer og ny husholdningsteknologi. Dertil kom mellomstikk hvor nasjonens fremste komikere underholdt og bandt sammen de informative reklameinnslagene. Som ledd i en genrebestemmelse og som del av en feministisk orientert studie av denne sammensatte filmformens retorikk, skal vi her se nærmere på hvordan verten i den første norske Husmorfilmen henvender seg til sitt publikum.

Arbeidet knytter seg til forskningsprosjektet *"Slik kan det gjøres. Husmorfilmen som populærkultur"*. Denne Husmorfilmstudien inngår i en tverrfaglig forskningsparaply¹ og skal belyse filmformens formale og innholdsmessige egenart samt undersøke denne filmkulturen som en arena for forhandling om innholdet i og grensene for mannlig og kvinnelig i de tiår hvor det som har vært betegnet som "den gode husmortida", kulminerer og forsvinner som historisk epoke. Husmorfilmer ble i Norge produsert i tidsrommet 1953 til 1972 og disse filmene kan sees i sammenheng med en offensiv informasjons- og opplæringskampanje overfor husmødre i store deler av den vestlige verden.

Det kildematerialet som så langt foreligger peker i retning av at Husmorfilmene, som ble vist i egne

gratis formiddagsforestillinger i kino- og forsamlingslokaler over det ganske land, lenge trakk fulle hus med andre halvdel av 1960-tallet som publikumsmessig topp. Da Informasjonsfilm A/S – som fra 1960 var eneste produsent av husmorfilm for det norske marked – i 1972 besluttet å avslutte produksjonen, skjedde det med bakgrunn i sviktende oppslutning og ut fra en forståelse for at husmoderligheten som sådan var kommet under press. Husmorfilmproduksjonen hadde da vært meget lukrativ og fungert som selskapets økonomiske ryggrad. Da husmorfilmproduksjonen ble lagt ned, valgte selskapet isteden å satse på produksjon av informasjonsfilm for oljebransjen.²

Husmorfilmkonseptet ser ut til å ha vært utviklet i Sverige der Husmorfilm AB ble etablert i 1952 av filmarbeideren Bengt Davidsson i samarbeid med "lanthushållslærare" Elsa Lindstrøm fra Hemmens Forskningsinstitut. Davidsson, som var opptatt av å utnytte kinoene på dagtid, hadde allerede produsert en del lengre reklamefilmer innrettet mot husmødre. Samarbeidet med Lindstrøm ser ut til å ha kommet i stand at etter disse lange reklamefilmene møtte kritikk i mediene, blant annet fra Hemmens Forskningsinstitut. Man var her redde for at husmødrene skulle bli manipulert gjennom denne formen for reklame. Løsningen fra filmprodusentens side ble å etablere funksjonen fagredaktør, husstellfaglig ekspertise som skulle bistå i manusutvikling og gå god for filmenes faglig gehalt. (Jansson 1996:7) Den svenske husmorfilmen dannet mønster for rekken av – først årlige og fra 1962 halvårlige – norske husmorfilmer. Produksjonen av norsk husmorfilm kom i gang som følge av at Lilleborg fabrikker i 1952 – sammen med Margarincentralen – henvendte seg til svensk reklamebransje.³ Norsk reklamefilmproduksjon var i denne perioden nede i en bølgedal.

Mens ordinær reklamefilm for kino, og langt på vei også filmavisen eller nyhetsfilmen, er film-

Institutt for kunst- og medievitenskap, NTNU, N-7491 Trondheim, anne.myrstad@hf.ntnu.no

former som kobles på visninger av spillefilm til hvilke tilskuerne har løst billett, etableres husmorfilmen som et tilbud som falbys publikum i egen-skap av å være gratis og ved hjelp av sosiale og kulturelle sideattraksjoner. Ved visningene ble det normalt lagt opp til at annonsørene også skulle få husmødrene i tale gjennom utdeling av brosjyrer og vareprøver samtidig som de lokale kjøpmenn sørget for forhåndstale og fulgte opp husmorfilmens varesortiment. I de større byene ble gjerne husmorfilmvisningenes appell søkt forsterket gjennom moteoppvisning i tilknytning til premieren. Husmorfilmen framstår som en kommunikativ form hvor selve ethos-appellen, dette å skape velvilje hos sine tilhørere gjennom underholdende og tillitvekkende grep, preger det filmatisk uttrykk såvel som visningen.⁴

Husmorfilmen er økonomisk sett reklamefilm og da en form for fellesreklame. I den utforming fellesreklamen får som husmorfilm legges det stor vekt på – på den ene sida å underholde og på den andre å gi opplæring. Mellomstikkene hvor et vertskap eksplisitt etablerer en relasjon til publikum og følger dem gjennom rekken av didaktiske reklamefortellinger, anser jeg som avgjørende for husmorfilmens egenart og gjennomslagskraft. Mellomstikkene utgjør på sett og vis enkeltinnslagene innpakning og er rammen for husmorfilmen som retorisk helhetlig ut-sagn. De som benyttes i vertskapsfunksjonen er gjerne skuespillere som har hatt suksess innenfor den lette genre og som gjennom opptredener i radio og film har moret et stort publikum. Verten var fra starten en mann som kunne få selskap av en kvinne. Den kjente norske teater- og filmdivaen Wenche Foss er første og – så langt det i skrivende stund ser ut – eneste kvinne som bærer denne rollen alene. Det skjer i Husmorfilmen *Gjør det lettere* fra 1967.⁵

Annonssørene betalte for og fulgte opp enkeltinnslagene gjennom produksjonsprosessen. For å skape den nødvendige tillit i dette sentral ledd nyttet filmprodusenten anerkjent ekspertise som fagredaktører og konsulenter, eksempelvis lederen for Statens opplysningskontor for husstell Ingerid Askevold, husstellpedagog Ingrid Espelid⁶ eller mesterkokker som Ben Josef eller Hroar Dege. Disse bistod under utarbeidelse av innslagene hvor produktenes anvendelse ble demonstrert i tråd med de til enhver tid mest anerkjente arbeidsmetoder og ernæringsprinsipper. Fagkonsulentene deltok også aktivt under prøvevisning av husmorfilmminnslagene for annonsørene.

Mellomstikkene ser imidlertid i stor grad ut til å ha vært filmselskapets eget domene. Dette bekreftes også fra en av de svenske fagredaktørenes beret-

ning. (Jansson 1996) Her var det kjennskap til film-mediet og kommunikasjon overfor målgruppen som gjaldt. Terje Helweg forteller at i hans tid som medarbeider på husmorfilmene, ble mellomstikkene uten unntak utarbeidet av sjefsregissøren Jan Erik Düring selv⁷. Dette kan peke i retning av at filmkunstneren Düring var på det rene med mellomstikkens betydning for husmorfilmens mottagelse hos publikum, men også at han så på denne delen av arbeidet som en kreativ og filmfaglig utfordring.

Konferansier⁸ i lenestol

Den godmodige og humørfylte henvendelsen i mellomstikkene bryter med, og tok kanskje i noen grad brodden av, den didaktiske og mer autoritative tonen i de informative reklameinnslagene.

Rollen som konferansier – slik den utformes av den allerede feirede skuespilleren Per Aabel – i de to første husmorfilmene, innebærer møtet med en kjendis som byr på seg selv og som samtidig fungerer som en litt aparte publikumsrepresentant, en husmødrenes mannlige venninne. I den innledende scenen i *Slik kan det gjøres* fra 1953 får vi demonstrert en rekke velvalgte strategier for overtalelse. For å bygge opp en lys og behagelig ramme framstår ikke Aabel som foredragsholder, ekspert eller klar autoritet. Gjennom dialogen og iscenesettelsen legges det opp til familiaritet og humor for å vekke nysgjerrighet og interesse. Aabel viser fram teknologien, husarbeidet, husmoren – og seg selv.

– framskrittspessimisme fra kunstens gemakker

Filmens innledende rulletekster ledsages av lystig, flott og feiende musikk som gir assosiasjoner til lystspillet og revyscenen og til film og radio i den muntre genre. Siste tekstplakat angir at Per Aabel er filmens konferansier. Mens musikken tones ned får vi en visuell overtoning av Aabels navn til et nærbilde av en oppslått bok, Per Aabels egen selvbiografi *"Du verden!"*

Det zoomes ut og Per Aabel, som bokens leser, kommer til syne i bilderuten idet han legger ned boken og henvender seg direkte til kamera med replikken: *"Ja, du verden – hvordan alt har forandret seg! Hvordan teknikken går framover nå for tiden – med kjempeskritt!"*. I tråd med retorikkens regler for talens innledning, vekkes her velvilje gjennom fokus på taleren selv.⁹ Mens han reiser seg fra lenestolen og setter boken på plass i bokhyllen fortsetter Aabel, rett i kamera og med blikkontakt til tilskueren, med å gi eksempler på tekniske nyvinninger som har fått inn-

virkning på hans eget arbeid som skuespiller. Aabel ironiserer over både magnetofonen og filmbildene som liksom skal være til hjelp, men som først og fremst viser utøverne hvilke feil de gjør og hvilke mangler de har. Slik kan han følge opp med et harselerende: *"Ja, du verden for framskritt!"*

Vi møter en konferansier i form av en tilbake-lent, kjent kunster som målbærer en skepsis til alt det nye. Om de nye produkter egentlig betyr et framskritt kan diskuteres, er Aabels undertekst. Å møte eventuell motstand høyt opp på banen er et av lovtalens eller den epideiktiske retorikkens grep. Selv om den offentlige diskursen var overveiende framskrittoptimistisk på 1950-tallet, tas det i denne "talen" til husmødre høyde for at kvinnes rolle som tradisjonsbærer kan ha innebåret en viss porsjon skepsis til det nye. En mors og husmors oppgave var å ivareta og bringe videre til nye slekter tradisjonelle verdier og livsformer. At husmødrene kunne være skeptiske til teknologiske nyvinninger, var nok både allment kjent og sannsynlig. Å anerkjenne skepsis til teknologi – om ikke husholdningsteknologi – slik det her gjøres, kan dermed forstås som en strategi for å vinne husmødrenes tillit og fortrolighet. Gjennom å tilkjenne teknologi-skepsis, gjendrivs samtidig argumenter som trekker teknologiens nytteverdi i tvil, og det skapes velvilje på bakgrunn av en felles verdi; skepsis til teknologi.

Fortrolighet kan være en av gevinstene her, nettopp fordi det synspunkt Aabel forfekter ikke er allment anerkjent eller det en i 1953 forventer å møte når næringslivet skal informere om nye produkter. De uheldige sider ved det nye, kan forstås som noe Aabel tar opp eksklusivt med husmødrene. Mens generell reklame må forholde seg til fellesskapsverdier i streng forstand, kan en målgruppeorientert reklame-tekst som husmørfilmen forholde seg til holdninger og synspunkt man kan anta vil falle i god jord blant husmødre – selv om de ikke skulle ha allmenn tilslutning. Om noen i publikum ikke delte Aabels skepsis til ny teknologi, er det grunn til å tro at de i alle fall kunne ha glede av hans utfall mot nye innretninger som en intim betroelse fra en eksentrisk kunstner og kjent person. Aabel får eksponere seg som den publikum kjenner ham som – anerkjent skuespiller. Han framstår ikke som talerør for bedriftene som vil ha husmødrene i tale, men som en "formidlende instans"¹⁰ på varenes veg til forbrukerne.

Fortrolighet og nærhet skapes i disse første sekundene også gjennom; fraværet av musikk når Aabel tar til orde, henvendelsens uformelle preg uten innledende fraser av typen: "Mine damer og herrer", nærbildet på Per Aabels ansikt, Aabels direkte blikk i kamera samt hans måte å sitte henslen-
gt

og uhøytidlig i stolen. Det går videre fram at scenerommet skal illudere og være hans eget hjem, noe som forsterker det nære og intime.

– mannen som skulle stelle hjemme

Opplevelsen av å være hjemme hos Per Aabel bygges ut når dialogen fortsetter på temaet oppvask. Aabel oppdager kaffekoppen og sukkerskålen på stuebordet. På veg mot kjøkkenet kommer en klagesang over all den tid som går med til husarbeid: *"Åhh, jeg undres hvor mange timer av mitt liv jeg har tilbragt med husarbeide. Jeg tør ikke tenke en gang. Tør ikke!"* Replikken som avleveres med blikkontakt til tilskueren i det Aabel nærmer seg kamera, er lattervekkende fordi han holder *en* kopp og *en* skål. Den mengde husarbeid han har å ta seg av, er latterlig liten i forhold til et publikum av husmødre. At han klager over lite, underbygges når han i neste replikk tilkjenner at han er ungkar. Ut på ungkarskjøkkenet vil han imidlertid ikke ha med kamera/publikum. Aabel forlater bilderuten gjennom døren til kjøkkenet, avvergende. Innstillingen fryses mens vi på lydsporet hører ham klirre og knuse. Han dukker opp i døråpningen igjen for å unnskylde seg: *"Uff, en kopp mindre å vaske opp, det var ikke noe verre!"*

I denne sekvensen videreutvikles intimiteten. Når kamera/tilskuere utestenges fra kjøkkenet, har man samtidig fått lov å følge ham til – og overhøre hans aktivitet på – det sted han selv framstiller som et av sine mest private rom. Å måtte vente utenfor mens han styrer på kjøkkenet, gir en distinkt opplevelse av en 'her og nå' tilstedeværelse i Per Aabels liv. I sekvensen foregår det samtidig en pleie av målgruppens selvforståelse. Husmødre kan nyte øyeblikk av selvtilfredshet i forhold til alt de får unna av oppvask, klesvask og matlaging i møte med denne klagende, klønete ungkaren. Når han så knuser en kopp, spilles det opp til myten om den udeglige mannen som skulle stelle heime som en kontrast til husmødrenes kompetanse på feltet. Husarbeid er tungt arbeid, men noe husmødre behersker bedre enn ungkarer – og menn i sin alminnelighet.

– husmor, men også Kvinne

I scenens siste sekvens bygges det mer konkret opp mot den påfølgende reklamefortelling for Det moderne kjøkken. Mens Aabel vanner blomster, nynner på sangen 'Lille blomman', klager på sitt umoderne kjøkken og lurere på modernisering, kommer han til å tenke på sin nabo: *"Apropos blomster – der nede bor en fortryllende, liten husmor – som heter – fru*

Berg, tror jeg. Det er merkelig hvordan hun har forandret seg til det bedre hele dette siste året. Faktisk blitt yngre og yngre hver gang jeg ser henne.” Mens Aabel så langt har sett vekselvis på tilskueren og ut av vinduet, avleveres scenens ”punch-line”: ”*Jeg lurer på hva det kan komme av jeg!*” med stødig blikkontakt og som en oppfordring til å følge nøye med i fortsettelsen.

Her er det ikke lengre snakk om å bygge opp husmorens selvbylde, men derimot å utfordre. Tilskueren som husmor er ikke bare medlem av ”*Norges største yrkesgruppe*” slik filmens ”voice-over” slår fast i neste scene i tråd med samtidas politiske diskurs. Husmoren er også kvinne og må i tråd med den sosiale kvinnelighetens grunnbetingelse forvalte sin ”to-be-looked-at-ness”. Husmoren er som kvinne til enhver tid objekt for menns – og medsøsteres vurderende blikk. Gjennom å fokusere på husmorens utseende, knyttes det an til husmødrenes potensielt vaklende kjønnsidentitet. Samtidig som Fru Berg roses i et fortsatt mildt og velmenende leie, vekkes potensielt sterkere følelser enn de som er knyttet til husmorens ønske om – i seg selv – å effektivisere husarbeidet. Ethosappellen grenser her mot pathos. Uten sterke verbale eller audiovisuelle virkemidler, men gjennom appell til psykologisk sett sterke emosjoner. Husmødrene motiveres til å finne ut hva som er årsaken til at Fru Berg så radikalt har forandret seg til det bedre. Forbedringen består i at hun, stikk i strid med naturens gang, men i tråd med reklameindustriens løfter til kvinner, ser yngre og yngre ut for hvert år. Å se ung og vakker ut og samtidig beholde og spre godt humør, er noe en husmor med selvfølgelighet er forpliktet på. Her utgjør ikke husmorfilmene noe unntak i forhold til den allmenne, traderte forventning til husmoren og kvinnen. Hvis er nytt hjelpemiddel til kjøkkenet eksempelvis, får deg til å se yngre ut, er det et godt – om ikke for en selv uttalt – kjøpsargument.

Den intensivering av retorikken som ligger i sekvensens potensielle destabilisering av tilskuerens selvfølelse, følges på det formmessige nivå opp av en tydeliggjøring av konferansieren som publikums representant. Slik som Aabel tidligere i scenen hindret kamera i å fange inn ungkarskjøkkenet, vekker han nå tilskuerens visuelle begjær i forhold til det å få ta Fru Berg nærmere i øyesyn. Gjennom stadige blikk ut gjennom vinduet i hennes retning og ut av bilderammen, lokker konferansieren tilskueren videre inn i det filmatiske rom og husmorfilmfortellingen. Motivasjonen til å finne ut mer konkret hva som har gjort Fru Berg yngre og yngre, følges av den visuelle forventning som bygges opp gjennom konferansierens blikk. Dette blikket forankrer

også, i tid og rom, den kommende fortellingen om Det moderne kjøkken hvor Fru Berg er hovedpersonen. Fru Berg er – i husmorfilmens univers – Per Aabels nabo. Det moderne kjøkken som så radikalt og mirakuløst skal vise seg å ha endret Fru Berg og hennes familie, tilføres autenticitet og troverdighet gjennom konferansierens blikk.

Den første konferansieren i filmhistorisk perspektiv

Denne direkte henvendelsen til tilskueren vil henge sammen med både filmskapernes forståelse for husmødrene som målgruppe og med deres tilnærming til audiovisuelle kommunikasjonsformer. I fortsettelsen skal vi se denne personlige, intime kommunikasjonsformen i lys av samtidas kultur- og medielandskap

– husmorfilmen som folkeopplysning

Husmorfilmen kan vi som nevnt forstå som del av et større folkeopplysningsprosjekt i samtida. *Slik kan det gjøres* omtales på sensurkortet som ”Opplysningsfilm for husmødre”. Dette til tross for at filmen var finansiert av vareprodusenter som ville ha forbrukere i tale – og slik sett reklame. Innen miljøet som skapte husmorfilmen hersket det en oppfatning av at Husmorfilm var noe ganske annet enn reklamefilm.¹¹ Innslagene av informativ reklame var også hver for seg for lange til å fungere som enkeltstående reklamefilmer på kino. Når filmkontrollen valgte denne betegnelsen, kan det – i tillegg til å si noe om filmens karakter – ha sammenheng med at det i en årrekke hadde vært produsert instruktiv opplysningsfilm rettet mot husmødre. Husmødrene var fortsatt på 1950-tallet en sentral målgruppe ikke bare for vareprodusenter, men også for folkeopplysningsaktører som offentlige etater og private organisasjoner. Det fantes med andre ord mange former for film som var innrettet mot husmødre og som kunne omtales som husmorfilm. Fellesnevneren for disse filmene var opplæring og informasjon.

Innenfor offentlig virksomhet var opplæring av husmødrene et satsningsområde. *Statens opplysningskontor i husstell* var opprettet i 1940 og stod for produksjon av filmer, lysbildeserier og brosjyrer som omhandlet husarbeid og matstell. Opplysningskontorets filmer ble nyttet på husmorskolene og i landbruksselskapene, og ikke minst innenfor *Statens veiledningstjeneste i heimstell*.¹² Når vi snakker om statlig husmorinformasjon må vi også nevne Norsk rikskringkastingens husmorprogrammer. Hans Fredrik Dahl omtaler radioens Husmortimen sammen med

Landbrukshalvtimen som ”Faglige foredrag av sterkt pedagogisk tilsnitt” (Dahl 1999a:94) Radiens husmorprogram gjennomgikk trolig opplysninger i formen i tråd med utviklingen av programpolitikken, men neppe i den grad at NRKs husmorprogram har vært modell for den lødige konversasjon med publikum som karakteriserer husmorfilmens konferansier. Skjønt det vi vet er at programposten var så populær at når fjernsynet startet overføringer fra debatter i Stortinget i 1963 var det om å gjøre for representantene som ville vise seg for folket, å unngå taletid samtidig som husmorprogrammet gikk på lufta. (Dahl m.fl. 1999:335) En interessant apropos finner vi innenfor politisk retorikk der Gerhardsen i sine radiotaler på 1950-tallet framstår som ekte og autentisk – først og fremst gjennom en stemmebruk tilpasset mediet. Anders Johansen påpeker at han kan regnes som ”den første norske politiker som, overfor hele nasjonen, ’virkelig var seg selv’”. (Johansen 2002:101)

Da NRK fjernsynet fra 1954 drev prøvesendinger, var en Husmortime en av programpostene. (Totland 2001) Programposten gjenfinnes ikke på spilleplanen da prøveperioden var over i 1960. At NRK frafaller husmor som prefiks i sine programbetegnelser kan indikere institusjonens mål om å rette seg til hele familien og hele nasjonen. Stoffområdene fra husmorprogrammene følges imidlertid opp i programposter som eksempelvis Fjernsynskjøkkenet og ulike forbrukermagasiner.

I tillegg til den statlig produserte husmorinformasjonen ble det i regi av organisasjoner som Husmorforbundet og Norske Kvinners Sanitetsforening produsert film som del av opplæringen av medlemsmassen. Eksempelvis opplyser fagredaktøren for *Slik kan det gjøres*, Ingerid Askevold, i et intervju i Filmjournalen rett etter krigen at hun ”*har drevet og laget film siden 1937*”. Hun er på intervjudispunktet leder for Statens opplysningskontor for husstell, men laget sin første film – som omhandlet stell av spedbarn – for Norske Kvinners Sanitetsforening og har før 1946 laget 20 tilsvarende filmer. (Filmjournalen nr 8/1946) Sanitetsforeningens filmer inngikk som del lokallagenes opplæring i ernæring, hygiene og ikke minst bevisst forbruk.

Næringslivet var inneforstått med at kvinneorganisasjonene kunne være viktige allierte når det gjaldt å nå husmødrene som forbrukere. Husmorforbundet hadde i løpet av kriseåra på 1930-tallet støttet norsk næringsliv gjennom å oppfordre husmødrene til å velge norske varer. Og næringslivet hadde svart med å finansiere husmorforbundets demonstrasjons- og opplysningsvirksomhet. (Melby 1995: 350) I forhold til husmødrene var med andre

ord markedsføring og opplæring sammenvevd lenge før næringslivets fellesreklamefilmer, Husmorfilmen, så dagens lys.

Produktreklame og opplæring/informasjon gikk altså hånd i hånd innenfor privat og offentlig husmorskolering, men skulle dette tilsi en henvendelsesform i tråd med Per Aabels konferansier? Informasjons- og instruksjonsfilmen preges i høy grad av direkte henvendelse. Opplæringsfilmens instruktør eller foredragholder forholder seg eksplisitt til sitt publikum gjennom direkte blikkontakt og dirkede tale, men filmer i denne kategori som i den grad som Husmorfilmen gjør seg til venns med, legger opp til dialog med og endog flørter med sitt publikum, er det vanskelig å finne eksempler på. Det virker heller ikke sannsynlig at den omreisende offentlige eller private foredrags- og opplæringsvirksomhet overfor husmødrene – som husmorfilmene kan sees i forlengelsen av – skal ha hatt denne typen intime karakter.

– *husmorfilm, reisefilm og filmavis*

Det vi imidlertid kan spore er en gradvis større personfokusering innenfor den klassiske dokumentarfilmen utover 1950-tallet. I sin gjennomgang av norsk dokumentarfilm, peker Gunnar Iversen på at *Kon-tiki* (1950) innevarsler mer personlige og opplevelsesorienterte reiseskildringer. Gjennom sitt innledende foredrag og sin kommentar på lydsida inntar Thor Heyerdahl som forteller en personlig rolle som gjør at filmen skiller seg fra mellomkrigstidas ”nøkterne avstandsreportasjer”. (Iversen 2001: 87) Denne tendensen blir ennå tydeligere i Per Høsts og Rasmus Breisteins ekspedisjons- og reisefilmer fra 1950-tallet hvor de selv er til stede i det stumme bildet i samtale med ”de innfødte”. (2000:88-93) Nye teknologiske forutsetninger for synkron bilde- og lydopptak ”on location” gjør imidlertid at den intervjubaserte dokumentarfilmen vokser fram utover 1950-tallet.

En medlevende om ikke direkte personlig stil er kinopublikummet også vant med gjennom filmavisens særegne ”voice-over”. Innen denne formen for nyhetsjournalistikk er ikke kommentatoren som person eksplisitt i fokus, men den fortellerstemme som en Rolv Kirkvaag eller en Jan Frydenlund her utviklet, er blitt legendarisk gjennom sin følelseladete og medlevende stil i sterk kontrast til NRKs nyhetsjournalistikk i radio og seinere gjennom Dagsrevyen. Filmavisens estetikk, ikke minst den måten to involverende og entusiastiske kommentatorer veksler på lydsporet, finner vi igjen i mange av husmorfilmene enkeltinnslag, og vi kan også merke

slektskapet i husmorfilmkonferansierens engasjerte tilstedeværelse.

– husmorfilm og reklamekonvensjoner

Synkron audiovisuell henvendelse med blikkontakt til publikum finner vi eksempler på innen den foredragende opplysningsfilmen, men kanskje først og fremst innen kinoreklamen. Eksempelvis omtaler Kathrine Skretting i sin framstilling av norsk reklamefilms historie en reklamefilm for PP-pastillen fra 1957 lagt opp som en samtale i studio mellom radiokjendisen Rolv Kirkvaag og skuespilleren Ingerid Vardun. Kirkvaag henvender seg direkte i kamera med ordene: "*Mine damer og herrer...*" Han samtaler så med Vardun om pastillens foreteffelighet og henvender seg igjen avslutningsvis direkte til kamera med en oppfordring om kjøp. Kirkvaag er nøktern og korrekt og bekler rollen som programleder med sjarmende, men distansert profesjonalitet. Skretting bruker filmen som eksempel på hvordan 1950-tallets korte reklamefilmer holder fokus på produktet og skal overbevise kjøperen gjennom saklige argument: "Det er slutt med flere minutters underholdning og festligheter først, og reklamebudskapet inn helt på slutten, slik det ble gjort i mellomkrigstiden." (Skretting 1995:131) Kirkvaags henvendelse her minner dermed mer om den formelle foredragsholderens enn om Per Aabels intime og personfokuserende form. PP-pastill filmen følger imidlertid opp mellomkrigstidas reklamefilm gjennom bruken av kjente personer, og da personer som er blitt landskjente gjennom radiomediet og kulørt ukepresse. På dette punktet knyttes både samtidas og mellomkrigstidas filmreklame til husmorfilmen. Samtidig kan vi se hvordan husmorfilmen med sitt lange format, følger opp mellomkrigstidas – og skiller seg fra samtidas – reklameethos gjennom vekten på underholdning og moro.

Når husmorfilmen står i en reklamefilmtradisjon, gjelder dette spesielt reklamefilmer for næringsmidler, vaskemidler og husholdningsteknologi som siden slutten av 1920-tallet hadde vært eksplisitt innrettet mot de gifte kvinnene. At det ikke ensidig dreide seg om tradisjonell kinoreklame overfor denne målgruppen illustreres av Lilleborgs lansering av Blenda vaskepulver i 1932. En lengre Blendafilm ble produsert og egne busser utstyrt med filmframvisere og det som skulle til for å holde vaskedemonstrasjoner "live". Bussene oppsøkte husmødre over det ganske land med film og demonstrasjoner. Blendafilmen fikk etter hvert følge av rene filmkomedier for å lokke publikum til demonstra-

sjon og reklamefilm. (Iversen 1999:22) Markedsundersøkelser som Sverdrup Dahl A/S tok initiativ til skal ha konkludert med at det kortere reklamefilmformatet var uegnet for markedsføring av husholdningsteknologi. (Hartviksen 2001) Vi kan kanskje si det slik at det informative aspektet som finnes i all reklame i husmorfilmen vektlegges i den grad at filmformen støter mot og utfordrer reklamefilmens konvensjoner. (Jhally 1987: 24ff)

Avrunding

Aspekter av husmorfilmens henvendelsesform slik vi har sett den i utformingen av den første husmorfilmens konferansier, gjenfinnes innenfor ulike deler av samtidsfilmen. Men konferansierens intimitet og fravær av formell stil trer fram som særegen og nyskapende i filmsammenheng tidlig på 1950-tallet. Konferansieren i lenestol har mer til felles med den personlige, direkte og inviterende modus vi først og fremst har kommet til å forbinde med moderne fjernsynestetikk. Det er ikke vanskelig å trekke parallellen til Per Aabels konferansier når vi eksempelvis leser Graeme Burtons beskrivelse av kjente programledere og deres måte å nærme seg seeren:

When David Attenborough whispers his comments about the wildlife that his cameraperson is close to, he is drawing us into the situation, making believe that we are there with him, in some far-away location. We become co-conspirators in his adventure. Noel Edmonds had done the same thing on his House Party show, when he mugs to the camera and/or beckons us through it to come to the door with him, or to enter someone's home through a previously concealed camera. This sense of relationship, of closeness, of subjectivity, is strong on television. So often the face stares at us from the screen, addressing us, inviting us, sometimes challenging us. (Burton 2000:102)

En interessant parallell til Husmorfilmen finner vi da også i det samtidige, kommersielle fjernsynets forbrukermagasiner modellert etter ukebladene miks av underholdning og informasjon. I en sammenligning av to svært populære show fra amerikansk TV på 1940- og 50-tallet betegnes programformatene som "hyperconsumerist" og som "...a hybrid of the magazine program, one that incorporated entertainment, celebrity guests, "expert" service talk, and musical numbers alongside home economics material." (Cassidy og White 2002:41) Programlederne for disse populære formiddags-

showene var kvinner som la vekt å framstå som husmødre og med en uttalt målsetning om ikke snakke ned til sitt kjernepublikum av husmødre.

Husmorfilmens konferansier viser at også de som utviklet Husmorfilmen var opptatt av å snakke til – og ikke bare ned til – husmødrene. Internasjonalt, kommersielt fjernsyn i samtida kan ha vært en inspirasjonskilde.¹³ I en nasjon med statlig, lisens-

finansiert kringkasting som i Norge kom husmorfilmen inn som et alternativ for de deler av vareindustrien som ellers ville satset på ”daytime” kringkasting for å nå forbrukeren/husmoren. Både i sin henvendelse til tilskueren og i økonomisk forstand kan dermed husmorfilmen forstås som en pendent til det kommersielle fjernsynets ”daytime” programtilbud.

Noter

1. Forskningsparaplyen ”Mellom markedsøkonomi og befolkningspolitikk: Husarbeid som ideologi og praksis” ledes av historiker Gro Hagemann ved Universitetet i Oslo og skal bidra med ny kunnskap om – på den ene sida – hvordan husarbeidet gjennom den 20. århundre ble i talesatt innenfor det partipolitiske felt og i statistikk og – på den andre sida – undersøke husarbeidets betydning for endringer og stabilitet når det gjelder konstruksjon av kjønn.
2. Telefonintervju med Informasjonsfilms disponent Arnfinn B. Storkaas, 3.05.2001. Et interessant spørsmål i denne sammenheng er hvorfor den svenske Husmorfilmproduksjonen som startet i 1952 holdt det gående helt fram til 1976.
3. Som svar på henvendelsen etablerer den svenske reklamefilmprodusenten Per Olof Nuhma i 1952 Starfilm A/S i Oslo som et datterselskap til sitt Star Studio i Stockholm og med det formål å produsere Husmorfilm. Se Hartviksen 1995.
4. Husmorfilmen skiller seg radikalt fra sin ”søster” såpeoperaen gjennom fravær av pathos – appell til sterke emosjoner. Logos, eller appell gjennom fornuftbasert og strukturert argumentasjon, er mer framtreddende, men er i mellomstikkene underordnet ethos.
5. Jeg har så langt i arbeidet hatt anledning til å se 15 av de 28 titler – i sin helhet eller utdrag. Prosjektet har gjort mulig en delfinansiering av scanning slik at tildels ubrukelige visningskopier nå blir gjort tilgjengelig ved Norsk filminstitutt i Oslo.
6. Espelid, seinere Espelid Hovig er en ruvende skikkelse i norsk kultur- og samfunnsliv etter sine 30 år som leder av NRK Fjernsynskjøkkenet.
7. Düring har regissert en lang rekke kortfilmer og 8 spillefilmer. Han var under hele 1950-tallet en del av det kunstnerisk ambisiøse filmmiljøet i ABC-film og regisserte også to spillefilmer for modernisten Erik Løchen på 1970-tallet. (Iversen 1992)
8. Betegnelsen ”konferansier” er hentet fra filmens rulletekst.
9. For introduksjon til og diskusjon av klassisk retorikk, se Andersen 1995 og Kjeldsen 2002.
10. I sin dokumentarfilmhistorie benytter Bjørn Sørensen dette begrepet for å betegne hvordan fjernsyns-

formatet gjennom det journalistiske mellomledd kom til å skille seg fra dokumentarfilmens mest utbredte form i fjernsynets barndom. (Sørenssen 2002:223)

11. Intervju med Informasjonsfilms Terje Helweg 23.10.2001. Helweg understreket i denne sammenheng hvordan det å produsere husmorfilm hadde ennå mindre prestisje i det samtidig norske filmmiljøet enn det å lage reklamefilm.
12. Tjenesten var opprettet i 1937 som en opplæringsorganisasjon rettet mot husmødrene med kommunale og fylkeskommunale enheter og sorterte under Landbruksdepartementet til 1959. Opplysningskontoret ble i 1969 slått sammen med andre offentlige instanser under navnet Statens institutt for forbruksforskning.
13. Knut-Jørgen Erichsen som ble satt til å lede Starfilm A/S, det første selskapet som produserte husmorfilm for det norske markedet, hadde ikke bare vunnet den første ’Annonsørenes Oscar’ for beste reklamefilm i 1950. Han hadde også bakgrunn som kommentator på lydfilmavisen og hadde vært knyttet til NRK fra 1945 til 1949. Jørgensen var på 1950-tallet en av forkjemperne for reklamefinansiert fjernsyn i Norge.

Referanser

- Andersen, Øivind (1995) *I retorikkens hage*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Burton, Graeme (2000) *Talking Television*. Arnold: London.
- Bastiansen, Henrik G.; Meland, Øystein (2001) *Fra Eidsvoll til Marienlyst. Studier i norske mediers historie fra Grunnloven til TV-alderen*. Høyskoleforlaget: Kristiansand.
- Brinch, Sara; Iversen, Gunnar (2001) *Virkelighetsbilder. Norsk dokumentarfilm gjennom 100 år*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Block, Eva (1996) (red.) *Husmors filmer. Dokumentation från forskarsymposium*. Stockholm: Arkivet for ljud och bild.
- Cassidy, Marsha og White, Mimi (2002) *Innovating Women's Television in Local and National Networks: Ruth Lyons and Arlene Fransis, Camera Obscura* 17(51)3.

- Dahl, Hans Fredrik (1999a) *Hallo, Hallo! Kringkastingen i Norge 1920-1940*. Oslo: Cappelen.
- Dahl, Hans Fredrik m.fl. (1999) *Over til Oslo. NRK som monopol 1945-1981*. Oslo: Cappelen.
- Hartviksen, Ivar (1995) Historien om Centralfilm – storprodusent av reklame, del 1” i *Rush-print* nr.2/95
- Hartviksen, Ivar (2001) Reklamefilmen i Norge – etter 1945. Upublisert manus.
- Iversen, Gunnar (1992) *Framtidsdrøm og filmlek. Erik Løchens filmproduksjon og filmestetikk*. Stockholms universitet: Institutionen för Teater- och Filmvetenskap (Doktoravhandling).
- Iversen, Gunnar (1999) Modernitetens budbringere – Om de norske husmorfilmene, i Myrstad, Anne Marit; Slottemo, Hilde Gunn (1999) *Slik kan det gjøres” Flerfaglige blikk på ’Husmorfilmen’*. ITK, NTNU: Senter for kvinneforskning (Arbeidsnotat 1/1999).
- Iversen, Gunnar (2001) Fra reportasje til sosialpoesi. – Hundre års norsk dokumentarfilmhistorie, i Brinch, Sara; Iversen, Gunnar (2001) *Virkelighetsbilder. Norsk dokumentarfilm gjennom 100 år*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jansson, Puck (1996) Om produksjonen av husmorsfilmer-na, lite historik. Referat av frågestund, i Block, Eva (1996) (red.) *Husmors filmer. Dokumentation från forskarsymposium*. Stockholm: Arkivet för ljud och bild.
- Johansen, Anders (2002) *Talerens troverdighet. Tekniske og kulturelle betingelser for politisk Retorikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kjeldsen, Jens (2002) *Visuell retorikk*. Universitetet i Bergen: Institutt for medievitenskap (Doktoravhandling).
- Melby, Kari (1995) *Kvinnelighetens strategier. Norges Husmorforbund 1915-1940 og Norges Lærerinneforbund 1912-1940*. Universitetet i Trondheim. (Dr.philos avhandling i historie)
- Myrstad, Anne Marit; Slottemo, Hilde Gunn (1999) *Slik kan det gjøres” Flerfaglige blikk på ’Husmorfilmen’*. ITK, NTNU: Senter for kvinneforskning (Arbeidsnotat 1/1999).
- Skrætting, Kathrine (1995) *Reklamefilm. Norsk reklame i levende bilder 1920-1990*, Oslo: Universitetsforlaget.
- Sørenssen, Bjørn (2001) *Å fange virkeligheten. Dokumentarfilmens århundre*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Totland, Geir (2001) ”Fjernsynet før fjernsynet, NRKs prøvesendinger 1954-1960” i Bastiansen, Henrik G.; Meland, Øystein (2001) *Fra Eidsvoll til Marienlyst. Studier i norske mediers historie fra Grunnloven til TV-alderen*. Høyskoleforlaget: Kristiansand.

Om etno-grafisk film

Kunskapsteoretiska utgångspunkter och representationen av den Andra

VERONICA STOEHREL

Att familjer kan ha svarta får är en mångbottnad kliché, dessvärre är den fullgott applicerbar på fenomenet etnografisk film – ett forskningsområde som man inte riktigt vill kännas vid, vare sig inom antropologi, filmvetenskap eller medie- och kommunikationsvetenskap: etnografiskt filmforskande framträder som en gråzon, något som finns ”emellan” ovan nämnda vetenskaper. För antropologerna är etnografisk film att liknas just vid det svarta fåret, något som endast accepteras för att det tillhör familjen. Denna motvillighet tar sig bland åtskilliga etnografer uttryck i åsikten att etnografi i form av rörliga bilder inte besitter samma fördjupningsmöjligheter som sin skriftliga motsvarighet inom etnografien. Bland filmvetarna väger etnografisk filmforskning inte heller särskilt tungt, mot att exempelvis forska om Bergman eller Kurazawa. Vidare betraktas TV och video av många forskare inom medie- och kommunikationsvetenskapen som relevanta medium att undersökas av disciplinen, dock ej den mediebesläktade filmen (!)¹. Denna ovilja att kännas vid etnografisk film säger något om vårt samhälles syn på språk respektive bild, om åtskillnaden vi alltjämt gör mellan det estetiska och det kognitiva (postmodernismens uppluckrande entré till trots), samt om våra behov att sätta upp akademiska gränser, som skyddsmurar för våra forskaridentiteter och revir². Att medievetarna inte har intresserat sig mer för etnografisk/dokumentär film framstår som milt sagt förvånansvärt, i skenet av denna genres höga förekomst i TV-mediet, manifesterat i en uppsjö populariseringar av samhällsveten-

skaplig forskning. Dessa populariseringar är antingen att betrakta som produkter av enskilda TV-redaktioner – ibland sprungna ur kollaboreringar mellan producenter/filmteam och forskare – eller helt enkelt som produkter av frilansande filmare. Ett om möjligt ännu mindre utforskat område är receptionen av dessa TV-sända filmer. Den empiriska studie som antropologen Wilton Martinez gjorde av sina studenter samt Henrietta Mores teoretiska resonemang om filmerna av Trinh T. Minh-ha, utgör båda exempel på studier som lyfter fram komplexa problem kring relationen mellan form och reception, hos en publik som socialiserats i moderna västerländska koder av idag.

När jag började intressera mig för etnografisk film, fann jag snart att huvudparten av befintlig engelskspråklig litteratur, med kritisk granskning av etnografisk film som element i sin diskurs, har antropologer som författare³. Bill Nichols och Trinh T. Minh-ha utgör två av de få undantagen som bekräftar regeln: Bill Nichols är en teoretiskt tränad filmvetare, och den i Vietnam födda kvinnan Trinh T. Minh-ha är såväl teoretiker som filmmakare⁴ – båda två omvandlades hos många antropologer till älskade hatobjekt, när de började ifrågasätta hela idén om bildens och filmens möjlighet att avbilda världen. Ett tredje undantag kan här ses i forskaren Catherine Russel – filmvetare och intresserad av experimentellt etnografisk film. Hon tycks dock inte ha upptäckts fullödigt av antropologerna än.

Ämnet etnografisk film visar sig vid en granskning företrädesvis ha studerats av forskare utan vare sig film- eller kommunikationsvetenskaplig bakgrund (det finns endast ett fåtal antropologer, som parallellt är utbildade i film). Förståeligt nog har detta många gånger kommit diskussionen att halta, när det gäller förståelse av hur mening skapas ge-

Sektionen för hälsa och samhälle, Högskolan i Halmstad, Box 823, SE-301 18 Halmstad, veronica.stoehrel@hos.hh.se

nom användandet av såväl dramaturgiska som tekniska aspekter, genom meningsskapandets såväl syntagmatiska som paradigmatiske dimensioner. Med andra ord, och utifrån ett medievetenskapligt perspektiv, är det lätt att sakna ett resonemang som knyter an det gestaltade till meningsteorier om bild och kunskapsteoretiska frågor.

I denna artikel diskuterar jag definitionen av etnografisk film, samt några metodologiska aspekter kring dess produktion, utifrån ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv. Mitt intresse ligger här i relationen mellan filmens form, dess produktion, de kunskapsteoretiska utgångspunkter som dessa produktionsmetoder bygger på, samt i hur dessa förhållanden kan påverka publikens syn på den Andra.

Emellanåt kan det kännas tjatigt att poängtera vissa saker (som t ex att bilden inte kan avbilda verkligheten), och jag ber härmed om ursäkt till redan invigda i problematiken. Men eftersom en stor del av litteraturen om etnografisk film – explicit eller implicit – bygger på just dylika antaganden om avbildbarhet, känner jag mig tvungen att ta upp den frågan i repris.

Den etnografiska filmens dilemma: återgivande och gestaltning

Etnografisk film, eller etno-grafisk film. To be or not to be – that is the question: Etnografins vara, eller icke vara.

Det har nu gått mer än tre decennier sedan etnografiska författare började ägna sig åt självkritiska reflektioner i form av diskussioner om representationens möjligheter respektive svårigheter. Dagens etnografi har dock inte lyckats frigöra sig från den implicita konflikten i berättelsen om den Andra – konflikten mellan återgivande och gestaltning.

Nya insikter har vunnits genom inflytandet från såväl postmodernismen som poststrukturalismen. Idag förespråkas nya tillvägagångssätt, som t ex anammanden av multiperspektivism, utsuddandet av gränser mellan subjekt och objekt, samt ökad reflexivitet om den egna författarrollen – några exempel på cirkulerande nyanseringsförsök: detta samtidigt som etnografer hävdar etnografins möjlighet att kunna förklara en "extern social verklighet", för att använda ett uttryck av Charlotte Aull Davies (1999). Nya schismer låter sig vidare speglas genom en etymologisk bild av begreppet "etnografi": från grekiskans *ethnos*, människor, och *graphikos*, konsten att representera tvådimensionellt. Redan vid

denna definition av begreppets härkomstformation framstår den tydliga spänningen i diskursen om etnografisk film, mellan det så kallade vetenskapliga och det konstnärliga, mellan det återgivande och det skapande – ett spänningsfält som kan gestaltas genom följande definition: "Representation" av andra människor, den Andra människan, genom berättande rörliga bilder.

George Markus (1994) antyder att den skriftliga etnografen har kommit längre i sina strävanden än den visuella, att den skriftliga antropologin har vågat sig till en experimentell nivå, som vi inte finner inom den visuella⁵. Jag är delvis beredd att hålla med honom, men jag tror inte att problemet ligger i filmerna som sådana, utan snarare i vilken definition av etnografisk film vi anammar, inte minst i skenet av den uppseendeväckande seglivade idén – existerande hos några forskare än idag: idén om att man kan använda sig av film för att "dokumentera verkligheten".

Vid läsning av den hemsida där "Human Studies Film Archives"⁶ presenterar sina utgångspunkter, är det lätt att se konflikten som visuell antropologi befinner sig i: å ena sidan inbjuds läsaren att undersöka hur skilda antropologer *betraktar* andra kulturer, d v s – ett implicit erkännande av det komplicerade förhållandet mellan tecken och referent. Å andra sidan uppmuntras antropologer att titta på deras filmarkiv för att lära sig *om* andra kulturer – således en kunskapsmässig återvändsgränd, vars bekräftelse leder till ett upplösande: antropologin kan inte frigöra sig från idén om att filmen kan dokumentera andra kulturer (eller subkulturer) då det skulle innebära självmord för den visuella grenen.

Definitioner av etnografisk film

Litteraturen om etnografisk film erbjuder en rik variation av definitioner – från det att etnografiska filmer är sådana som görs av etnografer (!), till att etnografiska filmer är alla filmer som handlar om människor. Ett någorlunda mer systematiskt försök till en klassificering av etnografisk film görs av den spanska antropologen Elisenda Ardévol (2001).

Utifrån en deskriptiv snarare än en normativ utgångspunkt tar Ardévol upp sex kategorier av etnografisk film. Här nedan presenterar jag hennes fem första kategorier (punkt nr 6 i Ardévols kategorier bär klassificeringen "övrig", vilken jag i punktlistan nedan har utelämnat), och som jag kompletterar med fem stycken till. Dessa tio punkter utesluter naturligtvis inte varandra utan måste samtliga betraktas som möjliga analyskategorier.

1. Film som betraktas som historiskt dokument: filmmakaren försöker här fånga upp en grupp människors sätt att leva. Den har som syfte att dokumentera praxis, riter, osv, för framtiden.
2. Film betraktad som etnografiska data, dvs mer eller mindre som "anteckningar" inom ett större fältarbete.
3. Den etnografiska dokumentären: denna film definieras som den narrativa expositionen av en aspekt i en subkultur. Filmen är en produkt av ett fältarbete och den har som mål att överföra antropologisk kunskap till den allmänna publiken.
4. Dokumentärfilm med antropologisk inriktning: på samma sätt som den etnografiska dokumentären, använder sig också denna film av en narrativ exposition för att gestalta en aspekt av en subkultur. Till skillnad från den föregående, bygger den inte på fältarbete utan på historisk dokumentation och andra etnografiska metoder.
5. Sociodokumentär film: definieras som den film vilken genom narrativen gestaltar skilda människors liv i sina egna miljöer. Målet med denna film kan variera från att göra propaganda av något slag till att avslöja sociala missförhållanden.
6. Experimentellt etnografisk film: en film som gestaltar olika människor och olika händelser, platser eller teman, men som samtidigt ifrågasätter förhållandet mellan det vi ser och det som det sedda refererar till. Den ifrågasätter också några av etnografins huvudmetoder, som t ex deltagande observation, samt använder sig av ett bildspråk och en narrativ struktur som ifrågasätter en kategorisk åtskillnad mellan fakta och fiktion.
7. Filmade dagböcker: subjekt som gestaltar sina egna liv. Vanligt förekommande här är kvinnors berättelser. Syftet med dessa filmer kan variera, från rent privata till studiematerial i politiskt syfte.
8. Filmer som behandlar antropologiska teman genom en blandning av fakta och fiktion. I denna kategori ingår många av de så kallade kommersiella filmerna, som producerats för att visas i TV.
9. Fiktionsfilmer som behandlar antropologiska teman.
10. Film som producerats av minoritära grupper, exempelvis ursprungsbefolkningar eller ungdomsgrupper. Även här kan syftet variera, från dokumentering av den egna kulturen till visning för olika typer av makthavare och med ett politiskt syfte.

Att antropologin har utvidgat sina studieobjekt kan sättas i samband med globaliseringsprocesserna, samt de förändringar på samhällelig och kulturell nivå som globaliseringen har fört med sig. Dessa förändringar tar sig uttryck i en decentralisering av politik och ekonomi, bildandet av nya subkulturer (via t ex IT), ökad cirkulation av information och idéer (som en produkt av människors mobilitet och de nya teknologierna), heterogenisering av olika grupper och fragmentarisering av kulturer, samt en nedbrytning av den gamla existerande enheten mellan kultur och territorium (Knauff, 1997; Abu-Lughod, 1995, Appadurai, 1995, osv.)

Antropologins studieobjekt är inte längre, och kan inte vara, slutna och avlägsna kulturer, utan ett globaliserat samhälle. Ur ett metodologiskt perspektiv har detta inneburit att den traditionella metoden i etnografiska studier – deltagande observation – inte längre kan tillskrivas samma betydelse som tidigare, eftersom den inte räcker till för att förklara komplicerade translokala förhållanden, eller, t ex: för att förklara de sociala förhållandena i produktionen av nya teknologier, eller produktionen av kunskap inom naturvetenskaplig forskning⁷. Som belysning har användningen av intervjuer och olika dokument ökat i betydelse idag. Hannertz (2001) påpekar t ex att en antropolog av vår samtid praktiskt taget kan skriva en etnografi utan att faktiskt ha varit på plats.

Detta är en fascinerande tanke att applicera på visuell etnografi: vi skulle kunna göra en etnografisk film – nästan utan att ha varit på vårt ämnes ursprungsplats! Vad kan då sägas återstå? Grunderna för det etnografiska arbetet har ifrågasatts – dels den deltagande observationen i egenskap av metod, men också idén om att etnografins undersökningsobjekt ska vara bestämda i plats och tid. Den experimentella skriftliga etnografen intresserar sig bl a för *processer* och *teman* snarare än platser, vilket arbeten som t ex de av Carolyn Nordstrom (1997) bevitnar⁸. Vi kan följaktligen göra en (etnografisk) film om t ex "vänskap", utan att låsa oss vid en speciell målgrupp, och utan att använda oss av deltagande observation.

Att sätta gränser för det vi kallar, eller inte kallar etnografisk film, är idag ingen enkel uppgift och kanske t o m meningslöst. Däremot tror jag att, i samma måtto som vi kan tala om bra och dåliga skriftliga etnografier, kan vi också tala om bra och dåliga etnografiska filmer. Frågor om t ex förhållandet mellan det deskriptiva och dess teoretiska relevans, samt möjligheterna till teoretisk generalisering, kan utgöra kriterium för en bedömning av sådant slag⁹.

Kunskapsteoretiska antaganden och representationen av den Andra

Med ovan uppräknade definitionsspektra av etnografisk film i hågkomst, och med en tanke på svårigheterna i att finna en heltäckande definition, presenterar jag i det följande ett möjligt sätt att förstå förhållandet mellan de definitioner olika forskare föredrar, forskarnas kunskapsteoretiska antaganden, samt representationen av den Andra. Det är inte min avsikt att i denna text att beröra frågor som t ex, *Vem talar om den Andra?* Jag avser heller inte att diskutera konkreta dramaturgiska och tekniska grepp, för anknytning till det ovan berörda förhållandet (dvs, stil, kunskapsteoretisk utgångspunkt, samt representationen av den Andra). Min avsikt är istället att introducera ett sätt att se på förhållandet mellan filmens metodologi (relationen teori-metod) och representationen av den Andra¹⁰.

De antropologer jag hänvisar till är både forskare och filmmakare – samtliga med någon film med sig i bagaget, vissa ett större antal, andra bara en. De resonemang och den kritik som jag framför här baserar sig alltså på antropologer som parallellt skapar filmer. Anledningen till att jag inte tar upp filmmakare utan antropologisk bakgrund, men som likväl har gjort etnografiska filmer, är att jag inte (bara) är ute efter att analysera filmerna de producerat, utan även deras *diskurs* om etnografisk film.

Det finns många fall där man producerar (etnografiska) filmer i samarbete mellan TV-arbetare och forskare, som exempelvis i TV-serien "Childhood" i USA. Barry Dornfeld (1998) gjorde t ex en etnografisk studie om produktionen av denna serie. Intressant i detta sammanhang är Dornfelds iakttagelser av skillnader mellan producenter och forskare (antropologer, medicinare, psykologer, sociologer och historiker), i samband med förhållandet underhållning-information: medan forskarna i sina utgångspunkter såg en klar dikotomi mellan dessa former ansåg producenter/regissörerna att de kunde informera på ett underhållande sätt. Forskarna var måna om att göra en klar distinktion mellan vad de ansåg vara reellt, respektive vad de ansåg vara en konstruktion. Forskarna ville vidare använda sig av verbala förklaringar medan producenter/regissörerna var mer benägna att berätta med bild, och därmed också att konstruera olika betydelser.

Dornfelds resultat ska dock inte läsas som en generell dikotomi mellan forskare och TV-producenter/regissörer. I det följande kommer jag att visa att så inte är fallet, att ordet *inom* är mer relevant än ordet *dikotomi*, att viktigare skillnader står att finna

inom forskargruppen, respektive *inom* filmmakargruppen.

För att nå förståelse av vilken definition skilda forskare anammar kan vi tillämpa en numera klassisk indelning inom medie- och kommunikationsvetenskap: synen på kommunikation som överföring av information respektive kommunikation som ritual (Carey, 1975). I litteraturen om etnografisk film kan man se en någorlunda tydlig indelning mellan följande led: å ena sidan forskare som ser etnografisk film som ett medel för överföring av information, och vars intresse ligger i den slutliga produktionen, och å andra sidan forskare som ser filmen som ett sätt för kulturen att bekräfta sig själv i tiden. Dessa sistnämnda forskare lägger tonvikten på kommunikationen som process. De förstnämnda i sin tur, vilka implicit betraktar kommunikation som överföring av information, brukar definiera etnografisk film som "historiska dokument" och "anteckningar" (punkt nr 1 och 2 i definitionsuppställningen ovan), medan de som ser filmerna mer som ritual använder sig av en rikare definitionsarsenal i sina beskrivningar av etnografisk film¹¹.

I den förstnämnda av positionerna ovan – där kommunikation ses som överföring av information – söker forskaren/filmmakaren nå en verifikation av sin hypotes, vilken han/hon tror sig kunna bekräfta med kameran, ungefär i stil med följande påstående: "Jag var där, jag såg det, och nu kan jag visa det för er". I denna position betraktas kameran som ett verktyg för att registrera och bevisa. Man ser inga semiotiska problem i förhållandet mellan tecken och referenten. De ikoniska bilderna tas för en historisk verklighet.

Dessa forskare/filmmakare separerar ofta filmationsprocessen från interaktionen mellan film och publik. Det är inte ovanligt att i litteraturen hitta utsagor från antropologer som uttryckligen menar att deras filmer inte är gjorda för att kommunicera något till publiken, utan bara för att söka reda på skilda kulturella praxis. Begreppsapparaten i deras diskurser inbegriper ofta uttryck som att "samla in", "registrera", "objektivitet" osv.

Vissa forskare/filmare påstår vidare att vi, genom att se en film ett upprepat antal gånger, kan öka vår kunskap om de individer som filmen handlar om (se exempelvis Hocking, 1988) – ett tankesätt som bygger på tre antaganden:

1. Att kvantiteten (det antal gånger vi tittar på en film) bestämmer kvaliteten, dvs, förståelse av helheten.
2. Att filmen har fångat denna helhet.

3. Att bilden (i motsats till skriften?) på grund av sina ikoniska egenskaper, samtidigt motsvarar en historisk verklighet.

Från ett semiotiskt och kommunikationsvetenskapligt perspektiv är samtliga tre antaganden felaktiga. Som Nichols (1991) redan har visat är bilden endast bevis på att dess föremål har existerat – aldrig ett belägg för en historisk verklighet. Att betrakta data som bevis på verkligheten är något man knappast ens gör i de mest positivistiskt inriktade vetenskaperna. Att vissa forskare/filmare fortfarande betraktar filmade sekvenser som data/verklighet är något som jag finner svårt att förstå: den historiska verkligheten är aldrig given, utan vi kan bara förstå den genom våra tolkningar. Denna historiska verklighet består av en kontext, en dåtid och en framtid samt alla möjliga förhållanden, med andra människor och andra händelser i ett annat rum (plats). Tiden och (det frånvarande) rummet kan inte ”registreras” med kameran – de kan endast konstrueras genom dramaturgi, klipp och montage. Den registrerande kameran kan aldrig fånga helheten – så ej heller förmedla den för percipiering – oavsett hur många gånger vi tittar på det registrerade: den registrerande kameran väljer och utesluter, och med detta följer också publikens tolkningsmöjligheter. Den informationsinriktade forskaren/filmaren har ofta ett behavioristiskt intresse, exempelvis å la följande noteringar: vad människor gör, hur de gör det, samt vad de uttryckligen säger. Frågor som, förslagsvis, ”varför de gör det”, i meningen, ”vad har det för betydelse?” är inget som låter sig registreras via kameran blick¹², och kan för vissa därmed måhända framstå som mindre intressant¹³.

För att bättre kunna analysera dialogerna i en film föreslår vidare antropologerna och tillika filmmakarna Timothy och Patsy Ash (1988) att vi ska skriva ner dem på papper. Idén baseras på antagandet om en korrespondens mellan den orala och den skriftliga kulturen, samt på antagandet att kommunikationen bara har en funktion, nämligen den referentiella. Cohan & Shires (1996) påminner oss dock om att språket – såväl det orala som det skriftliga – inte transkriberar betydelser (signification), utan symboliserar dem: det orala språkets sociala symbolism – av pauser, tonlägen och andra fonetiska egenskaper – går exempelvis förlorade i transkriberingen till skrift (Derrida, 1996). Fonologin, till skillnad från skriften, är dessutom en omedelbar och synkronisk erfarenhet. Denna erfarenhet försvinner i den skriftliga texten (ibid.).

Den andra gruppen forskare/filmmakare, de som ser kommunikationen som ritual, har emellertid inte

några hypoteser som utgångspunkt, och äger därmed möjlighet att ändra fokus mitt i filmationsprocessen. Denna förskjutning av fokus tar sig ofta uttryck i övergångar från t ex en persons handlingar, till denna persons interaktion med forskaren/filmmakaren själv.

Dessa forskare/filmmakare intresserar sig för kommunikationens vidare spektrum av funktioner – något som Jacobson förde upp i dagen redan för 40 år sedan – och försöker gestalta dem i bild. Detta gäller i såväl de filmade subjektens kommunikation sinsemellan som i forskarnas/filmmakarnas egna möten med subjekten, samt i forskarnas/filmmakarnas möte med sin publik. Dessa kommunikationsfunktioner är, i filmproduktionen: 1. den *referentiella*, och som syftar till tecknens indexikala förhållande till referenten; 2. den *emotiva*, som har att göra med sändarens känslor, subjektiviteter, osv; 3. den *poetiska*, vilken drar uppmärksamheten till förhållandet form-innehåll, och som, via sina olika konnotationer, öppnar eller sluter tolkningsmöjligheter; 4. den *fatiska* – belysande försök att etablera en social kontakt med mottagaren; 5. den *metalingvistiska*, vilken visar att mottagaren har förstått det som kommuniceras, och som, via användningen av intertextualiteten, skapar nya betydelser, och så; 6. den *konativa* – en funktion vilken kan beskrivas som den retoriska, didaktiska, och som försöker få lyssnaren/tittaren/läsaren att göra någonting. Dessa funktioner låter sig överlag dock inte registreras direkt in i kameran, de är betydelser som kräver konstruktion för att träda fram, manifesterat genom filmmakarnas val av dramaturgi, samt klippning och montering vid redigeringsbordet.

Kritiken från informationsinriktade forskare/filmare låter inte vänta på sig: att klippa och redigera är inte att registrera verkligheten, det är att manipulera och konstruera den. På frågan om hur man då ska gestalta kommunikationens övriga funktioner, de som står att frambringa utöver den referentiella, kommer svaret från informationshålllet ganska enkelt och klart: det man inte ser ska man inte visa – en utgångspunkt som jag finner vara direkt farlig: att enbart visa den manifesta och materiella verkligheten bekräftar och reifierar den västerländska kropp-själ-dikotomin, befrämjar vouyerismen och en neokolonialistisk ”gaze”, den kamerablick som tycks ha följande att säga: ”Vi som kan och vet hur man gör visar för Er hur det Andra är”. Den informationsinriktade filmaren betraktar, klassificerar och definierar subjekten, men bebländar sig själv inte med dem – ett förhållningssätt vars andemening är en kolonialistisk spegling.

Förkroppsligandets betydelse

Inom den skriftliga etnografin lyfter Thomas J. Csordas (1999) fram behovet av "embodiment" för förståelse av människans perceptuella erfarenheter samt relationer till omvärldens fält. De rituellt engagerade forskarna/filmarna – i jämförelse med sin informationsinriktade motsvarighet – intresserar sig för hur filmsubjekten inkorporerar sin omgivning, dess strömningar av makro- och mikroelement, med sina egna dynamiska kroppar, samtidigt som de vill ge publiken en potentialitet, att kunna uppleva filmsubjektens verklighet i sina egna kroppar. Med ett dylikt förhållningssätt ges de materiella och subjektiva dimensionerna jämbördig vikt.

Den i Australien verksamme antropologen och filmmakaren David McDougal lutar sig mot Deleuze, Levi-Strauss och Philippe Descola¹⁴ för att söka förklara förhållandet mellan den "materiella" och den "subjektiva" verkligheten i filmen.

Levi-Strauss/Descola gör här en trefaldig indelning av kunskapsformer: deskriptiv kunskap (etnografi), strukturell/relationell kunskap (etnologi), samt förklarande och teoretisk kunskap (antropologi)¹⁵. McDougal menar att i denna klassificering saknas en fjärde form av kunskap, nämligen den affektiva kunskapsdimensionen – den kunskap som bara erfarenheten kan ge oss. När Deleuze i sin tur talar om olika aspekter av filmade scener, refererar han till "bildens upplevelse" – vad den gör och hur den gestaltas (the perception image, the action image, the affection image). Enligt McDougal skulle Deleuzes funktioner kunna besitta förmågan att förklara den affektiva kunskapen:

But the interval (in the relation between perception-image and action-image) is not merely defined by the specialization of the two limit-facets, perceptive and active. There is in-between. Affection is what occupies the interval, what occupies it without filling it in or filling it up. It surges in the center of indetermination, that is to say in the subject, between a perception which is troubling in certain respects and a hesitant action. It is a coincidence of subject and object, or the way in which the subject perceives itself, or rather experiences itself or feels itself 'from the inside'. (Deleuze: 1986: 65, citerad i McDugall, 1998: 82)

Den förklarande och teoretiska kunskapen skulle kunna ges till åskådaren genom klipp och montage. Med Barbashs och Taylors (1997) ord kan vi säga att det intellektuella resonemanget i film sker via en implikation, snarare än utifrån verbala påståenden. Gestaltningen av hur vi *ser* det vi ser (perception) och när förståelse av dess betydelse (i termer om "användning"), samt "adjektivitet" (eller "rummet" med en annan begreppsapparat) som finns mellan perceptionen och användningen skulle ge oss möjligheten att nå kunskap genom erfarenhet.

För den rituellt inriktade forskaren/filmmakaren är således förkroppsligandet (the embodiment) genom subjektiv upplevelse (affection) en lika viktig del att gestalta som den materiella verkligheten. Men eftersom dessa subjektiva dimensioner inte kan "registreras" med blotta kamerans viga öga använder sig dessa filmmakare av filmens såväl tekniska som dramaturgiska möjligheter, för att audiovisuellt kunna gestalta dem. I motsats till den informations- och neokolonialistiskt inriktade filmmakaren blandar dessa filmare in sin egen subjektivitet i representationen av den Andra.

Produktionen av filmen separeras i detta vare sig från den färdiga produkten eller från den publikmässiga receptionens sida, vilka istället formar en transparent och icke skylbar enhet. Man skulle kunna tala om ett fenomenologiskt förfaringsätt i Heideggers mening: i denna form av produktion intresserar sig forskarna för att – såväl kroppsligt som själsligt och intellektuellt – söka förstå just dessa sfärer i det pro-filmiska, och förmedla insiktsprocessen till publiken på samma förståelsesätt.

Sammanfattning

De kunskapsteoretiska antaganden olika forskare/filmmakare utgår ifrån påverkar de stilistiska grepp de använder sig av, vilket i sin tur påverkar gestaltningen av den aktuella Andra. Forskare/filmmakare som enbart betraktar filmen som ett medel för överföring av information hamnar i en så kallad neokolonialistisk gaze. Forskare/filmmakare som ser på etnografisk film som ritual har inte denna vouyeristiska och neokolonialistiska benägenhet – istället exponerar de sitt fulla spektrum av subjektivitet. Beroende på vilken utgångspunkt olika forskare/filmare har, anammar de olika definitioner av etnografisk film.

Noter

1. När jag i fortsättningen använder mig av begreppet film syftar jag till samtliga filmformat som visas på TV, i form av såväl video- som storduksformat.
2. En av de möjliga förklaringarna till att filmvetenskapen tycks intressera sig mer för regissörer som Bergman och Kurazawa, framför filmmakare inom den etnografiska ådran, kan vara den antagna kreativa stilen i de förstas fall, i motsatts till det antagna avbildande i det andra.
3. Bland filmvetarna finns dock en hel del beskrivande, icke-kritisk litteratur, som behandlar ämnet ifråga.
4. Trinh T. Minh-ha har en MA i fransk litteratur och musik, en master i musikkomposition och en Ph.D i komparativ litteratur från Universitet i Illinois. Hon har också studerat etnomusikologi med en vietnamesisk lärare vid Universitetet i Sorbonne-Paris.
5. Med stöd i Keit Cohen (1979) menar Markus att skönlitteratur från början av 1900-talet påverkades av filmmontaget. Detta kunde man se i dess multiperspektivism, simultanitet och icke linjära berättelser. Enligt Markus har samma överföring ägt rum inom den experimentella skriftliga etnografen av idag, genom dess strävan efter reflexivitet och dialog.
6. Detta är det gamla National Anthropological Filmcenter, som bl a Margaret Mead och Sol Worth grundade, samtidigt med "Society for the Anthropology of Visual Communication", 1975.
7. Ett exempel på att deltagande observation inte räcker till i studier av den sociala konstruktionen av vetenskapsproduktion hittar vi i Hugh Gustersons (1998) bok, *Nuclear Rites. A Weapons Laboratory at the end of the Cold War*. Gusterson menar att det är helt meningslöst att som antropolog sitta i ett laboratorium och observera hur forskarna gör sina experiment. Det viktiga för honom är att se hur dessa forskare konstruerar sina "regimes of truth", och i detta är språket och intervjuer de huvudsakliga verktygen.
8. Nordström har undersökt "våldet" utifrån sina erfarenheter i Moçambique. Under en period om sex år samtalade hon med människor vid sina olika besök i landet. Utifrån deras berättelser samt olika filosofers tankar om våld reflekterar hon över våldets uttryck, dess mening och konsekvenser för människors subjektivitet.
9. Här utgår jag från några av de kriterier för bedömning av skriftliga etnografier som Charlotte Aull Davies (1999) ställer upp. Detta betyder dock inte att dessa kriterier kan tillämpas på samma sätt inom skriftliga respektive filmade etnografier.
10. För frågor som, "Vem är det som talar?" samt tekniska och dramaturgiska grepp – se Stoeckel, 2003.
11. Att jag här koncentrerar mig på kommunikationen har att göra med att vi i dagens globaliserade och komplexa samhälle – flödande av redan kodad och tolkad information – inte kan studera produktionsförhållanden (tekniker, strategier, arbetsfördelning), distributionssystem, socialorganisation, konsumtions-

mönster, familjestrukturer etcetera, såvida studiet inte sker genom just medierad information. Med detta menar jag inte att observationen inte förmår säga oss någonting, snarare att den måste kompletteras, och ibland helt ersättas, med metoder som involverar observationens egen kontext, såsom samtal, tolkning av dokument samt populärkulturella uttryck (kommunikation genom sånger, konst, hantverk, kroppslig ornamentering, ritualer etcetera).

12. Här behövs återigen montaget och andra dramaturgiska samt tekniska grepp, för att en dylik gestaltning ska låta göra sig.
13. Heidegger (2000) påpekar t ex att det praktiskt taget inte existerar etnografiska filmer utifrån ett psykoanalytiskt perspektiv.
14. Descolas tolkning av Levi-Strauss.
15. Denna indelning mellan antropologi och etnografi ifrågasätts idag, se t ex Davies (1999): hon ställer krav på förklaringar och teoretiska aspekter, även inom etnografen.

Referenser

- Abu-Lughod, Lila (1995) "Writing against Culture: working in the present", i Fox, Richard (ed.) *Recapturing Anthropology*. Santa Fe, N.M.: School of American Research Press.
- Appadurai, Perti (1995) *Researching Culture. Qualitative Method and Cultural Studies*. London: Sage.
- Ardévol, Elisenda (2001) "Donde está el cine etnográfico en España?", i Catalá, J.M., Cerdán, J. y Torreiro, C. (coordinadores) *Imagen, memoria y fascinación. Notas sobre el documental en España*. Madrid: Ocho y medio.
- Asch, Timothy and Patsy (1988) "Film in Anthropological Research", i Hocking, P. & Omori, Yasuhiro (eds) *Cinematographic Theory and New Dimensions in Ethnographic Film*. Osaka National Museum of Ethnology.
- Barbash, Ilisa & Taylos, Lucien (1997) *Cross-Cultural Film-making. A Handbook for Making Documentary and Ethnographic Films and Videos*. Berkeley: University of California Press.
- Carey, James (1989) *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. London: Inwin-Hyman.
- Cohen, Keith (1979) *Film and Fiction: The Dynamics of Exchange*. New Haven: Yale University Press.
- Csordas, Thomas (1999) "The Body's Career in Anthropology", i Henrietta More, (ed.) *Anthropological Theory Today*. Malden, Mass: Polity Press.
- Davies, Charlotte Aull (1999) *Reflexive Ethnography*. London: Routledge.
- Derrida, Jacques (1996) "Semiology and Grammatology: Interview with Kristeva", i Copley, Paul (ed.) *The Communication Theory Reader*. London: Routledge.
- Dornfeld, Barry (1998) *Producing Public Culture*. Princeton. New Jersey: Princeton University Press.

- Gusterson, Hugh (1998) *Nuclear Rites. A Weapons Laboratory at the End of the Cold War*. Berkeley, Calif. : Univ. of California Press.
- Hannerz, Ulf (2001) Introduktion, i *Flera Fält i ett. Socialantropologer om transkulturella fältstudier*. Stockholm: Carlsson.
- Heider, Karl (2000) *Seeing Anthropology. Cultural Anthropology Through Film*. Boston, Mass : Allyn and Bacon.
- Hockings, Paul (1988) "Ethnographic Filming and the Development of Anthropological Theory", i Hocking, P. & Yasuhiro, Omori (eds) *Cinematographic Theory and New Dimensions in Ethnographic Film*. Osaka National Museum of Ethnology.
- Knauf, B (1997) "Theoretical Currents in Late Modern Cultural Anthropology" I *Cultural Dynamics* 9 (3):277-300.
- Marcus, George (1994) "The Modernist Sensibility in Recent Ethnographic Writing and the Cinematic Metaphor of Montage", i Taylor, Lucien (ed) *Visualizing Theory: Selected Essays from V.A.R., 1990-1994*. NY & London: Routledge.
- Martinez, Wilton (1992) "Who Constructs Anthropological Knowledge? Toward a Theory of Ethnographic Film spectatorship" in Crawford, P.I. & Turton, D. (eds) *Film as Ethnography*. Manchester: Manchester University Press
- McDougall, David (1998) *Transcultural Cinema*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Moore, Henrietta (1994) "Trinh.T. Minh.ha Observed: Anthropology and Others" i Taylor, Lucien (ed.) *Visualizing Theory: Selected Essays from V.A.R., 1990-1994*. NY & London: Routledge.
- Nichols, Bill (1991) *Representing Reality*. Bloomington: Indiana University Press
- Nordstrom, Carolyn (1997) *A Different Kind of War Story*. Philadelphia: Univ. of Pennsylvania Press.
- Russell, Catherine (1999) *Experimental Ethnography*. Duke: Duke University Press.
- Stoehrel, Veronica (2003) *Cine sobre gente, gente sobre cine*. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/libros/index.html>
- Trinh T. Minh-ha (1993) "The Totalizing Quest of Meaning", i Renov, Michael (ed.) *Theorizing Documentary*. London: Routledge

Den sensationella löpsedeln

Del 1: historia och implicit etik

ULRIK VOLGSTEN

Även en kritiskt inriktad tidningsläsare skall inte inbilla sig, att han är immun mot inverkan av den modernt uppställda pressens feta typer ...[H]ur skeptisk han än är ... är han i alla fall beroende av dem, inte minst vid den dagliga glidflykten över morgonavisans numera liksom sönderbombade spalter. Detta beträffande de tidningar man läser. Av och om dem, som man inte läser, får man ... sitt vetande enbart genom deras *löpsedlar*. Redan som kunskapsspridare och opinionsbildare äro dessa plakat alltså ej att bagatellisera. Icke alla gatuvandrare äro skeptiker, och den enkla regeln att aldrig fästa något avseende vid en sensationsrubrik, om den bara förekommer i *en* kvällstidnings löpsedel, tillämpas säkerligen inte som den förtjänar. (Brulin, 1949)

Löpsedeln har funnits i Sverige i över etthundra år. Trots detta har det inte gjorts någon mer djupgående studie om denna egenartade hybrid av nyhetsmedium och reklamaffisch. Att internationell forskning saknas beror sannolikt på att löpsedeln är en relativt unik svensk företeelse (om än inte så exklusiv som en del kommentatorer velat göra gällande). Svenska studier är trots detta begränsade till dels en mindre undersökning från 60-talet, en och annan studentuppsats, samt några få tidskriftsartiklar och förbigående kommentarer i texter om tidningar. Givet löpsedlarnas centrala plats i det offentliga rummet finns det all anledning till ytterligare forskning.

Även om löpsedlarna är ett tämligen utforskat ämne bland medieforskare har tonen hos samhällsdebattörer och kommentatorer länge varit kritisk (jfr inledande citat). Med hänvisning till hur samhälls- och eliters kontroll över normbildningen i demokratiska samhällen successivt eroderat instämmer An-

ders Isaksson i den kritiska kören: löpsedlarna ”vädjar varken till intellektet, förnuftet, måttfullheten, eller medkänslan” utan till ”skambelagda känslor som nyfikenhet, skadeglädje, oro och rädsla” (Isaksson, 1997). Även om det är oklart ifall Isaksson menar att löpsedlarna *påverkar* våra normer – ”[de] formar både en världsbild och en självbild” – eller om de bara *återspeglar* den ”etisk-moraliska grundhållningen” i samhället, så aktualiseras en viktig fråga: ifall löpsedlarna kan ha en normförskjutande påverkan på läsaren, hur kan vi förstå denna påverkan?

Att formulera ett möjligt svar på denna fråga är huvudsyftet med föreliggande undersökning. Arbetet är indelat i två delar. I denna del ges en kortfattad glimt av löpsedeln (i *Aftonbladets* och *Expressens* tappningar) historia, dess tillkomst och något om dess utveckling och reklamfunktion. Det av Isaksson utlästa moraliska förfallet ifrågasätts och nyanseras med hänvisning till ett tidsmässigt mer omfattande analysmaterial. Här introduceras också problematiken med löpsedlarnas normförskjutande potential i samband med framväxten av *citat* på löpsedlarna.

Med utgångspunkt i det personliga tilltal som löpsedlarnas bruk av citat utgör diskuteras därefter schemateoriens förklaringsvärde. Schemateoretikers relativa ointresse för tolkning av intentioner leder uppmärksamheten till handlingsförklaringar och narratologi. I linje härmed hävdas att löpsedels-citaten utgör narrativa fragment. Dessutom tas den narrativa logikens betydelse för löpsedlarnas reklamfunktion upp. Slutligen anförts (den hermeneutiska) tesen, att läsaren måste inta ett värderande perspektiv för att förstå berättelser. Detta har konsekvenser för läsarens tolkning av citaten då dessa utgör fragment av narrativ, samt då varje narrativ (givet sin handlingsmotiverande värdehorisont) ger uttryck för en *implicit etik*.

I en andra del kommer en modell för värdeinternalisering och normförskjutning att skisseras

med utgångspunkt i antagandet om narrativens implicita etik. Element av Donald Davidsons och Michail Bachtins teorier kommer att återopas till stöd för argumentet att förståelse förutsätter empati samt att förståelse aldrig kan vara värdeneutral. Det tolkande subjektet inbegriper "det andra" i en polyfoni av internaliserade röster. Heterogeniteten i denna polyfoni är vad som slutligen möjliggör löpsedelscitatens normförskjutande påverkan. Denna andra del avslutas med förslag till hur ett antal löpsedelscitat kan analyseras, samt (utgående från Habermas och Baudrillard) med några reflexioner om löpsedelns roll i det offentliga rummet.

Den svenska löpsedeln – historik och funktion

Löpsedeln är i mångt och mycket ett svenskt påfund. Det har sagts att den moderna löpsedeln skapades av August Sohlman någon gång på 1800-talet (Nilsson, 1993; Nordström & Åstrand, 1999). Sohlman var redaktör på *Aftonbladet* mellan 1852 (då han efterträdde Lars Johan Hierta) och 1874, men exakt när tidningen började marknadsföra sig medels löpsedlar är osäkert. Den äldsta bevarade löpsedeln är från 22 november 1892, då *Aftonbladet* fortfarande hade en stor andel prenumeranter (tidningen var redan från starten 1830 en kvällstidning) (Fredriksson, 1980). När *Expressen* börjar ges ut 1944, som en liberal motvikt till det då tyskvänliga *Aftonbladet*, använder man sig redan från början av löpsedlar. Detta tidiga bruk kan jämföras med våra nordiska grannländer, där löpsedeln fick fotfäste först under de sista decennierna av 1900-talet, d.v.s. omkring hundra år senare än i Sverige. Ser vi oss om i övriga världen finner vi dessutom att fenomenet är relativt okänt. I exempelvis Sydafrika, där löpsedlar förekommer, sätter många tidningar upp en fem, sex olika löpsedlar dagligen på lyktstolparna så att de följer efter varannat när man kör bil (Helgesson, 2003). I många andra länder får dock tidningarnas förstasidor på egen hand fungera som publikmagneter i tidningsställen, eller så ropar tidningsförsäljarna själva ut huvudnyheterna på gatan.

Löpsedlarnas funktion är inte minst att locka till sig den sporadiska tidningsköparen. Medan morgontidningarnas löpsedlar kan kosta på sig att vara sakligt informativa, både vad gäller rubriksättningens karaktär och nyhetens omfång i själva tidningen, så har kvällspressens löpsedlar en mer renodlat kommersiell funktion där det sensationella spelar en framträdande roll. Inte sällan finner man att det som fått braskande rubriker på löpen bara nämns helt kortfattat i tidningen. En viktig orsak till

denna skillnad är att medan dagstidningarna har fasta prenumerantkretsar så lever kvällspressen utslutande på lösnummerförsäljning. Kvällstidningarnas försäljningsavdelningar är också väl medvetna om vilka typer av sensationsrubriker som säljer i olika kundkretsar. Exempelvis säljer våld och sexuella övergrepp mot kvinnor och barn fler lösnummer i livsmedelsbutiker, medan lättklädda fotomodeller går bättre på bensinmackar. Följaktligen styrs distributionen till olika försäljningsställen i enlighet med innehållet på tidningens löpsedel i en välregisserad daglig uppsättning (Nydrén, 1990).

Och dessa försäljningsställen är många. I slutet av sjuttioalet hade *Aftonbladets* löpsedelsupplaga nått upp till sexton tusen exemplar, en siffra som står sig än idag (Brundin, 2004). Löpsedeln sätts m.a.o. upp på sexton tusen olika platser i landet. Som Isaksson säger, "De hänger på väggarna och på ställ på trottoarerna, de sitter på kiosker och bensinstationer, i livsmedelsbutiker, i sjukhusens kafeterior och i varuhus och köpcentra, de finns i hotellens foajéer och på alla flyg-, buss- och järnvägsstationer, ja ibland också på Kanarieöarna och andra turistmål med många svenskar". Sigurd Glans, som varit både redaktionschef och löpsedelmakare på *Aftonbladet*, menar att det "finns skäl att tro att *Aftonbladets* och *Expressens* riksspridda löpsedlar är norra Europas mest eftertraktade reklaminstrument". "Egentligen", säger Glans, "är det fantastiskt: man får ett nytt budskap bara någon timme gammalt uppsatt över hela landet varje dag i ögonhöjd på 16 000 platser där folk tvingas passera" (Glans, 1982:92). Och "folk" är människor ur alla inkomst- och socialgrupper, hög- såväl som lågutbildade, kvinnor såväl som män, unga såväl som gamla.

Samtidigt som löpsedeln kan ses som ett eftertraktat reklaminstrument, är den unik också därför att dess enorma spridning, i både stad och på landsbygd, medger en enorm potential för påverkan. Till skillnad från tv-reklamen, som vi ju kan zappa bort så fort den inte faller oss i smaken, så kan vi inte undgå löpsedlarna (med mindre än att vi stannar inomhus): väljer vi att titta bort är det för att vi redan sett vad som står skrivet på dem. Vi behöver inte köpa tidningen och än mindre läsa den för att ha sett vad som står tryckt på dess löpsedlar. Den kontextualisering av löpsedelscitatet som tidningsartikeln kan utgöra är i många fall fördröjd.

Kontroversiella löpsedlar

Enligt Isaksson återspeglar löpsedlarna "frånvaron av rättesnören". Han syftar framförallt på de händelser som omnämns på löpen – mord, ekonomisk

brottslighet, sexuella övergrepp, etc. – men frånvaron av rättesnören återspeglas också på andra sätt. Enligt Azouras Lazuli (1984) frångår löpsedel-smakarna själva alla journalistiska rättesnören när de medvetet förvränger fakta, eller rent av ljuger. Lazulis exempel rör en av *Dagens Nyheter*s löpsedlar som beskrev statsskulderna som ”Det svarta hålet i svensk ekonomi” (DN 17/5-94), trots att den källa man utgått från (*Affärsvärlden* 11/5-94) hävdade att Sveriges statskuld var Europas lägsta – om än den snabbast ökande.

Ett annat exempel på samma fenomen skulle kunna vara *Expressens* ökända kampanj för artikelserien ”svart på vitt” i september 1993. ”Kör ut dem! Så tycker svenska folket om invandrare och flyktingar,” stod det att läsa på löpsedeln dagen för första artikeln (det hela backades upp av affischer på reklampelare med hakkors i blå-gula färger). Kampanjen utlöste starka reaktioner. I skuggan av den då pågående katastrofen i forna Jugoslavien menade t.ex. *Sydsvenska Dagbladets* ledare att *Expressen* spelade främlingsfientliga opinioner i händerna: ”Det säger ... sig självt att när landets största tidning skenar så sugts andra med i draget” (Ohlsson, 1993). Kören av instämmande röster var omfattande. För att bara nämna ett par: *Östgöta Correspondentens* ledare menade att *Expressen* givit uppenbar ”draghjälp” åt det främlingsfientliga partiet Ny demokrati (Klein, 1993), medan *Dagens Nyheter* försökte tona ned det hela med att medge möjligheten av vissa ”sidoeffekter” som kampanjen nog förde med sig (Bergström, 1993). Själva lögnen skulle i det här fallet ligga i att *Expressen* grundade sitt citat – Kör ut dem! – på en undersökning där varken frågeformulering eller svar gav belägg för att lägga den uttryckta åsikten i det svenska folkets mun (Nohrstedt, 1993).

Oavsett om löpsedlarna återspeglar en frånvaro eller en närvaro av normer och rättesnören, så kan man fråga sig i vilken mån de själva bidrar till att påverka eller rent av utveckla normer. Isaksson beskriver det som en ”mosaik där de dagliga bitarna över tiden formar både en världsbild och en självbild”. Förmågan att forma dessa bilder bottnar i löpsedlarnas fångande av en ”minsta gemensam nationell nämnare”. Exakt vad denna nämnare består i och hur den fungerar ger Isaksson inget svar på. Ser vi till vad som sagts om massmedia i andra sammanhang kan vi anta att löpsedlarna intar en opinionsbildande roll, där de ämnen som ges spaltutrymme är de som också uppmärksammas av publiken. Massmedia sätter agendan på bekostnad av de ämnen som faller utanför den massmediala ramen (McCombs & Shaw, 1972). Här handlar det inte en-

bart om att ”sensationsmaterialet tenderar att gå före resp. inkräkta på utrymmet för riktig information”, som Ragnar Thoursie (1949) en gång uttryckte det, utan att massmedia, genom ett växelspel mellan tidningarnas och publikens olika kommersiella och psykosociala behov, tenderar mot konformitet och likriktning i sin bevakning (Bourdieu, 1998; McQuail, 1987, 72ff; 281f; Rubin, 1994), vilket i sin tur skulle kunna vara en förutsättning för att nå Isakssons minsta gemensamma nämnare. Givet att ju mer människors bilder av verkligheten formas av massmedia desto mer, brukar det också hävdas, påverkas våra handlingar av dessa massmedierade bilder.

Här kan det förvisso vara intressant att konstatera att utvecklingen inte följer någon exponentiell, eller ens rät kurva ned i avgrunden. Även om Isakssons studie av löpsedlar från 70- och 90-talen talar för en förändring i den ”etisk-moraliska grundhållningen” där intresset skiftat från ”en vardag som handlade om lönerörelser, strejker lockouter, företagskriser, hotade jobb, stigande priser, höjda skatter, politiska utspel, förbättringar i välfärdens förmåner, etc.” till ”verkliga-livet-berättelser [sic.] om våld, sex och sjukdomar”, så går det inte att generalisera denna utveckling till att involvera tidigare decennier. Även om den ”samhälleliga självbild som speglas i löpsedlarna 1977 och 1997 har ... gått från en sorts gemensam medborgerlig politisk-ekonomisk facklig offentlighet till en närmast extrem individualisering”, så kan vi inte dra samma slutsats när vi jämför löpsedlarna från 1977 med dem från 1957. En sådan jämförelse visar snarare att löpsedlarna går mot det *mindre* sensationella. Ta exempelvis *Aftonbladets* och *Expressens* löpsedlar från årets första månad 1950, -60 och -70: här kan man konstatera tendensen att sport och politik blir alltmer dominerande på bekostnad av det rent sensationella. Vad gäller *Aftonbladet* håller tendensen i sig fram till 1980. Enligt en tidigare undersökning från början av 1960-talet skedde heller inte någon nämnvärd ökning av antalet rubriker med brott och mord, ja ”sexualia” upptog till och med mindre utrymme på löpsedlarna från denna tid jämfört med några årtionden tidigare (Persson, 1965).

Pendeln svänger dock åt motsatt håll ifall man som Isaksson blickar från 70-talet framåt. Att denna kursändring förutsätter något slags växelspel mellan avsändare och publik, samt mellan dessas olika kommersiella och psykosociala villkor verkar rimligt. Man skulle kunna åskådliggöra fenomenet med hänvisning till termiternas stackbyggen. I termit-samhället finns ingen drottning som bestämmer var stacken skall byggas. Termiterna dras inte heller till

något söderläge, som den svenska myran. Istället är det termiternas spridande av hormonindränkta jordklumpar som på ett till synes slumpmässigt sätt avgör var stacken skall byggas. Stöter en termit på en hormonindränkt jordklump så släpper de sin egen klump på samma plats. Förr eller senare blir det alltid någon plats där det råkar hamna fler klumpar än på andra platser. Detta attraherar i sin tur fler termiter som släpper sin klump på samma plats, och i en slags termiternas upplagespiral har snart en första grund lagts till stacken. Detta förklarar förvisso inte hur en tendens på löpsedlarna kan ändra riktning så radikalt som när de centrala kulturella temana kollektiv och solidaritet på ett par decennier ersattes av individualism och egennytta. Är det verkligen bara frågan om en slumpmekanism? Kanske måste man se fenomenet som ett resultat av ständigt konkurrerande stackbygganden, där ”hormonhalten,” eller attraktionskraften hos etablerade byggen alltid avtar i en spiral av tystnad (jfr Noelle-Neumann, 1974).

Mot denna bakgrund får *Expressens* misslyckande med att sätta agendan i främlingsfientlighetens tecken kanske ses som en seger för ett minimum av anständighet inom den då rådande egennyttans hegemoni. Här är det intressant att återigen betrakta *Expressens* nyss nämnda löpsedel. ”Kör ut dem!” säger svenska folket med en mun (åtminstone var det vad *Expressen* ville få oss att tro). Även om den främlingsfientliga tendensen inte slog igenom (vilket i sig tyder på att allting faktiskt inte går att sälja på löpet) exemplifierar löpsedeln en viktig tendens, nämligen bruket av citat. Vad innebär detta bruk av citat för löpsedlarnas förmåga att påverka sin publik? Påverkar citaten på löpsedlarna publiken i något annat avseende än dess vilja att köpa lösnummer? Och hur vanligt är det med citat på löpsedlar?

Citat på löpsedlar

Går vi till arkiven finner vi att citat på löpsedlar inte är någon ny företeelse. Hos *Aftonbladet* förekommer de åtminstone så tidigt som 1935. Under andra världskriget har citat med sensationsprägel ungefär lika stor (eller liten) plats som de som rör sport och politik (inklusive krigsrubriker). Fram till någon gång under 60-talet utgör antalet citat ungefär 25 procent av rubrikerna på löpen. Men redan 1970 har antalet löpsedlar med citat ökat till ca 50 procent (Ab 46/Exp 66), en siffra som håller i sig åtminstone till år 2000 (Ab 53/Exp 53), med en topp 1990 där *Expressen* har citat på 60 procent av sina löp och *Aftonbladet* hela 80 procent (siffrorna gäller januari månad med hänsyn tagen till att ingen tidning kommer ut på nyårsdagen och oaktat att det kan fö-

rekomma flera olika citat på de olika upplagorna från en och samma dag). Ökningen av citat under 60-talet är faktiskt mer markant än den till förstone verkar. Orsaken är löpsedlarnas utformning som ändras från att ibland innehålla så många som åtta olika rubriker (e.g. Exp 4/1-1950), till att från och med 70-talet allt oftare bestå av en enda huvudrubrik och ibland ett mindre antal underrubriker längst ner på löpsedeln. Ett citat på ett femtiotalslöp utgör med andra ord en mindre del av den totala informationen än ett citat på löpet idag. Sammanfattningsvis kan man säga att vi konfronteras med citat på löpsedlarna ungefär varannan dag.

Citaten kan vara av olika slag och gränsen mellan vad som kan anses vara ett citat och inte kan ibland tyckas flytande och diffus. Ibland är det namngivna reportrar som uttalar sig och ibland är det tidningen som gör sig till språkrör för läsarna, som på *Aftonbladets* löp den 10/1-1980:

Regeringen Fälldins budget/Så drabbar den oss löntagare.

Ingen av dessa båda kategorier är dock medräknade i den ovan nämnda statistiken, utan här har uteslutande fokuserats på citat där någon annan än tidningen uttalar sig. Men även i det senare fallet kan det vara svårt att veta om det är frågan om verkliga citat, eller om det är tidningen som står för formuleringen, som i *Expressens* återkommande därför-är-vi-otrogna-löp:

Var femte kvinna har bedragit sin partner/Därför är vi otrogna/Anna 29 berättar (31/5-1997)

Därför är vi otrogna – män och kvinnor berättar (2/1-2000)

Svenska kvinnor och män berättar om sin otrohet/Vi smet iväg och hade sex överallt (27/10-2002).

Är det verkligen någon som uttalat detta ”därför är vi otrogna” i artikeln, eller är det löpsedelsmakaren som jagat efter kittlande rubriker? Det är inte alls ovanligt att kvällstidningarnas förstasidesrubriker saknar teckning i själva artikeln inuti tidningen (Hvitfelt, 1985). Ett uppmärksammat exempel på löpsedelsцитat som helt saknar grund är *Expressens* löpsedel från den 27/11-2001:

Gudrun Schyman spelar in erotisk film med sin ex-man: ”Man ska bli kåt”.

Till skillnad mot vad man skulle kunna tro visade det sig att det var ex-mannen, inte partiledaren Schyman, som sagt att ”man ska bli kåt” av att se filmen (HD fällde så småningom *Expressen* för förtal).

Personligt tilltal och handlingar

Alla dessa citat är exempel på hur rubriker alltmer ges karaktären av ett personligt tilltal. Först och främst är citaten ofta framhävda storleksmässigt på bekostnad av de mer diskreta förtexterna, vilket gör att man läser citaten som direkta tilltal. Men till skillnad från vad som annars är vanligt i reklam (Bignell, 1997; Cook, 1992) riktar sig inte citaten till "dig" personligen som läsare. Istället är det uttrycken "vi" och "jag" som är centrala. Denna användning av "vi" och "jag" (eller "man", som i schymanfallet) spelar dessutom en dubbel roll på kvällstidningarnas löpsedlar.

Användandet av personliga pronomen handlar dels om attraktionskraften hos en personlig röst. Att låta 29-åriga Anna tala om för oss varför "vi" är otrogna lockar mer än om löpsedeln hade hänvisat till en enkätundersökning från någon psykologisk institution.¹ Men detta handlar inte bara om att löpsedelsmakarna tror att läsarna är mer intresserade av 29-åriga Anna än om, säg, 55-åriga Kerstin, utan också om vårt behov av att kategorisera vår tillvaro. Även om det på ytan kan verka som om löpsedlarna intresserar sig för individer så är det snarare så att löpsedlarna både bidrar till och utnyttjar redan existerande kategorier och stereotyper. Fokuseringen på individer handlar, har det visat sig, inte så mycket om det enskilda och specifika, utan om det allmänna och generella (Fowler, 1991). Härvidlag liknar löpsedlarnas bruk av citat det som inom journalistiken brukar kallas personifiering, d.v.s. att kollektiva handlingar framställs som resultat av enskilda individer. Att exempelvis få läsa att dagens 29-åriga kvinnor ägnar sig åt sex med fler än en man handlar alltså inte i enbart om att just Anna och hennes vänner förmodas ha något ingående att berätta för dig, utan om att bekräfta de kategorier och stereotyper som massmedia bidragit till att etablera.

Vår förmåga att kategorisera omvärlden kan förklaras med hänvisning till en slags lustkänsla som vi erfar när vi känner igen någonting bekant. Ju mer ett fenomen överensstämmer med en etablerad kategori, desto större "kognitiv tillfredsställelse" erfar vi (Martindale, 1984). Som uttryck för massmedias individfokusering tilltalar löpsedlarnas citat oss i den mån de bekräftar redan existerande kategorier och stereotyper. Denna bekräftelse kan vara delvis motsägelsefull. Den tilltalar oss därför att den å ena sidan ger kognitiv tillfredsställelse, *samtidigt* som det givetvis kan vara mer eller mindre moraliskt upprörande att läsa att var femte kvinna har bedragit sin partner (beroende på huruvida läsaren ser sig som en av "vi" eller ej). Med andra ord ger det en positiv känsla att få bekräftat det man redan vet och

även om bekräftelsen gäller något som man ogillar så resulterar blandningen av lust och olust i en kittlande spänning och attraktion. Kategorisering och positiv värdering behöver således inte gå hand i hand. Vad vi också skall se är hur löpsedeln lockar till inköp genom att utlova *upplösning* av den spänning som citatet skapar.

Från scheman till handlingsförklaringar

Den kognitiva tillfredsställelse som läsaren känner i den mån löpsedeln är effektiv bottnar inte bara i igenkännandet av enskilda personlighetstyper eller karaktärsdrag, utan också i igenkännandet av händelse- och handlingsmönster. Man skulle kunna säga att personlighetstyper i hög grad karaktäriseras av de handlingar de utför, eller kan förväntas utföra (Griffiths, 1989). Kategorier som identifierar mer än enskilda eller avgränsade fenomen brukar ibland kallas scheman. Ett schema relaterar flera kategoriserade fenomen till varandra på ett regelbundet sätt. På så sätt bidrar scheman till vår förmåga att se helheter och sammanhang. Den ordning och förutsägbarhet som scheman och enskilda kategorier medger ger också en känsla av trygghet och kontroll, ett skydd mot existentiellt kaos.

Det har föreslagits att vi har scheman för så olika saker som ansikten, händelseförlopp och berättelser. Detta skulle exempelvis förklara hur vi kan identifiera ett ansikte även om större delen av ansiktet är dolt för oss. Vi behöver inte känna igen detta specifika ansikte, men våra ansiktsscheman kompenserar oss för eventuell utebliven visuell information så att vi förstår att det är ett ansikte. På liknande sätt gör våra förloppsscheman det möjligt för oss att inte bara identifiera olika typer av händelseförlopp på grundval av enkasta situationer, utan också att i hög grad förutsäga de händelseförlopp vi ställs inför. Går vi på restaurang vet vi att vi först måste hitta eller bli placerade vid ett bord, därefter beställa, för att sedan äta – för-, varm- och efterrätt, som regel i nämnd ordning – och till sist betala (Schank & Abelson, 1977). När det gäller berättelser gäller att vi har lättare att både känna igen, förstå och minnas berättelser som överensstämmer med våra egna kulturella scheman, än att förstå och minnas berättelser som bygger på främmande scheman (Altarriba & Forsythe, 1993; Bower, et al., 1979; Rydin, 1998). Men framförallt kan vi, på samma sätt som vi kan identifiera en del av ett ansikte eller ett händelseförlopp, identifiera ett brottstycke ur en berättelse. Berättelseschemat, det narrativa schemat, gör brottstycket meningsfullt utan att vi behöver erinra oss någon specifik berättelse.²

Teorier om scheman förklarar vår förmåga att uppmärksamma, identifiera, minnas, förstå och förutsäga fenomen i vår omvärld. Detta är inte minst viktigt när vi ställs inför de narrativa fragment som löpsedelscitaten utgör. Schemat placerar in citatet i en för citatet typisk berättelse. Så långt har schemateori sitt givna förklaringsvärde. Något som schemateoretiker däremot sällan går på djupet med är vad det innebär att förstå och förutsäga andra människors *handlingar*. Medan identifieringen av ett ansikte eller av vissa typer av situationer och händelseförlopp inte tycks kräva stort mer än ett minne att lagra information schematiskt, samt en förmåga till induktiv slutledning och vanemässig respons (en kapacitet vi delar med många djurarter), så kräver förståelse och förutsägelse av handlingar en förmåga att tillskriva den handlande en *intention*, d.v.s. ett motiv, eller ett skäl för handlingen. Ett restaurangbesök kan måhända identifieras schematiskt i termer av typer av miljöer och beteenden, men om vi inte kan tolka de senare *som* intentionala handlingar är det tveksamt om vi kan säga att vi *förstår* vad ett restaurangbesök innebär (man kanske rent av skulle kunna uppfinna en restaurangdetektor som gav utslag så fort man klev in i en restaurangmiljö, men skulle man därmed kunna säga att detektorn förstod vad det innebar att gå på restaurang?).

Handlingars rationalitet

Att insistera på vikten av *handlingsförklaringar* bottnar i att det ofta är handlingar som omnämns på löpsedlarna. Det är mindre vanligt att löpsedlarna basunerar ut argument eller rena faktapåståenden (jfr Højjer, 1998). Handlingarna omnämns antingen direkt:

Jag har knarkat i två år (Exp 18/1-1990)

eller indirekt:

Därför blev jag pyroman (Ab 15/8-1973)

En handlingsförklaring förklarar en handling genom att ge ett motiv, eller ett skäl för handlingen.³ Handlingen kan vara moraliskt oförsvarbar, men den präglas ändå av ett minimum av rationalitet. Om vi inte kan säga att mördaren begick sitt brott *för att* hämnas eller på något annat sätt kompensera sig för sin svartsjuka, så får vi svårt att förstå det skedda. Om vi inte ser någon som helst logik, om beteendet ter sig fullständigt irrationellt, så tvingas vi till sist hänvisa till sinnesförvirring (varvid gärningsmannen döms till psykiatrisk vård i stället för fängelse). Handlingsförklaringens symmetriska logik härleder

således ett motiv ur den handlandes föreställningar och önsningar. Den handlande förmodas ha vissa föreställningar om tillvarons beskaffenhet, en önskan om att tillvaron var beskaffad på ett annorlunda sätt, samt en föreställning om att den utförda handlingen skall kunna åstadkomma denna förändring. Det är detta krav på rationalitet som ger handlingsförklaringen dess praktiska förklaringsvärde (Davidson, 1980; 1984; Dennett, 1987) och det är detta krav som skiljer handlingsförklaringen från de scheman vi har för att identifiera ansikten, förlopp, etc. Ett exempel på en handlingsförklaring är när vi tillskriver någon en emotion: vi springer därför att vi är *rädda* för hunden och tror att vi kan undkomma den; han mördade henne därför att han var *svartsjuk* och inte kunde se henne tillsammans med en annan (Green, 1992).

Handlingsförklaringar är också underkastade kulturella variationer och konventioner (vad gäller emotionsteori, se Harré, 1986; Lutz & Abu-Lughod, 1990) och det är därför rimligt att anta att kognitiva scheman hjälper oss att förstå varandra i mer eller mindre vardagliga situationer; men om vi saknade förmåga att tolka nya och främmande handlingar och uttryck skulle vi måsta ha en i princip oändlig mängd medfödda scheman, vilket förefaller både osannolikt och kognitivt oekonomiskt.

Narrativ

När det gäller löpsedlar är det intressant att konstatera att handlingsförklaringens logik i viktiga avseenden överensstämmer med den narrativa logik som vi finner i berättelser av olika slag, från folksagor och myter till nyhetsrapporter. Enligt Zvetan Todorov (1981) består idealtypen för ett narrativ av tre karaktäristiska delar. Först råder ett tillstånd av stabilitet och jämvikt, därefter rubbas detta tillstånd av någon främmande eller yttre kraft, vilket i sin tur ger skäl åt ett handlingsförlopp avsett att återställa den ursprungliga ordningen, i och med vars återställande narrativet når sitt slut. Till skillnad mot Todorovs idealnarrativ är det dock inte ovanligt att verkliga berättelser saknar någon av de nämnda delarna. Exempelvis kan den inledande stabiliteten vara blott antydd och det är inte ovanligt att en berättelse inbegriper flera mer eller mindre fullständiga narrativ och narrativa ellipser, en slags perspektivistisk pluralism, där flera narrativa linjer överlagras och korsas varandra (jfr Morson & Emerson, 1990; Spencer, 1971; om genremässig komplexitet, se Fairclough, 1995).

Den narrativa logiken förklarar och ger mening till berättelsens handlingar på samma sätt som den

ovan beskrivna handlingsförklaringen. Berättelsens handlingar förstås med hänvisning till det tillstånd av stabilitet som både saknas och önskas av den handlande huvudpersonen, vilken skriker till verket *i tron om att kunna återställa ordning och reda*. Narrativet kan sålunda ses som både ett *prefigurerande* perspektiv som vi applicerar på de fenomen vi möter och som ett *konfigurerande* mönster i berättande texter (för schemateori, jfr Shore, 1998).

Med hänvisning till narrativ och handlingsförklaringar får vi en förklaring till löpsedlarnas möjliga påverkan. Först kan vi konstatera att varje omnämnd handling implicerar ett narrativt förlopp som skiljer sig från rena händelseförlopp genom att inbegripa en intentional förklaring. Förutom stereotypa person- och händelsescheman implicerar löpsedlarna mer eller mindre stereotypa och schematiska handlingsförlopp. Löpsedlarna presenterar inga fullständiga narrativ eller beskrivningar av handlingar och skeenden; citaten utgör snarare brottstycken ur de berättelsescheman vi har till förfogande, scheman som samtidigt är förutsättningen för att vi skall kunna förstå handlingen som sådan. Vidare ger löpsedlarnas citat exempel på (fragment av) exklusiva idealnarrativ, snarare än den komplexa "polyfoni" som vår vardagliga kommunikation utgör. Löpsedelscitaten tycks implicera att det finns ett enkelt skäl till det skedda som citaten handlar om – varför den citerade knarkade, eller blev pyroman – samt i vissa fall ("därför"-citaten) att den citerade är villig att delge oss som läsare det skäl som antas vara handlingens orsak. Slutligen kan vi se hur själva narrativet utlovar sin egen form av tillfredsställelse för den potentielle tidningsköparen.

Löpsedeln som reklaminstrument

Ett schema är en slags hypotes om hur världen kommer att se ut för oss. Vi kan aldrig vara säkra på att våra förväntningar besannas. Detta att vi inte vet ifall våra scheman stämmer överens med de faktiska (rapporterade) händelseförloppen är i slutänden det som också lockar oss att köpa själva tidningen. Löpsedlarna spelar här på den narrativa funktion som brukar kallas hermeneutisk kod (Barthes, 1975). Ett idealnarrativ fångar sin läsare genom att presentera ett problem eller en "gåta" vars lösning läsaren drivs att finna. På samma sätt som huvudpersonens handlingar motiveras och förklaras med hänvisning till den "brist" som uppstår när jämvikten rubbas, drivs läsaren av en önskan om narrativ upplösning, d.v.s. att gåtan ges en lösning. Den hermeneutiska koden driver oss att köpa tidningen för att se ifall våra förväntningar och förutfattade meningar uppfylls, vil-

ket i så fall ger *narrativ* tillfredsställelse utöver den rent kognitiva.

Men medan strävan efter narrativ upplösning kännetecknar många typer av löpsedelsrubriker är det utmärkande för just löpsedelscitaten att de ofta redogör för, eller bekräftar denna upplösning. Istället, som i fallet med otrohetslöpen, lockar citaten oss som läsare att ta del av den narrativa process som leder *fram till* upplösning. Löpsedelscitaten spelar således på en variant av den hermeneutiska koden där narrativa *detaljer* står i fokus – de kittlande detaljer som skulle kunna få oss att själva leva oss in i upplösningen. Man kan också tänka sig att den narrativa upplösningen som lösnymret utlovar består i att upplösa den tidigare nämnda spänningen mellan lust och olust (t.ex. genom att bekräfta rådande normer via ett avståndstagande av den omnämnda handlingen).

Vad vi ser är alltså hur löpsedlarna fungerar som reklaminstrument. Precis som med mindre komplexa kategorier ger bekräftelsen av scheman läsaren kognitiv tillfredsställelse. Samtidigt är det ofta fråga om handlingar som läsaren kan tänkas känna mer eller mindre aversion inför, vilket i kombination med den kognitiva tillfredsställelsen leder till en kittlande attraktion. Enligt den hermeneutiska koden antyds ytterligare narrativ tillfredsställelse för den som köper tidningen. Likt Sheherazade, som genom att ständigt skjuta fram sagans upplösning lyckades vidmakthålla sultanens intresse och därmed undgå döden, lever kvällspressen av att löpsedlarna aldrig ger läsaren någon avslutad berättelse. Så också när lockbetet är begränsat till den in-trikata detaljen.

Från perspektivtagande till narrativets implicita etik

För att fullt ut uppskatta en berättelse har det hävdats att läsaren måste underkasta sig det perspektiv eller den synvinkel som huvudkaraktären (eller berättaren) erbjuder. Läsaren måste ta till sig de föreställningar och värderingar som presenteras, även om det för den skull aldrig är frågan om att ge upp sin egen "horisont." (Booth, 1961; Gadamer, 1997). För att så skall ske finns faktorer som bjuder in läsaren att dela narrativets privilegierade perspektiv. Åtminstone tre sådana faktorer samverkar i ett narrativ, vilka vi kan kalla *tematiskt perspektivtagande*, *figurativt rolltagande* och *semantisk identifikation*.

Händelserna i USA den 11:e september får fungera som exempel på *tematiskt perspektivtagande*. För att förstå vad som hände den 11:e september måste skeendet sättas in i ett narrativt förlopp.⁴

Detta innebär först och främst en tematisering. Rent strukturellt innebär tematiseringen att händelsen definieras som antingen ett upphävande eller ett återställande av stabilitet. Om vi tänker oss temat destillerat till ett binärt motsatspar där första ledet är positivt värderat och det andra negativt, blir följande alternativ möjliga. Temat offer/skurk definierar händelsen som ett upphävande av stabilitet och möjliggör beskrivningar som "demokratin och det öppna samhället *attackeras* av muslimska fundamentalister". Det motsatta temat hjälte/skurk definierar istället händelsen som ett återupprättande av narrativ stabilitet och möjliggör beskrivningar som "muslimska frihetskämpar *slår tillbaka* mot kolonisatörer och utsugare".

I den första beskrivningen är "demokratin och det öppna samhället" en figurativisering av temat "oskyldiga offer", vilket värderas positivt och kontrasteras mot sin motsats "skyldiga brottslingar (terrorister)", som värderas negativt. I den andra beskrivningen av händelserna figurativiserar "muslimska frihetskämpar" det positivt värderade temat "hjältar", ställda mot "kolonisatörer och utsugare" som är de negativt värderade "skurkarna". De olika beskrivningarna av den 11:e september bottnar således i två skilda tematiska par – offer/skurk, respektive hjälte/skurk (det förekom självfallet beskrivningar på temat hjälte/skurk till förmån även för "demokratin och det öppna samhället", t.ex. de som redogjorde för brandsoldaternas insatser) – där värderingen till förmån för det första ledet är utgångspunkten för det värdesystem som narrativet gestaltar. Resultatet är att i det förra fallet inbjuds vi att uppfatta handlingarna negativt, medan det senare fallet medger en positiv tolkning av skeendet.

För att kunna dela aktörernas perspektiv i ett narrativ har läsaren också hjälp av faktorerna figurativt rolltagande och semantisk identifikation. Vad gäller *figurativt rolltagande* kan författaren göra det mer eller mindre enkelt för läsaren att känna igen sig i huvudkaraktären (-karaktärerna), t.ex. genom att utsätta denne för (för läsaren) välbekanta omständigheter, samt förse denne med drag och egenskaper som läsaren delar, eftersträvar eller sympatiserar med. Dessa personlighets- eller karaktärsscheman kan jämföras med Barthes (op cit.) semiska koder, eller Greimas (1987) tematiska roller, samt med Erving Goffmans uppträdanden (Goffman, 1974). Exempel på inbjudan till figurativt rolltagande är återgivandet av sms-meddelanden till närstående från människor som befann sig i WTC-tornen eller i flygplanen: de ofta kärleksfulla hälsningarna till barn och makar skapar igenkän-

nande och gör det lättare för oss att leva oss in i de fasansfulla situationerna.

Ibland kan vi av olika skäl ändå ha svårt att förlika oss med givna figurativa roller. Då kan den *semantiska identifikationen* vara vår väg in i narrativet. Den semantiska identifikationen utgår från dubbeltydigheten i det personliga pronomet "jag". Pronomet "jag" kan fylla två skilda funktioner i narrativ. Å ena sidan kan det peka *indexikalt* till en icke figurativiserad roll i texten som vi som läsare lätt kan fylla själva (det är på detta sätt "jag" fungerar när vi omtalar oss själva i vardagssituationer). Å andra sidan kan "jag" användas till att peka *anaforiskt* av en av narrativet redan figurativiserad aktör tillbaka till sig själv. Genom denna dubbla funktion öppnar pronomet för en identifikation mellan olika individer. Jag som läsare kan vara dels den "han" eller "hon" eller "du" som texten handlar om, likaväl som du eller hon eller han kan vara textens "jag". På så sätt öppnar pronomets abstrakta mångtydighet möjligheten för läsaren eller lyssnaren att identifiera sig med de perspektiv som erbjuds av narrativet (Urban, 1989).

Löpsedeln inbjuder oss således att dela perspektiv med den citerade. Jag blir jaget i diskursen (jag blir "jag"). Vi kan dessutom anta att "jag"-citaten innebär en slags "intimation" som gör det figurativa rolltagandet sekundärt. Om en berättarröst beskriver en "han" eller en "hon" krävs mer av figurativ samstämmighet för att vi skall kunna dela perspektiv med den handlande, än om den handlande är ett "jag" i första person.

Värdehorisont, etik och normförskjutning

När vi delar ett perspektiv (intar en roll, identifierar oss) ställer vi oss således inför en delvis ny horisont. Så tillvida denna motiverar den omnämnda handlingen är det fråga om en *värdehorisont*. När vi läser och förstår ett löpsedelsцитat riktar vi vårt perspektiv mot en narrativt konfigurerad värdehorisont. Att vi som läsare i själva läsakten måste acceptera berättelsens värderingar är en av aspekterna av den "implicita etik" som Peter Kemp (1987) utläser ur Paul Ricoeurs teori om tid och narrativ. Men medan Kemp menar att själva läsningen (det han kallar för *refigurer*ing av narrativet)⁵ möjliggör ett ställningstagande, vill jag däremot hävda att varje kritiskt förhållningssätt till narrativets implicita etik är sekundärt i förhållande till denna etik. För att förstå en text (eller ett fragment därav, som i fallet med löpsedelsцитaten) måste vi alltid först och främst sätta oss in i, eller rikta vårt perspektiv mot den

prefigurerade värdehorisont som narrativet konfigurerar. Det är detta värderingsföreträdare som ytterst ligger till grund för löpsedlarnas normförskjutande potential.

Sammanfattning

Vi har sett att löpsedeln har en förhållandevis lång historia i Sverige, med början på 1890-talet. Citat används åtminstone så tidigt som 1935. De blir dessutom mer markanta under 1960-talet då löpsedlarna förändras från att basunera ut så många som åtta rubriker till att fokusera på en enda (citaten blir också kvantitativt fler). Det är dock tveksamt om sensationsprägeln tilltar eller om den befinner sig på en konstant nivå. Avtrubning och normförskjutning kan också antas påverka läsarens in-

ställning till vad som uppfattas som sensationellt och inte.

Vad gäller löpsedeln reklamfunktion lockar den läsaren att köpa lösnummer dels genom den kognitiva tillfredsställelse det innebär att få kategorier och stereotyper bekräftade, dels genom olika varianter av narrativa spänningsupplösningar. Slutligen hävdades det att varje läsning kräver att vi riktar våra perspektiv mot den specifika värdehorisont som motiverar den omtalade handlingen. Åtminstone tre skilda faktorer har pekats ut som inbjuder till delandet av den citerades perspektiv. Detta är vad som i slutänden ger löpsedlarna deras normförskjutande potential. Exakt hur detta skall förstås, samt varför vi inte skulle kunna inta en kritisk eller värdenneutral attityd vid själva läsakten, är något som kommer att redogöras och argumenteras för utförligare i en följande artikel.

Noter

1. Även när så är fallet blir attraktionskraften större med ett personligt tilltal, som på *Expressens* löp den 10/4-02: Ny forskning: Därför är vi mer otrogna på våren/ Älskarinnor och älskare berättar
2. Schemateorier är inte neurofysiologiska teorier; vi har inga observerbara scheman i våra hjärnor. Scheman bör snarare betraktas som ett slags vanemässiga kategoriseringar och som sådana postulerade funktionalistiska entiteter (jfr Cummins, 1975).
3. Huruvida de mentala tillstånd (föreställningar, önsksningar, etc.) som rationellt motiverar våra handlingar också är de senares kausala orsaker är en fråga som måste lämnas obesvarad här.
4. DN illustrerar denna tankegång när de (30/3-03) återger rapporteringen från fem olika tidningar, från Irak, Saudiarabien, Qatar, USA och Storbritannien, om nedskjutandet av en amerikansk helikopter under irakkriget. Medan de arabiska tidningarna beskriver amerikanerna som "rånargänget" som "alltid satt sig över folkrätten i sin strävan att bestjäla folken på deras resurser", men som trots sin överlägsna teknologi "stod hjälplös" inför bonden och analfabeten Ali Obeid Minkashs ålderdomliga gevär, så försöker de engelska och amerikanska tidningarna bagatellisera händelsen genom att hävda att helikoptern skjöts ned av vältränade elitstyrkor ur Saddams andra pansarbrigad. Å ena sidan en David och Goliat tematisering, å andra sidan det öppna samhället kontra välrustad diktatur och terror.

5. Då jag kommer att återropa andra utgångspunkter än Ricoeur har jag valt att tala om olika former av figurering, istället för att som denne tala om tre nivåer av *mimesis* (jfr Kemp, *op cit.*).

Referenser

- Altarriba, Jeanette & Forsythe, Wendy J. (1993) The Role of Cultural Schemata in Reading Comprehension. In: J. Altarriba (red.) *Cognition and Culture: A Cross Cultural Approach to Psychology*. Elsevier Science Publishers B.V., s.145-155.
- Barthes, Roland (1975) *S/Z*. London: Cape.
- Bergström, Hans (1993) Budskapsinflationens överhettning. *Dagens Nyheter* 10 sept.
- Bignell, Jonathan (1997) *Media Semiotics. An Introduction*. Manchester: Manchester University Press.
- Bourdieu, Pierre (1998) *Om Televisionen*. Stockholm/ Stehag: Symposion förlag.
- Bower, Gordon, H. *et al.* (1979). Scripts in Memory for Text. *Cognitive Psychology* 11:177-220.
- Brunlin, Herman (1949) Löpsedlar. *Svensk Tidskrift* 36:311-315.
- Brundin, Olof (2004) Personlig kommunikation, april 19.
- Cook, Guy (1992) *The Discourse of Advertising*. London and New York: Routledge.
- Cummins, R. (1975) Functional Analysis. *The Journal of Philosophy*, vol.72(20).
- Davidson, Donald. (1980) *Essays on Actions and Events*. Oxford: Clarendon Press.

Författaren vill tacka Annika Zachrisson, Klas Nevvin, högre seminariet vid MKV/SH, samt Helge Ax-son Johnsons Stiftelse.

- Davidson, Donald (1984) *Inquiries into Truth and Interpretation*. Oxford: Clarendon Press.
- Dennett, Daniel (1987) *The Intentional Stance*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- Fairclough, Norman (1995) *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fowler, Roger (1991) *Discourse and Ideology in the Press*. London & New York: Routledge.
- Fredriksson, Gunnar (1980) *Aftonbladet: en svensk historia*. Stockholm: Tiden
- Gadamer, Hans-Georg (1997) *Sanning och metod i urval*. Göteborg: Daidalos.
- Glans, Sigurd. (1982) *Klara, halv tolv*. Stockholm: Askelin och Hägglund.
- Goffman, Erving (1974) *Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Rabén & Sjögren.
- Greimas, Algirdas (1987) Actants, Actors and Figures. *On Meaning. Selected Writings in Semiotic Theory* London: Frances Pinter, s.106-120.
- Griffiths, Paul, E. (1989) Folk, Functional and Neurochemical Aspects of Mood. *Philosophical Psychology*, 2(1).
- Harré, Rom (red.) (1986) *The Social Construction of Emotions*. Oxford: Basil Blackwell.
- Helgesson, Stefan (2003) Ett komplicerat förhållande. *Dagens Nyheter* 9dec.
- Hvitfelt, Håkan (1985) *På första sidan. En studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Norstedts.
- Höijer, Birgitta (1998) Cognitive and Psycho-Dynamic Perspectives on Reception of Television Narration. In B. Höijer & A. Werner (red.) *Cultural Cognition. New Perspectives in Audience Theory*. Göteborg: Nordicom, s.73-84.
- Isaksson, Anders. (1997) Tidernas sensation. *Moderna Tider* 85:15-17, 20-21.
- Kemp, Peter (1987) Etik och Narrativitet. På spaning efter den implicita etiken i Ricoeurs verk om "Tid och berättelse". *Res Publica* 9:85-120.
- Klein, Ernst (1993) *Expressen och Wachtmeister. Östgöta Correspondenten* 11 sept.
- Lazuli, Azouras (1994) Lögnen på löpet: Journalistiken undersökt. *Ordfront Magasin* 4:10-12.
- Lutz, C & Abu-Lughod, L. (red.) (1990) *The Politics of Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martindale, Colin. (1984) The Pleasures of Thought: A Theory of Cognitive Hedonics. *Journal of Mind and Behavior* 5(1).
- McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972) The Agenda Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36:176-187.
- McQuail, Denis (1987) *Mass Communication Theory. An Introduction*. London: Sage Publications.
- Morson, Gary & Emerson, Caryl (1990) *Mikhail Bakhtin. Creation of a Prosaics*. Stanford: Stanford University Press.
- Nilsson, Nils-Gunnar (1993) Löpsedlar. *Nationalencyklopedin* bd12. Höganäs: Bra Böcker.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1974) The Spiral of Silence. A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, vol.24(2):43-51.
- Nohrstedt, Stig Arne (1993) När pressen skapar folk mord: massmedieforskare menar att Expressenkampanj visar ny livsfarlig journalistik. *Dagens Nyheter* 19sept.
- Nordström, Gert Z. & Åstrand, Anders (1999) *Från löpsedel till Webb. En studie i den iscensatta nyheten i papperstidningen*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Nydrén, Gösta. (1990) Våld och sex på löpet. *Pressens Tidning* 2:2-3.
- Ohlsson, Per, T. (1993) Extra, extra: Excessen avslöjar. *Sydsvenska Dagbladet* 12sept.
- Persson, Rune. (1965) Tidningarnas löpsedlar. *Sociologisk forskning* 1:26-29.
- Rubin, Alan. M. (1994) Media Uses and Effects: A Uses and Gratifications Perspective. *Media Effects. Advances in Theory and Research*. (s.437-461). Red. J. Bryant & D. Zillman. Hillsdale (New Jersey): Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Rydin, Ingegerd (1998) How Children Make Sense of TV-Narratives. In: B. Höijer & A. Werner (red.) *Cultural Cognition. New Perspectives in Audience Theory*. Göteborg: Nordicom, s.103-117.
- Schank, Roger & Abelson, Robert (1977) *Scripts, Plans, Goals and Understanding*. New York: Wiley & Sons.
- Shore, Bradd (1998) Models Theory as a Framework for Media Studies. *Cultural Cognition. New Perspectives in Audience Theory*. In: B. Höijer & A. Werner (red.) Göteborg: Nordicom, s. 7-40.
- Spencer, Sharon (1971) *Space, Time and Structure in the Modern Novel*. New York: New York University Press.
- Thoursie, Ragnar (1949) Kvällstidningar och sensationer. *Moderna Drakar*. (s.216-235). Red. R. Thoursie. Stockholm: Ljus förlag.
- Todorov, Tzvetan (1981) *Introduction to Poetics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Urban, Greg (1989) The "I" of Discourse. In: B. Lee & G. Urban (red.) *Semiotics, Self and Society*. New York: Mouton de Gruyter, s.27-51.

Young Citizens, ICTs and Learning

A Design for a Study of the Media and Political Activity¹

TOBIAS OLSSON

It is a well-known line of thought that the western democracies are in a state of crisis. The idea of a crisis of democracy can be found in public as well as in scholarly debate. Often varying with political ideology, the perceptions can include various dimensions. Anything from increasing social gaps via problems of integration and xenophobia to decreasing participation in general elections, are therefore – from time to time – subsumed under the idea of a crisis.

Also the Swedish debate on contemporary democracy is inspired by these ideas of a crisis. Not least the Swedish governmental commission into the state of democracy has contributed in making ideas of a crisis of democracy prevalent. The final report of the commission was published in the spring 2000, and it used the idea of a crisis both as a point of departure and understood it as a problem to be dealt with through the work of the investigation (SOU 2000:1).

There are of course local, Swedish variations to the theme of a crisis. In the Swedish debate a couple of themes have appeared particularly frequently. The decreasing participation in the general elections is one such theme (www.val.se). Another theme is the weakening participation in the established political parties. For instance, it has been stated that if the number of members within political parties keeps decreasing as much as it currently does, the political parties are at risk of becoming deserted by the year of 2013 (Petersson, 2000). Also the decreasing activity within civil society has been mentioned as an indication of a crisis in the Swedish democracy (Petersson m.fl., 1998), though it cannot be excluded that it is a theme that has been inspired by the world encompassing debate on the subject

(Putnam, 1995; 2000). A disbelief in and cynicism towards elected officials is another theme that has been brought up in the Swedish debate on the crisis of democracy (Lewin, 1998; Möller, 2000).

A recurrent theme within these debates is the worry about the young people, the citizens of tomorrow. The young voters are strongly represented among the citizens not participating in the general elections (www.val.se). They also show a weaker interest than the grown ups in joining the established political parties, and – furthermore – they show little interest in what is going on within political debates (Ungdomsstyrelsen, 2003). It does not help that the young citizens show a slightly stronger interest in alternative political movements than the grown ups, such as the Animal right's movement, Attac or Amnesty International; the perception that an even bigger crisis of democracy is yet to come is not that easily swept away.

The theme – the young citizens' weakening interest in politics – also inspires this project, but the project does not take the ideas of a crisis for granted, and above all, not the ideas of what constitutes "the political" that seem to inspire several discussions about a crisis of contemporary democracy. The project of course takes the ideas of a crisis seriously, but it approaches the theme differently. First, it does not set out to bring more fuel to the idea of a crisis, which becomes obvious by the project's design – politically active as well as politically uninterested youth are included in the project, which means that the results hardly will be another report of a "crisis". Secondly, the project starts from a slightly different view of politics than the view that inspires the ideas of a crisis, taking a more encompassing view. Thirdly, the project puts specific focus on the media, both the traditional media² and the new ICTs and asks questions about their significance as resources for political interest and engagement.

Media and Communication Studies, Lund and Växjö university, tobias.olsson@svi.vxu.se

Research Question

The research question from which the project departs, and which thus also runs through all its three case studies, is:

What are the traditional media's significance – in general – and the new ICTs' – in particular – for young people in their role and identity as citizens?

Of special interest is the notion of *learning*: how do young citizens use the traditional media and the new ICTs to learn what they need to know in order to become active citizens?

The research question runs through the three studies of three different groups of young citizens (16-19 years of age): 1) young people that participate and are members in youth organizations affiliated with the established political parties, 2) young people that are members and participate in so called alternative political movements, for instance associations for ethnic minorities and 3) young people that participate in organizations within civil society that lack explicit political aims, for instance football clubs.

The research question can also be expressed in terms of aim and purpose:

Aim: to study the political activity, the media practises and the perceptions of the media in three different groups of young people, groups that show varying degrees of political activity.

Purpose: to discuss the traditional media's – in general – and the new ICTs' – in particular – significance for the creation of civic cultures among young citizens in late modernity.

The project uses qualitative methods, and each group of the three groups of young citizens consists of some 20 respondents, 10 respondents that are recruited in a big city area and 10 that are recruited in a smaller Swedish town and the rural areas surrounding it. The project started in May 2003 and runs for three years.

The Project's Place in the Field of Contemporary Research

The design of the project and its intellectual interest is best understood as being related to two established tracks in contemporary media studies. On one hand the project is inspired by the research on the media audience and the media use that has been undertaken within *cultural theory* and in particular its' *late modern* forms. On the other hand it is inspired by and keeps up a continuous discussion with the

research tradition often referred to as *political communication*. The two traditions of research do not always make up a comfortable combination, thus it is of relevance to reflect upon just 1) how they inspire the project and 2) the limits of each tradition, and how they might complement each other.

Late Modern Cultural Theory and Media Use

Cultural Theory

The heading "cultural theory" is of course very overarching and loose. But for the project, the branch of studies within cultural theory that pays specific attention to media use – recently also the use of new ICTs – brings most of the inspiration, which also pin points an important limit to frames of reference (Williams, 1974; Morley & Silverstone, 1990; Silverstone & Hirsch, 1992; Moores, 1995; Silverstone, 1994; Mackay & Gillespie, 1992; Mackay, 1995; Lie & Sørensen, 1996; Miller & Slater, 2000; Moores, 2000; Olsson, 2002; Lievrouw & Livingstone, 2002; Slack & Macgregor Wise, 2002).³

From the study of media use within cultural theory, at least two important thoughts are collected. First, the general view of media and ICTs. Simply put, this view of the media suggests that the media should be looked upon as socially and culturally shaped and that they – once they meet their users – are being reshaped once again. Put somewhat differently, this means that the "consequences" of the media – or the notoriously dubious concept "effects" – have to be understood as being dependent upon the uses and perceptions of the technology that are shaped in the interaction between the technology per se and different social and cultural groups of users.

The view of technology within cultural theory insists that the traditional media – just as the new ICTs – are never innocent, or neutral. Rather, they need to be understood as having been shaped by certain purposes (cf Sussman, 1997; Golding, 1998; McChesney, 1999; Garnham, 2000; Lessig, 2001). The cultural perspective also reminds that the technology never quite turns into what it is expected to become. Instead, it is always subject to reshaping and remoulding in its interaction with its users (cf Noble, 1984; Mackay *et al*, 1995).⁴

Another important contribution to the project from cultural theory is the qualitative approach, both in terms of data collection and data analysis (Hammersley & Atkinson, 1995; Silverman, 2000;

Olsson, 2002). The project uses methods such as semi-structured interviews, participant observation and focus group interviews; an arsenal of methods that has come to signify the research on media use within cultural theory.

The Late Modern⁵

The ideas about the late modern – or late modernity – can partly be seen as attempts to specify the character of contemporary society. They point to the fact that the world no longer is “modern”, but also to the fact that it is neither relevant to use the more challenging concept “post-modern” to describe it (Baudrillard, 1983; Featherstone, 1995; Fornäs, 1995). Late modernity thus signals something else, a more radical modernity, a modernity in which the logic of modernity itself has been pushed to its edge.

But the concepts late modern or late modernity should not be reduced into being only an effort to decide on the species of contemporary society. They are also parts of an intellectual project trying to adapt traditional ideas about culture and society to a changing world. In the adaptive process a couple of themes have become especially salient: questions about globalisation (Bauman, 1998; Tomlinson, 1999), identity (Giddens, 1990), reflexivity (Beck, 1986/1994; Giddens, 1991; Beck *et al*, 1994; Thompson, 1995) and individualization (Bauman, 1997/1999; 1999/2000).

This is not the context for a discussion of these debates (cf Olsson & Dahlgren 2003). Instead it is more important to make a short note on what it is in the debates on late modernity that the project takes as points of departure. Two separate but related ideas appear most important: 1) what does late modernity mean to the citizenship’s social and cultural prerequisites? and 2) identity issues among the late modern citizens.

An important part of the late modern citizen’s social and cultural conditions of life (1) is made up of what is usually referred to as individualization. The sociologist Zygmunt Bauman, for example, has stated that late modernity is an era in which market relations have come to colonise and dominate other spheres of life. Thus, Bauman argues that the space for political action has become limited, and that the consumer rather than the citizen is becoming the dominating role for late modern individuals:

The art of re-shaping private problems into public issues is at risk of being forgotten; private matters are defined in such a way that they become hard to agglomerate and thus to

condense them into political power (Bauman, 1999: 14-15, my translation from the Swedish translation).

Bauman’s idea of individualization also serves as an important point of departure for this project. The fact that the roles of citizen are played out in an environment hostile to such action, makes up an important theoretical frame of reference for the project, which – for instance – means that the politically active young citizens, for analytical reasons, are interpreted as actually conducting deviant behaviour (Goode, 1996).

Late modernity also affects the citizens’ identities in several ways. First: the logic of individualization also creates its’ subjects. Simply put, this means that the human being to a greater extent than during earlier epochs is being shaped into a consumer rather than into a citizen (cf. Lindqvist, 2001; Mårtensson, 2003). From this point of view individualization does not mean just a decreasing space for acting as a citizen, but also a re-moulding of what once was civic subjects into consumer subjects. Second: processes such as globalization and reflexivity makes problematic the very concept identity, which – arguably – has contributed to making questions of identity a central issue in contemporary social science. From these sprawling debates, at least a couple of important ideas are picked up in this project: The idea that the citizenship also inherits dimensions of identity, an idea that otherwise tends to be neglected in research on the media and citizenship (see below, the part on “Political communication”), also the notion of the human identity as being of constructed nature, and as such subject to a constant moulding and remoulding.

Shortcomings

Even though ideas stemming from within cultural theory and the thoughts on late modernity inspire this project, there are also problems attached to these ideas that the project has to compensate for in order to make them useful. One such problem is their reluctance to pay specific interest to questions of citizenship and, more generally, political processes.

Contemporary cultural theory has not paid too much attention to questions of citizenship. The tradition of course brings important reflections on the political, notably when it comes to its various dimensions of gender (cf. van Zoonen, 1994; Hermes, 1995) and ethnicity (cf. Gillespie, 1995; Lull, 2000). But nonetheless it has been preoccupied with

question of ideological – or discursive – resistance and opposition against dominating structures of power. The citizen as a social category has been pretty much absent in this context until quite recently (Stevenson, 2001), when the cultural dimensions of the citizenship reached the research agenda.

What is missing is an interest in civic practises that engage individual citizens' in their role as citizens. That is an area which cultural theory, so far, to a great extent has left to other research traditions to handle. What in this context appears to be a specific shortcoming is the lack of interest in the citizens' information and communication practises; their uses and perceptions of the media in their role as citizens, and this project intends to address these.⁶

The specific ideas on late modernity also carry with them features that make up problems to this project. First of all, like cultural theorists in general, they are not paying any specific interest to citizens or the ideas on citizenship, even though they are suggestive when it comes to understanding the contemporary opportunities and limits of the role/identity as citizen (Bauman, 1997/1999; Beck & Beck-Gernsheim, 2002).⁷

Instead, specific attention has been paid to the role and – also – the identity as consumer. Not least within Swedish research has the ideas on late modernity become intimately connected to studies on consumption in general and media consumption in particular (cf. Reimer, 1994; Jansson, 2001; Becker *et al.*, 2002). In order to make the ideas on late modernity useful in this project, they need to be reshaped in order to pay specific attention to the citizen rather than to the consumer – without necessarily radically polarizing the two categories – and that is not only a change of concepts. It is also a matter of looking at media use from another angle and to pose new and partly different questions to it.

Political Communication

The second research tradition, in order of appearance, to inspire this project is political communication (Asp, 1986; Blumler & Gurevitch, 1995; Negrine, 1994; 1996; Watts, 1997; Wheeler, 1997; Johansson, 1998; Norris, 2000; McNair, 2003). Here, research on the communicative interaction between the formal actors within political communication – political institutions/actors, the media and citizens – is put into focus. Election campaigns, political journalism, public information and the perception of politicians among voters are a few of the research themes that frequently appear within political communication.

Jay G Blumler and Michael Gurevitch, two leading scholars, describe political communication like this:

Expressed somewhat differently, if we look at a political communication system, what we see is two sets of institutions – political and media organizations – which are involved in the course of message preparation in much 'horizontal' interaction with each other, while on the 'vertical' axis, they are separately and jointly engaged in disseminating and processing information and ideas to and from the mass citizenry (Blumler & Gurevitch, 1977: 271).

Much of our own past work [...] was predicated on the view that an understanding of the processes of political communication required a systemic perspective, i.e. one in which the different components of the system – media institutions and professionals; political institutions, parties and political advocates; audience members placed at the receiving end of the output produced by these institutions; and the surrounding socio-political environment – interact and impact upon each other, such that change in one triggers adaptive changes in the rest of the system (Blumler & Gurevitch, 2000: 157).

Blumler and Gurevitch describe political communication as a system with three main components: political institutions, media institutions and audiences. Furthermore, they explain that political communication arises in the interaction between the system's components.

The short description makes a couple of strengths of the research tradition obvious. One such strength is its intense focus on political issues in general and civic issues in particular. Another strength is the way the tradition, being much untouched by current trends within research, carries on its focus on the interaction between the three components of the so called system: political institutions/the media/citizens.

From this research tradition the project picks up a couple of ideas. First, it is inspired by the general interest in questions dealing with politics and democracy, and especially questions dealing with issues of citizenship – in general – and the media's contribution to citizenship in particular. But the tradition also carries with it a couple of characteristic features that become troublesome for this project and that have to be modified in order to work out well.

The first problem is of methodological kind: the research tradition political communication is domi-

nated by statistical methods and analysis, and even though this is not the place for a thorough discussion on methodology, it has to be mentioned that the project uses a completely different approach. The project approaches the area with methods such as semi-structured interviews, participant observation and focus group interviews rather than surveys or factor and regression analysis. This of course also brings a completely different analytical approach.

Another such problematic feature of the research tradition, that has to be revised in order to work out well within this project, is its limited view of politics. Probably it is not any deliberate choice, but at the end of the day, most studies within political communication tend to work from the assumption that the "political" is being played out in the interaction between the three parts in political communication: the media, political actors/institutions and the citizens. At first this might seem to be quite an encompassing view, but not in practice. A survey of the articles within the research field's dominating periodical *Political communication* makes that obvious: among the articles we find for instance a special issue on the American election of president (Bimber, 2002), an article on knowledge gaps in the same election (Holbrook, 2002), an article on the citizens' perceptions on the fairness in the news media's reporting (Earl et al, 2001), a text on male and female political candidates presentation of self on the internet (Niven & Zilber, 2001) and another article on gaps in knowledge and varying participation in political life due to the various uses of news media and – finally – a text on the classical theme on whether the news media can impact the turn out of a political election (Shaw, 1999).

The research on the field is thus heavily focused on the interaction between the formal actors in politics. As such, it also tends to leave out other areas that potentially could be interesting from a political point of view, for instance civic activities within civil society (cf. Downey & Fenton, 2003) and civic participation in alternative public spheres (cf. Papacharissi, 2003).

The limited view of the political within the field political communication becomes problematic to this project. First because the project in two cases out of three chooses to work with groups of young citizens that can't easily be described as "political" according to the view put forward by the research within political communication. Second, because the project intends to approach the reality with a more open minded view of what constitutes the political.

Another characteristic feature of the research tradition, that makes up a problem for the intentions of

this project, is its tendency to focus on the citizens' opinions and knowledge. Of course, these are important areas of research, but for this project such a focus becomes problematic. The focus on opinions and knowledge puts too much emphasis on the informational aspect of citizenship, while it fails to acknowledge other aspects of the citizenship. With inspiration from contemporary cultural theory, also other aspects of the citizenship turn out to be of great interest for research.

Theoretical Framework: What Becomes of the Connection Between Cultural Theory and Political Communication?

We cannot claim full originality in trying to incorporate elements from the two different traditions, and in regard to theme of the project we are certainly inspired by the works of for instance David Buckingham (2000). In the direction we take, however, the project interconnects the two traditions by help from Peter Dahlgren's concept *civic culture*. Compared to cultural theory and the ideas on late modernity, Dahlgren's concept adds a more obvious focus on the citizen, the citizenship and – especially – its subjective dimensions (i.e. aspects of identity). Compared to political communication, Dahlgren's ideas add an extension of the political and bring a more complex view of the citizen; new dimensions appear to be of relevance to the citizenship (cf. Dahlgren, 2000).

In more detailed terms, Peter Dahlgren's notion of civic culture inherits six intimately connected but analytically separated dimensions (Dahlgren, 2003): 1) knowledge, 2) values, 3) affinity, 4) practices, especially discussion and 5) identity.

In this case, the concept *knowledge* refers to the fact that democracy in order to function needs citizens that are able to access and use reliable descriptions of reality. Of great importance is also that the citizens have good prerequisites to follow up on current debates. Also, another set of knowledge and competences are of importance; communicative competencies to participate in public life. Here we also find an interesting component of learning (Säljö, 2000; Graber, 2001) to pay attention to: through what media and in what ways do the young citizens learn what they need to know to act as citizens?

The concept *values* refers to a loyalty towards the values and procedures that the democracy depend upon. Without virtues such as tolerance and a willingness to attend to democratic principals in everyday life, democracy as a form of governance will not sur-

vive, Dahlgren states. The citizens' efforts to create democracy must be manifested in everyday life, citizens have to maintain and cultivate democracy as mechanism for the solving of problems.

Affinity refers to the citizen's feelings of belonging to and being part of various kinds of collectivities. It of course refers to the citizens' feeling of belonging to and being part of society at large, but also to the citizens' senses of belonging to various kinds of smaller associations within civil society. The sense of belonging to and feeling of being part of are important ingredients in the creation of good democratic prerequisites. Citizens who do not have a sense of belonging to, and are not invited to have it, have problems in contributing to the reproduction of democratic values.

There are also *practices* to be considered, practices such as conducting meetings or handling a debate according to democratic principles. But the civic culture also needs: "[...] bigger, more integrating practises on a collective level that actively brings heterogeneous people into a common, democratic ideal" (Dahlgren & Olsson, 2003). Election campaigns could be one such example that contributes in consolidating democracy as an ideal. Discussion is perhaps the most important practise of all within civic culture. This means that there has to be places, rooms, contexts and social norms that promote the "talking" as a way of solving problems and dealing with disagreements. The discussions are also contributing in creating and re-creating the democratic values that the civic culture relies on.

Last but not least, the civic culture also contents a dimension of identity, that people are able to think of themselves as citizens and cultivate an image of themselves as citizens (cf. Mouffe 1992; Clarke, 1996; Preston, 1997; Isin and Wood, 1999; Ellison, 2000). Of course, this does not mean that people think of themselves as "citizens" – probably no one who is not already very familiar with academic debates on the issue would present oneself in such a

manner. Instead, what the concept aims at catching is an image among people of themselves as being – at least – potential participants in political life, that they have an elementary sense of being part of a bigger community.

Since the project pays special attention to the media in general and to the new ICTs in particular, it looks upon the media and ICTs to be important factors for all of the dimensions of civic culture. The traditional media – i.e. the press, radio and Tv – and not least the new ICTs are looked upon as potentially bringing positive contributions to the working civic culture, but also to its opposite. If used in the right way, the media can be resources for people in their role and identity as citizens.

It is thus a fundamental assumption for the project that there are interesting dimensions in terms of civic culture to be found in the young citizens use and perception of the media. The project's empirical studies aim at describing, come to grips with and critically discuss these dimensions.

Carrying Through

The first in order of three empirical studies has already started (October 2003) and puts focus on young citizens who are organised in youth organisations affiliated with traditional political parties. A working paper from that study will be presented during summer 2004. Thereafter follows another case study of young people that are involved in alternative political movements such as ethnic groups, Attac or the Swedish neo-liberal organisation Frihetsfronten. A working paper from that study will be presented in the summer 2005. The third case study will be a study of young citizens who are not involved in any such organisation that we usually and traditionally describe as political, for instance young people in sports clubs. After the third case study a final report from the project will be presented during summer 2006.

Notes

1. This project is supported for three years by the Swedish foundation *KK-stiftelsen* (Learn-IT, KK-foundation). This article is based on encompassing discussions with Peter Dahlgren, head of the project, and Malin Hjorth, who is conducting parts of the field research.
2. The concept traditional media refers to – basically – all media except for computer based media. ICTs, information and communication technologies, refers to computer based media.
3. We can mention in passing that while cultural studies certainly encompasses some, but not all of this terrain, we do not use that category here. The field of cultural studies raises too many issues about its' definitions

and boundaries which would require a long discussion, too long to be fruitful for our purposes here.

4. The important points made by the perspectives within cultural theory are better understood in the light of other perspectives on technology. For example, the notoriously criticised view of technological determinism perceives the media to be the dominating shaper of social and cultural circumstances (cf McLuhan, 1962; 1964; Negroponte, 1995; Levinson, 1997; 1999). Against such a perspective on the media, contemporary cultural theory emphasises that the media have to be understood as being socially and culturally shaped.
5. The ideas of late modernity of course have evident connection to cultural theory, not least due to the fact that they quite often stem from ideas within cultural theory. Nevertheless, the ideas about the late modern cannot be reduced to just another branch of cultural theory. A quick look into the literature in this area reveals that much of the intellectual heritage on this issue comes from more traditional sociology.
6. This shortcoming has been noted elsewhere in the literature. The media researcher Denis McQuail touches upon it when he argues that *cultural studies*-researchers need to do a better job addressing policy issues (1997). Similar ideas are presented by the sociologist Jim McGuigan (1992). Also, the concept *Social demand*, launched by the Canadian media scholar Mark Raboy (Raboy et al, 2003), is at least partly an effort to compensate for this shortcoming within research (see also Olsson et al, 2003).
7. Of course there are exceptions. One such exception is the Swedish media researcher Bo Reimer who has theorized the late modern (or post modern) citizenship in the book *Politics in postmodernity* (1999).

References

- Asp, K. (1986) *Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Baudrillard, J. (1983) *Simulations*. New York: Semiotext(s).
- Bauman, Z. (1997/1999) *Vi vantrivs i det postmoderna*. Göteborg: Daidalos.
- Bauman, Z. (1998) *Globalization: The Human Consequences*. London: Polity.
- Bauman, Z. (1999) *På spaning efter politiken*. Göteborg: Daidalos.
- Beck, U. (1986/2000) *Risksamhället: på väg mot en annan modernitet*. Göteborg: Daidalos.
- Beck, U. & E. Beck-Gernsheim (2002) *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Beck, U., A. Giddens & S. Lash (1994) *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Oxford: Polity.
- Becker, K., E. Bjurström, J. Fornäs & H. Ganetz eds. (2002) *Medier och människor i konsumtionsrummet*. Nora: Nya Doxa.
- Bimber, B. (2002) 'Political Communication in the 2000 Election: Guest Editor's note'. In *Political Communication*. Vol. 19 (1). Taylor & Francis.
- Blumler, J.G. & M. Gurevitch (1977) 'Linkages Between the Mass Media and Politics'. In J. Curran, M. Gurevitch & J. Woollacott eds. *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.
- Blumler, J.G. & M. Gurevitch (1995) *The Crisis of Public Communication*. London and New York: Routledge.
- Blumler, J. G. & M. Gurevitch (2000) 'Rethinking the Study of Political Communication'. In Curran, J. & Gurevitch, M. (eds.) *Mass Media and Society*. Third edition. London: Arnold.
- Buckingham, D. (2000) *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*. London: Routledge.
- Clarke, P.B. (1996) *Deep Citizenship*. London: Pluto.
- Dahlgren, P. (2000) 'Media, Citizenship and Civic Culture'. I J. Curran & M. Gurevitch eds. *Mass Media and Society*. Third edition. London: Arnold.
- Dahlgren, P. (2003) 'Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu'. In J. Corner & D. Pels eds. *Media and the Restyling of Politics*. London: Sage.
- Dahlgren, P & T. Olsson (2003) 'Unga medborgare, IKT och lärande – ett idédokument'. Article presented at the 16th Nordic conference in media research, august 2003. Kristiansand, Norway.
- Downey, J & N. Fenton (2003) 'New Media, Counter Publicity and the Public Sphere'. In *New Media and Society*. Vol. 5 (2). London: Sage.
- Earl, S., S. Rhine & R. Flickinger (2001) 'Assessing Americans' Opinions about the News Media's Fairness in 1996 and 1998'. In *Political Communication*. Vol. 18 (2). Taylor & Francis.
- Ellison, Nick (2000) 'Civic-Subjects or Civic-Agents? The Structure-Agency Debate in Late Modern Perspective'. In *Theory, Culture & Society* 17, 148-156.
- Featherstone, M. (1995) *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism and Identity*. London: Sage.
- Fornäs, J. (1995) *Cultural Theory and Late Modernity*. London: Sage.
- Garnham, N. (2000) *Emancipation, the Media and Modernity: Arguments About the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Gibbins, J. & B. Reimer (1999) *The Politics of Postmodernity: An Introduction to Contemporary Politics and Culture*. London: Sage.
- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Gillespie, M. (1995) *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London: Routledge.
- Golding, P. (1998) 'Global village or cultural pillage'. In R. McChesney, E. Wood-Meiksins & J. Foster-Bellamy eds. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.

- Graber, D. (2001) 'Adapting Political News to the Needs of Twenty-first Century Americans'. In L. Bennett & R. Entman, eds. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Goode, E. (1996) *Social Deviance*. Boston: Allyn and Bacon.
- Hammersley, M. & P. Atkinson (1995) *Ethnography: Principles in Practice*. Second edition. London: Routledge.
- Hermes, J. (1995) *Reading Women's Magazines*. Cambridge: Polity.
- Holbrook, T. (2002) 'Presidential Campaigns and the knowledge gap'. In *Political Communication*. Vol. 19 (4). Taylor & Francis.
- Islin, E. & P. Wood (1999) *Citizenship and Identity*. London: Sage.
- Jansson, A. (2001) *Image Culture: Media, Consumption and Everyday Life in Reflexive Modernity*. Diss. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Johansson, B. (1998) *Nyheter mitt ibland oss: kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Diss. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Lessig, L. (2001) *The Future of Ideas: The Fate of Commons in a Connected World*. New York: Random House.
- Levinson, P. (1997) *The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution*. New York: Routledge.
- Levinson, P. (1999) *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*. New York: Routledge.
- Lewin, L. (1998) "*Bråka inte*": om vår tids demokratisyn. Stockholm: SNS förlag.
- Lie, M. & K. Sørensen eds. (1996) *Making Technology Our Own: Domesticating Technology Into Everyday Life*. Oslo; Stockholm; Köpenhamn; Oxford and Boston: Scandinavian University Press.
- Lievrouw, L. & S. Livingstone (2002) 'Introduction: The Social Shaping and Consequences of ICT's'. In L. Lievrouw & S. Livingstone eds. *The Handbook of New Media*. London: Sage.
- Lindquist, M. (2001) *Is i magen: om ekonomins kolonisering av vardagen*. Stockholm: Natur & kultur.
- Lull, J. (2000) *Media, Communication and Culture: A Global Approach*. Second edition. Oxford: Polity.
- Mackay, H. (1995) 'Theorising the IT/society relationship'. In N. Heap, R. Thomas, G. Einon, R. Mason & H. Mackay eds. *Information Technology and Society: A Reader*. London: Sage.
- Mackay, H., N. Heap, R. Thomas, G. Einon, & R. Mason (1995) eds. *Information Technology and Society: A Reader*. London: Sage.
- Mackay, H. & G. Gillespie (1992) 'Extending the social shaping of technology: ideology and appropriation'. In *Social Studies of Science*. Vol. 22 (4).
- McChesney, R. (1999) *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- McGuigan, J. (1992) *Cultural Populism*. London: Routledge.
- McLuhan, M. (1962/1969) *Gutenberggalaxen: den typografiska människans uppkomst*. Stockholm: Bokförlaget Pan/Norstedts.
- McLuhan, M. (1964/1999) *Media: människans utbyggna*. Second edition. Stockholm: Norstedts.
- McNair, B. (2003) *An Introduction to Political Communication*. Third edition. London: Routledge.
- McQuail, D. (1997) 'Policy help wanted: Willing and Able Media Culturalists Please Apply'. I M. Ferguson & P. Golding eds. *Cultural Studies in Question*. London: Sage.
- Miller, D. & D. Slater (2000) *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford and New York: Berg.
- Moorse, S. (1995) *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*. London: Sage.
- Moorse, S. (2000) *Media and Everyday Life in Modern Society*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Morley, D. & R. Silverstone (1990) 'Domestic Communication – Technology and Meaning'. In *Media, Culture and Society*. Vol. 12 (1). London: Sage.
- Mouffe, C. (ed.) (1992) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*. London and New York: Verso.
- Mårtensson, B. (2003) *Den televiserade ekonomin: Nyheter om statsbudgeten 1980-1998*. Diss. Stockholm: JMK, Stockholms universitet.
- Möller, T. (2000) *Politikens meningslöshet: om misstro cynism och utanförskap*. Malmö: Liber.
- Negrine, R. (1994) *Politics and the Mass Media in Great Britain*. Second edition. London: Routledge.
- Negrine, R. (1996) *The Communication of Politics*. London: Sage.
- Negroponte, N. (1995) *Leva digitalt: om datorer, CD-rom and Internet – för de redan frälsta och oss andra oroliga*. Stockholm: Bonnier.
- Niven, D. & J. Zilber (2001) 'Do Women and Men in Congress Cultivate Different Images: Evidence from Congressional Web Sites'. In *Political Communication*. Vol. 18 (4). Taylor & Francis.
- Noble, D. (1984) *Forces of Production*. New York: Alfred A. Knopf.
- Norris, P. (2000) *A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Olsson, T. (2002) *Mycket väsen om ingenting: hur datorn och internet undgår att formas till medborgarens tekniker*. Diss. AUU: Uppsala Studies in Media and Communication. Uppsala: Uppsala University Library.
- Olsson, T., H. Sandström & P. Dahlgren (2003) 'An Information Society for everyone?'. In *Gazette*. Vol. 65 (4-5). London: Sage.
- Olsson, Tobias (2004) 'Oundgängliga resurser: Om medier, IKT och lärande bland partipolitiskt aktiva ungdomar'. Lund: Media and Communication Studies, Lund University.
- Papacharissi, Z. (2003) 'The Virtual Sphere: The internet as a public sphere'. In *New Media and Society*. Vol. 4 (1). London: Sage.

- Petersson, O., J. Hermansson, M. Micheletti, L. Teorell & A. Westholm (1998) *Demokrati och medborgarskap*. Stockholm: SNS förlag.
- Petersson, O. (2000) *Demokrati utan partier?* Stockholm: SNS förlag.
- Preston, P.W. (1997) *Political/Cultural identity: Citizens and Nations in a Global Era*. London: Sage.
- Putnam, R. (1995) 'Bowling Alone: America's Declining Social Capital'. In *Journal of Democracy*. Vol 6 (1).
- Putnam, R. (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Raboy, M., S. Prolux & P. Dahlgren (2003) 'The dilemma of social demand: Shaping media policy in new civic contexts'. In Raboy, M., S. Prolux & P. Dahlgren eds. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*. Vol. 65(4-5). Special Issue on: Media Policy and Social Demand: A Transnational Perspective. London: Sage.
- Reimer, B. (1994) *The Most Common of Practices*. Diss. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Shaw, D. (1999) 'The Impact of News Media Favourability and Candidate Events I Presidential Campaigns'. In *Political Communication*. Vol. 16 (2). Taylor & Francis.
- Silverman, D. (2000) *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. London: Sage.
- Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life*. London and New York: Routledge.
- Silverstone, R. & E. Hirsch (ed.) (1992) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London: Routledge.
- Slack Daryl, J. & J. Macgregor Wise (2002) 'Cultural Studies and Technology'. In L. Lievrouw & S. Livingstone eds. *The Handbook of New Media*. London: Sage.
- SOU 2000:1 *En uthållig demokrati! Politik för folkstyrelse på 2000-talet. Demokratiutredningen*. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer.
- Stevenson, N. (ed.) (2001) *Culture and Citizenship*. London: Sage.
- Sussman, G. (1997) *Communication, Technology and Politics in the Information Age*. London: Sage.
- Säljö, R. (2000) *Lärande i praktiken: Ett sociokulturellt perspektiv*. Stockholm: Prisma.
- Thompson, J.B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Tomlinson, J. (1999) *Globalization and Culture*. London: Polity Press.
- Ungdomsstyrelsen (2003) *De kallar oss unga: Ungdomsstyrelsens attityd- och värderingsstudie 2003*. Stockholm: Ungdomsstyrelsen.
- Watts, D. (1997) *Political Communication Today*. Manchester and New York: Manchester University Press.
- Wheeler, M. (1997) *Politics and the Mass Media*. Oxford and Cambridge, Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Williams, R. (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana/Collin.
- van Zoonen, L. (1994) *Feminist Media Studies*. London: Sage.

Se Nordicoms nya hemsida



www.nordicom.gu.se

The Advanced Cultural Studies Institute of Sweden/ACSIS

*A National Centre for Transnational
and Interdisciplinary Cultural Research*

JOHAN FORNÄS

Since 2002, Sweden has a national centre for interdisciplinary cultural studies. This *Advanced Cultural Studies Institute of Sweden* (ACSIS) is located at Campus Norrköping of Linköping University. Its goal is to advance cultural research by critical and communicative engagement in order to forge interdisciplinary and transregional links, to develop and improve the quality of such research, and to strengthen the position of such studies in the academic community.

Mediatization and globalisation belong to the key late modern tendencies that have contributed to change the place, role and function of cultural processes and practices. New cultural phenomena, patterns and problems have induced a need for new theoretical and methodological perspectives to grapple with previously neglected aspects of society and culture, including for instance technological, corporate and generic convergence, intermedial crossings and migrant media uses.

The famous international field of cultural studies was to a large extent born out of challenges for politics, everyday life, collective identities, citizenship and the public sphere that arose from the growth, spread and transformations of modern media culture. From its early days on, there are therefore great and fruitful overlaps between cultural studies and media studies, though they do of course not totally cover each other. Cultural studies is acting as an

interdisciplinary clearing-house and critical forum within and between the humanities and social sciences (and increasingly also across to the natural sciences, medical and technological disciplines), "providing a useful interface at which the concerns of different disciplines, and of other interdisciplinary knowledges, can enter into fruitful forms of dialogue" (Tony Bennett (1998): "Cultural Studies: A Reluctant Discipline", *Cultural Studies*, 12:4).

This field has successfully expanded and spread all over the world. Its globalisation has inevitably resulted in differentiation and complexification, so that there are today many different regional variants beside the dominant British and American traditions. Time is ripe for the Nordic countries to make themselves heard more decisively in this field, in critical and creative mutual dialogues with others.

For the ACSIS, cultural studies involves all critical and interdisciplinary cultural research efforts, for which it strives to be a vital connective and progressive resource. The activities of this centre includes international fellowships, research, seminars, separate PhD courses and a wide range of communicative and informative networking.

The national character is institutionalised in a national ACSIS board, where each Swedish university rector has proposed one member. The initial board consists of professors Inge Jonsson (chair), Peter Aronsson (Linköping), Robert Burnett (Karlstad), Bernt Gustafsson (Örebro), Maths Isacson (Uppsala), Lisbeth Larsson (Göteborg), Britta Lundgren (Umeå), Orvar Löfgren (Lund), Mats Trondman (Växjö) and Helena Wulff (Stockholm). Activities are directed by professor Johan Fornäs and administered by PhD student Helene

Department of Culture Studies/Tema Q and Advanced Cultural Studies Institute of Sweden/ACSIS, Linköping University, SE-601 74, Norrköping, fornas@acsis.liu.se

Egeland, both at the Department of Culture Studies, (Tema Q) of Linköping University.

The ACSIS web site <http://www.acsis.liu.se> has extensive English and Swedish information on all activities, as well as a section with worldwide links to other cultural studies sites. It presents all visiting scholars, seminars and courses on offer. It also includes information on how to subscribe to the Swedish-language e-mail based discussion and information list for cultural studies, "kulturstudier".

One important milestone for Swedish cultural studies is the first open national conference on this field, organised by PhD Bodil Axelsson for the ACSIS in Norrköping 13-15 June 2005. The conference language is Swedish, and this will be a first broad inventory over the scope and state of arts in Swedish cultural studies today, with ample opportunity to forge new links and take new initiatives for its future development, including plans for forming a more organised network to match those that since long exist in many other and neighbouring countries. The plenary programme includes lectures by board members among others on issues like concepts of culture, ethnography and textual analysis, temporal and spatial contexts, intersectional identities and critical perspectives. See the ACSIS web site for further information about the more than 30 sessions, covering most conceivable aspects of cultural studies today. It is notable that media and communication topics continue to have a prominent place in this field, and far from only represented by scholars located within the discipline of media and communication studies.

Activities during the first years have included seminars and workshops with board members and with visiting professors and young researchers on postdoc scholarships. Topics for previous workshops and seminars have included highly media-relevant issues like cultural industries and cultural policy, alternative media and cultural production, audiences and publics, television and media events, intermediality and textual analysis. Visitors include Daniel Dayan (France), Glen Fuller (Australia), Mikko Lehtonen (Finland), Brett Neilson (Australia), Justin O'Connor (UK), Roger Odin (France), Janice Radway (USA), Suruchi Thapar Björkert (UK/India), Lasse Thomassen (UK/Denmark), Keyan Tomaselli (South Africa) and John Urry (UK), as well as many Swedish scholars. Future visits and presentations are planned for Ien Ang (Australia), Mark Banks (UK), Lawrence Grossberg (USA), Keith Kahn-Harris (UK), Claudia Leeb (USA), Efvaris Mascha (UK), Sheenagh Pietrobruno (UK), Motti Regev (Israel), Geoff Stahl (Ger-

many/Canada) and Aagje Swinnen (Belgium), among others. There are also Swedish postdoc scholars and PhD students who with various individual grants visit this environment for some weeks' or months' studies and work. Provided continued funding is guaranteed, the postdoc grant programme will welcome further applications from all subfields of cultural studies and all world regions.

In general, thus, media and communications have a key role to ACSIS, mirroring the corresponding focal position both *in* and *for* cultural studies: as an increasingly central aspect of late modern culture and as a likewise increasingly important tool for interdisciplinary and transnational networking and border-crossing. However, the ACSIS experience also testifies to the resistance and obstacles for any such transgressive venture. The centre was from the beginning a national initiative, and its initial establishment was made possible by grants from the state research council for humanities and social sciences (presently Vetenskapsrådet) and the Tercentary Foundation of the National Bank (Riksbankens Jubileumsfond). This national basis made it possible to receive also a welcome support from the municipality of Norrköping and most importantly from Linköping University. The formation of a national board is supposed to enable some kind of permanent national funding in the future, but at this moment, the resources for these ambitious and wide-ranging activities come from Linköping University, whose support covers basic resources to make possible at least a minimal level of visiting scholars and other tasks. The national research funds also support the national conference, but there is presently no other national funding available for keeping up the general work at this centre. This makes it increasingly difficult to uphold the aim to serve as a truly national resource for bridging gaps between universities, and it is also a severe threat to the future existence of ACSIS, since the host university has made it clear that their future support after three initial years is wholly dependent on additional external resources. Much work is therefore done to try and find ways to secure such external, national funding. This is not easy in times of scarce research resources for everyone, in particular for advanced basic research that does not easily lend itself to serve immediate external interests of corporations or other rich institutions outside the university system. It is particularly difficult for initiatives that aim to cross disciplinary as well as geographic borders. Single universities often have methods to support interdisciplinary co-operation within themselves, and there are on the other hand also ways to fund national networks within single disciplines. The Swedish funding

system tends to make it extremely hard for those who try and build bridges in both directions simultaneously.

In spite of these problems, it is already clear that such a national centre meets a wonderful interest and demand among Swedish scholars, and that it will leave strong and lasting marks on cultural research. There is so much to be gained by spending limited resources on building networks and nodes for co-operation across partly outdated borders, and for intensifying transnational traffic and making Swedish cultural research more visible on a global scale. The ACSIS director happens to be also the vice-chair of the recently established international Association for Cultural Studies (ACS), and this di-

rect link between the global field and the national arena will also be of great use in this work. ACSIS has established co-operation with several foreign research groups, including the Centre for Cultural Research at University of Western Sydney, with which a multifaceted exchange has been started. The range of such activities will grow steadily if the ACSIS is permitted to stay on, and it will benefit all surrounding universities through the policy to let each foreign visitor also make visits to other places and in other ways ensure that all activities are made to serve the widest possible range of sites around. The ACSIS is no closed haven, but a hub for intense crossroads, and it welcomes any suggestions how to further enrich these vitalising flows.

n
o
r
d
i
s
k
e

17.

medieforskerkonference

11. – 14. august 2005
Aalborg - Danmark

www.medieforsker.aau.dk

Pågående studier om mediernas bevakning av flodvågskatastrofen i Sydostasien

Danmark

Finn Frandsen (professor), Winni Johansen (lektor, ph.d.), Center for Virksomhedskommunikation, Handelshøjskolen i Århus. Forsket i krisekommunikation og kriseledelse siden 1997.

Et større forskningsprojekt om kriseledelse og krisekommunikation hos danske virksomheder og myndigheder: bl.a. omsat til en bog: *Krisekommunikation – når virksomhedens image og omdømme er truet* (udgivelse efterår 2005), til hvilken der er foretaget studium af krisehåndtering og mediedækning af forskellige cases, herunder håndteringen af Tsunamikatastrofen. Fokus ligger hos virksomheden, myndigheden, organisationen og deres håndtering, kommunikation bl.a. via medierne samt mediernes dækning heraf. For nærmere information se <http://www.asb.dk/centres/cbcom>

Erkan Özden og Frederik Bjerre Andersen, Journalistik, Roskilde Universitetscenter.

Nyheder under flodbølgen. Analyse af Tv Avisens dækning af katastrofen i Sydøstasien ud fra de "klassiske" nyhedskriterier, med særlig fokus på brugen af identifikation.

Finland

Den finska regeringen har upprättat en undersökningskommission för att undersöka hanteringen av tsunamikatastrofen i Finland. Kommissionens ordförande är före detta president Martti Ahtisaari. Ullamaija Kivikuru ingår i kommissionen som expert vad gäller journalistiken.

Undersökningskommissionen finansierar tre forskningsprojekt beträffande tsunamijournalistiken och katastrofkommunikationen i Finland:

1. Kari Koljonen och Juho Rahkonen, Forskningscenter för journalistik vid Institutionen för journalistik och masskommunikation, Tammerfors universitet undersöker *hur finska journalister upplevde katastrofen*. Journalister skriver dagböcker om katastroftiden.

2. En forskargrupp under ledning av Hannu Nieminen vid Institutionen för kommunikation (Communication Research Centre), Helsingfors universitet, undersöker *hur statens offentliga förvaltning hanterade katastrofkommunikationen*.

3. Tuomo Mörä vid Institutionen för kommunikation, (Communication research Centre), Helsingfors universitet genomför *en innehållsanalys av TV-nyheter (3 kanaler) och rapporteringen i 12 finska tidningar under tsunamikatastrofen*. Han kommer också att intervjua ca. 20 journalister från de största finska medierna.

Ett mindre projekt har också genomförts vid Institutionen för journalistik och masskommunikation, Tammerfors universitet, närmare bestämt vid Forskningscenter för journalistik. Det handlar om *en innehållsanalys av tidningar utgivna under katastrofens första vecka*. Undersökningen var ett studentprojekt under handledning av Laura Ahva och Esa Reunanen. I analysen ingick två finska, två svenska och två tyska tidningar. Om resultat har Laura Ahva och Juho Rahkonen skrivit en artikel till *Tiedotustutkimus* 2005:1, som är ett temanummer om journalistik.

Norge

Den norske regjeringen har, i samråd med de politiske partiene på Stortinget, oppnevnt et utvalg som skal evaluere arbeidet gjort fra norsk side i forbindelse med flodbølgekatastrofen i Sør-Asia. Utvalget skal ledes av Jan Reinås og har 6 medlemmer med variert bakgrunn og erfaring. Det uavhengige utvalget skal kartlegge hendelsesforløp og vurdere gjennomføringen av myndighetenes og andres krisehåndtering både sentralt, lokalt og i de flodbølgerammede områdene. Blant annet er utvalget blitt bedt om å se nærmere på *presse- og informasjonshåndteringen*. Utvalget

har frist til 20.april 2005 for å avgi sin rapport. Regjeringen vil deretter følge opp med en stortingsmelding, som forutsettes fremlagt slik at den kan behandles før Stortingets sommerferie.

Elisabeth Eide ved Høgskolen i Oslo har skrevet en artikkel der hun ser mediedekningen av flodbølgekatastrofen i Sørøst-Asia i sammenheng med dekningen av andre katastrofer, blant annet flodbølgene i Bangladesh i 1970 og 1991: Eide, Elisabeth: Tsunamien, menneskene og mediene. *Norsk medietidsskrift* 12(2005)1, 14 p., ISSN 0804-8452

Soilikki Vettenranta ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet har skrevet en bok om ungdommers opplevelser av dramatiske krise- og katastrofenyheter i fjernsynet. Boken har en epilog om tsunami-katastrofen i Sørøst-Asia: Soilikki Vettenranta: *De unge og katastrofenyheter*, Oslo, Abstrakt forlag, 2005, ISBN 82-7935-191-4

Sverige

I Sverige är det främst *Krisberedskapsmyndigheten* (KBM) som har initierat studier om mediernas bevakning av flodvågskatastrofen:

Marina Ghersetti (projektledare), Ulf Wallin & Tomas Andersson Odén: *Svenska mediers rapportering efter flodvågskatastrofen*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG (avslutas oktober 2005).

Hur medierna rapporterat om katastrofens konsekvenser, svenska och lokala myndigheters krisberedskap och agerande samt svenska regeringens och departementens beslutsfattande och agerande. En särskild innehållsstudie ska göras av *aftonbladet.se* och *dn.se* eftersom de är två av Sveriges största nättidningar i egenskap av två av de kanske viktigaste informationskanalerna till svenskarna som vistades i det katastrofdrabbade området.

Lars Nord & Jesper Strömbäck: *Allmänhetens uppfattningar om myndigheter och medier efter flodvågskatastrofen*. Sundsvall, Demokratiinstitutet (avslutas våren 2005)

Syftet är bland annat att få en bild av hur allmänheten uppfattar medierapporteringen och myndighetshanteringen. Vidare allmänhetens förtroende för medierna, politiska institutioner och svenska myndigheter och hur förtroendet för dessa grupper påverkats efter flodvågskatastrofen. Studien genomförs som en intervjuundersökning kompletterad med en fokusgruppundersökning.

KBM har dessutom publicerat följande rapport: Ingrid Friberg Samhällsinformation AB/IFS AB (2005) *Jordbävningskatastrofen i sydostasien den 26 december 2004 – Intervjuundersökning i januari 2005 om medborgarnas förtroende för ansvariga myndigheter och reseföretag*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten/KBM. Rapporten kan laddas ner på http://www.krisberedskapsmyndigheten.se/templates/DocumentList___4553.aspx

På uppdrag av Rädda Barnen:

Ulf Wallin (projektledare), Marina Ghersetti & Tomas Andersson Odén: *Barnen i Tsunamikatastrofen*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG (avslutas november 2005).

Det övergripande syftet med projektet är att studera hur barnen hanterades i nyhetsströmmen.

Innehållet analyseras i följande tidningar och nyhetsprogram under perioden 26 december 2004-25 januari 2005: *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Aftonbladet*, *Expressen*, *Kamratposten*, *Rapport*, *Aktuellt*, *TV4 Nyheterna*, *Lilla Aktuellt* samt *Dagens Eko*.

Några av de frågor som skall besvaras är hur ofta barn är huvudpersoner i rapporteringen och i vilka sammanhang. I vilken utsträckning kommer de själva till tals och hur framställs de på bild?

Stockholms universitet, JMK

Eva-Lena Lindbäck: *Katastrofjournalistik – en analys av källor och språk vid nyhetsförmedling* (pågående)

Avhandling med delprojekt som behandlar nyhetsrapporteringen från räddningsinsatsen vid flodvågskatastrofen. Delprojektet beräknas vara avslutat våren 2006. Handledare: Håkan Hvitfelt.

Ny litteratur

Nya skrifter från Nordicom

Femme Fatalities. Representations of Strong Women in the Media

Rikke Schubart & Anne Gjelsvik (eds.), Göteborg, NORDICOM, 2004, 233 p., ISBN 91-89471-25-3.

From sadistic torturers Ilsa in *Ilsa, She-Wolf of the SS* to synthespians and consumerist teen witches. From Hollywood mainstream to avant-garde and exploitation. From feminist critical theory to postfeminist provocative aesthetics. This anthology brings together twelve essays on the representation of strong women in film, television and computer games.

The articles in this anthology do not provide simple answers. Instead, they find new meanings arising out of the gaps between consumer culture and gender politics, between silicone breasts and subversive audience reactions.

Following articles are including: *Rikke Schubart & Anne Gjelsvik*: Babes, Bitches, Dominatrixes and Teen Witches, *Wencke Mühleisen*: Baise-moi and Feminism's Filmic Intercourse with the Aesthetics of Pornography, *Ingrid Lindell*: Over and over again. The Representation of Women in Contemporary Cinema, *Maja Mikula*: Lara Croft, Between a Feminist Icon and Male Fantasy, *Kim Walden*: Run, Lara, Run! The Impact of Computer Games on Cinema's Action Heroine, *Yvonne Tasker*: Soldiers' Stories. Women and Military Masculinities in *Courage Under Fire*, *Deneka C. MacDonald*: Iconic Eye Candy. Buffy the Vampire Slayer and Designer Peer Pressure for Teens, *Karma Waltonen*: Dark Comedies and Dark Ladies. The New Femme Fatale, *Anne Gjelsvik*: A Woman's Gotta Do What a Woman's Gotta Do, *Mervi Pantti*: "Must-see Medicine Women". Breaking Borders of Genre and Gender in ER, *Rikke Schubart*: Hold It! Use It! Abuse It! Ilsa, She-Wolf of the SS and Male Castration, *Walter Alesci*: Xena: Warrior Princess Out of the Closet?. A Melodramatic Reading of the Show by Latin American and Spanish Lesbian and Gay Fans, *Sharon Lin Tay*: Sustaining the Definitive Bitch from Hell. The Politics of Dolores Claiborne within a Feminist Genealogy.

News of the Other. Tracing Identity in Scandinavian Constructions of the Eastern Baltic Sea Region

Kristina Riegert (ed.), Göteborg, NORDICOM, 2004, 241 p., ISBN 91-89471-26-1 (Northern Perspectives; 6) ISSN 1650-5131.

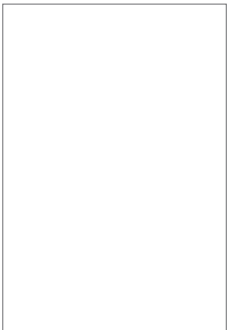
This book is the result of a multinational research project that has surveyed and analysed identity mechanisms in journalistic constructions of the Other over time and between different countries in the Baltic Sea Region.

Following articles are included: *Ullamaija Kivikuru*: Identities. An Apparatus for Re-membling and Dis-membling, *Jan Ekecrantz*: In Other Worlds. Mainstream Imagery of Eastern Neighbors, *Kristina Riegert & Patrik Åker*: Knowing Me, Knowing You. Mediated Identities in the Eastern Baltic Sea Region, *Madeleine Hurd*: Placing Good and Evil. Revolutionaries, Streets, and Carnival in German and Swedish Newspapers, 1918-1919, *Kristina Riegert*: Swedish and Danish Television News of their Baltic Neighbors 1995-2000, *Pentti Raittila*: Representations of Otherness in

Finnish Culture. Media Images of Russians and Estonian, *Anker Brink Lund*: The Mass-Mediated “We” in Danish Journalism, *Patrik Åker*: Newspapers’ Picture of the World. The Domestic Family of Man, *Merja Ellefson & Eva Kingsepp*: The Good, the Bad and the Ugly. Stereotyping Russia, the Western Way, *Maja Horst & Mette Lolk*: The Dramaturgical Need for Closure. Mass-Mediated Stories of Risk.

Young People, Soap Operas and Reality TV

Cecilia von Feilitzen (ed.), Göteborg, NORDICOM, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2004, 256 p., ISBN 91-89471-28-8 (Yearbook; 2004), ISSN 1651-6028.



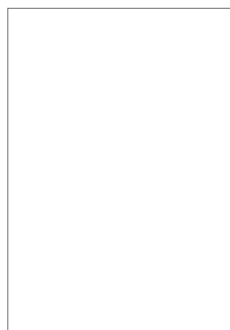
The transformation of the traditional soap opera into certain more extreme soaps, and the emergence of the recent ‘global’ reality TV formats have whipped up storms of controversy in a great number of countries. Such programmes have also generated worries among adults about how they are received by, and may influence, young viewers – because children from all over the world watch adult programming from an early age.

Since research on young people and these fictional genres seriously lags behind, the primary aim of the Yearbook is to stimulate further research on the subject. In order to do so, the Clearinghouse invited scholars from all over the world to contribute their knowledge so far. Thus at the same time, the book gives answers to at least some of the questions on young people, soap operas and reality TV in the public debate.

Following articles are included: *Ulla Carlsson*: Foreword, *Cecilia von Feilitzen*: Young People, Soap Operas and Reality TV, *Lorenzo Vilche*: The Television Genre(s) of Soap Opera, Telenovela, Drama Serial; The ‘Genre’ of Reality; First and Second Generation Formatted Reality TV, *José Ramón Pérez Orni*: Television Viewing among 4- to 12-year-olds in Spain, *Maya Götz*: “Soaps Want to Explain Reality”. Daily Soaps and Big Brother in the Everyday Life of German Children and Adolescents, *Helga Theunert & Christa Gebel*: Reception of TV Series among Children and Teenagers in Germany, *Robyn Quin*: From Beverly Hills to Big Brother. How Australian Teenage Girls Respond, *Asbjørn Simonnes & Gudmund Gjølsten*: Children Interacting between Values at School and in Media. Reflections from a Norwegian Project, *Alice Y. L. Lee*: Critical Appreciation of TV Drama and Reality Shows. Hong Kong Youth in Need of Media Education, *Dorothy Hobson*: Everyday People, Everyday Life. British Teenagers, Soap Opera and Reality TV, *María Dolores Souza*: Latin American Telenovelas. Interview with Valerio Fuenzalida, *Thaïs Machado-Borges*: On Possible and Actual Lives. Young Viewers and the Reception of Brazilian Telenovelas, *Doobo Shim*: South Korean Television Drama in Asia, *María Dolores Souza*: Chilean Tweens and Reality Shows, *Annette Hill*: The Idea of Learning. Young Viewers of Reality TV in the U.K., *François Jost*: Reality TV – The Mechanisms of a Success, *Nayia Roussou & Michaela Buck*: Reality Shows in Cyprus. New Media “Fallout”?, *Nathalie Hyde-Clarke*: “But It’s Not Real”. South African Youth’s Perceptions of Reality TV, *Eno Akpabio*: Reactions of Nigerian Youths to the Reality Television Show -Gulder Ultimate Search, *John Gultig*: “This is it” – South African Youth’s Reading of YizoYizo 2, *René Smith*: YizoYizo: This Is It? A Critical Analysis of a Reality-based Drama Series.

Playing With Fire. How do Computer Games Influence the Player?

Simon Egenfeldt-Nielsen & Jonas Heide Smith, Göteborg, NORDICOM, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2004, 39 p., ISBN 91-89471-27-X.



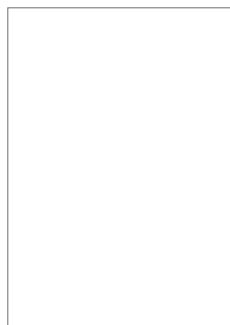
In the debate on children, youth and computer games, the question of whether computer games are harmful is often posed. The answers provided are many and varying, making it easy to interpret the research results as contradictory. Questions concerning the harmfulness of computer games often seek simple “yes” or “no” answers, while the research reveals a more complicated picture. Different investigations also have their starting point in different perspectives and questions, which may explain the confusion.

With an aim to clarify and bring some order to the area, the Danish Media Council for Children and Young People has conducted an investigation that provides some insight into children’s and young people’s use of computer games. The investigation is based, among other things, on a picture of the scientific status of computer games and harmfulness as well as on an overview of the considerations other countries have made concerning regulation in the area.

Nordicom’s International Clearinghouse for Children, Youth and Media considered the report to be of interest to a wider audience and sought collaboration with the Danish Media Council for Children and Young People concerning publishing of the report. The authors, Simon Egenfeldt-Nielsen and Jonas Heide Smith have done some revising and updating of the report, which is now available in English.

Bokläsning i den digitala tidsåldern. Aktuella undersökningar från Nordicom och SOM-institutet

Göteborg, NORDICOM, 2004, 181 p., *MedieNotiser* Nr. 3, ISSN 1101-4539.

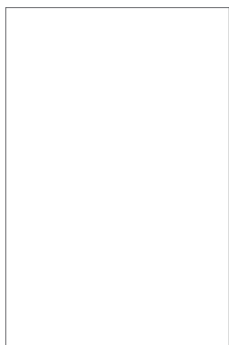


Den 1 januari 2002 sänktes mervärdesskatten på böcker och tidskrifter från 25 procent till 6 procent. För att följa och granska prisutvecklingen efter denna momssänkning tillsattes Bokpriskommissionen. Det treåriga uppdraget innefattade också en uppgift om att ’verka för att läsandet ökar i alla grupper’ och Bokpriskommissionen hade att redovisa hur detta mål uppnåddes. Kulturdepartementet uppdrog åt SCB att genomföra erforderliga undersökningar. När det gällde att följa momssänkningens effekter på bokläsningen vände sig SCB till Nordicom vid Göteborgs universitet. Resultatet blev att två olika undersökningar rörande bokläsning har genomförts under Bokpriskommissionens mandatperiod. Nordicom har specialstuderat bokläsningen genom den årliga medievaneyundersökningen Mediebarometern

2001-2003 och SOM-Institutet vid Göteborgs universitet har särskilt uppmärksammat bokläsningen i den årliga SOM-undersökningen 2002 och 2003. Ett antal delrapporter har lämnats till SCB och sommaren 2004 avlämnade både Nordicom och SOM-Institutet sina slutrapporter till SCB. De båda rapporterna ger en bild av bokläsningen i Sverige i den tid som vi ofta benämner som den digitala tidsåldern och de bör vara av intresse för många utanför Bokpriskommissionens krets. Mot den bakgrunden utger Nordicom de båda nämnda slutrapporterna, något bearbetade, i en volym. Ulla Carlsson, Nordicom, och Lennart Weibull, SOM-Institutet, skrev dessutom på uppdrag av Bokpriskommissionen en artikel om kultur- och medievanors förändring, som publicerades i Bokpriskommissionens tredje delrapport 2003. Även denna artikel ingår i föreliggande volym.

Ett nytt sätt att se. Om bildtidningen Se 1938-1945

Tobias Lindberg, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, 379 p., (Sylwan; 14 (Den svenska pressens historia), ISSN 1403-3585. Note: Dr.diss.



Boken/avhandlingen handlar om hur fotojournalistiken som redaktionellt koncept introducerades i Sverige. Det är bildtidningen *Se* som studeras under dess första åtta år, dvs. 1938-1945. *Se* jämförs med amerikanska *Life*, brittiska *Picture Post* och den svenska utgåvan av tyska *Signal*, men också med sina svenska konkurrenter *Liv*, *Folket i Bild* och *Vi*.

Huvudfrågan är om och när *Se* började skilja sig från andra tidskrifter i sin rapportering.

Se ville se i bilder, ville skildra världen i bilder och utvecklade därför ett nytt sätt att rapportera. Istället för att berätta för sina läsare valde man att visa. Men bildtidningen *Se* skilde sig från mängden på fler sätt genom sina rötter i amerikansk och brittisk press och inte i tysk och dansk som andra svenska föregångare. *Se*s layout var inspirerad av film och sambandet

mellan rubrik, bild och layout var tydligare än hos konkurrenterna. Rytmen var viktig.

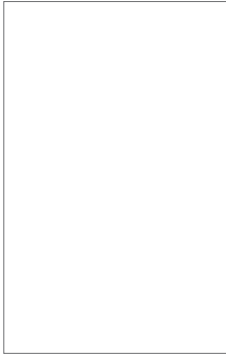
Se öppnade vägar för en bredare publik och ville nå såväl unga läsare som läsare utanför städerna och när tidningen skildrade den framväxande ungdomskulturen blev man snabbt en del av den. Detta gjorde man genom fler bilder, större bilder, dramatiskare bilder. Författaren konstaterar att *Se* introducerade modern fotojournalistik som redaktionellt koncept och att *Se* var rätt produkt vid rätt tillfälle.

Danmark

Dokumentalist: Peder Grøngaard

Historiefortælling i organisationer

Sascha Amarasinha, Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2004, 72 p., ISBN 87-593-1020-0.

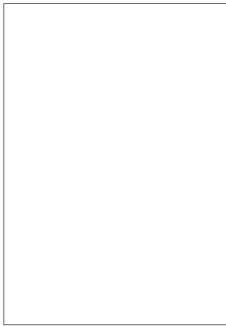


Enhver virksomhed har sin identitet, der bl.a. kommer til udtryk gennem de historier, virksomheden mere eller mindre bevidst fortæller om sig selv, udadtil som indadtil. Virksomheder og organisationer gennemgår i dag så mange forandringer i løbet af kort tid, at det er vanskeligt at fastholde identitet og værdier. Bruges historierne aktivt, hjælper de både virksomhedens ledelse og medarbejdere til at finde frem til, hvordan deres virksomhed adskiller sig fra andre, og hvordan de skal agere i det daglige for at leve op til værdierne. Bogen redegør for hvordan man indarbejder historiefortælling i bred forstand i virksomhedens udviklings- og forandringsarbejde på baggrund af forfatterens egne erfaringer med historiefortælling fra arbejdet som informationsmedarbejder og kommunikationskonsulent.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.samfundslitteratur.dk/>

Fra patos til logos. Videnskabsretorik for begyndere

Leif Becker Jensen, Frederiksberg, Roskilde Universitetsforlag, 2004, 142 p., ISBN 87-7867-195-7.

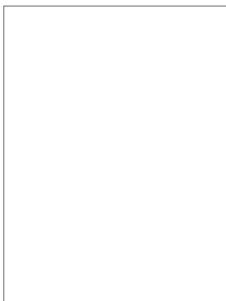


Hvorfor skal der være en problemformulering først, og hvad skal man bruge teorier og metoder til? Hvad er god videnskabelig argumentation? Og hvor personligt må sproget være? Disse og mange andre spørgsmål behandles i denne bog, som er en indføring i videnskabelig retorik, dvs. normerne for at skrive videnskabeligt. Bogen er ikke primært en opskrift på hvordan man skriver, men prøver at gå bag om sproget og forklare hvorfor, dvs. begrunde de ofte indforståede normer for den videnskabelige genre.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.samfundslitteratur.dk/>

European Culture and the Media

Ib Bondebjerg & PeterGolding (eds), Bristol, Intellect, 2004, 315 p., ISBN 1-84150-111-5, (Changing media – changing Europe series; 1).



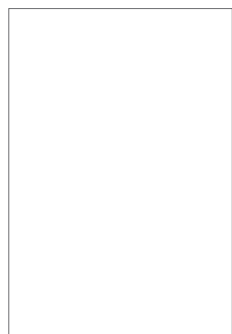
Presents new research and thinking on cultural globalisation, with special focus on and in depth analysis of a number of cases and dimensions in European media culture and its broader social, political and economic context. The book is written by some of the most prominent European media researchers from both the humanities and social sciences. It offers a provocative and new interdisciplinary look at the modern European media culture, and at the same time introduces new theories, empirical data and analysis of media communication, genres and media institutions.

Contains among other things the following articles: Ib Bondebjerg and Peter Golding: *Introduction*, Stig Hjarvard: *From bricks to bytes: the mediatization of a global toy industry*, Kirsten Drotner: *Disney discourses, or mundane globalization*, Kim Christian Schrøder: *Mapping European identities: a quantitative approach to the qualitative study of national and supranational identities*, Taisto Hujanen: *Public service strategy in digital television: from schedule to content*.

For further information, see: <http://www.intellectbooks.co.uk/>

Aktionsjournalistik. Holdningen, historien og håndværket

Peter Bro, Odense, Syddansk Universitetsforlag, 2004, 154 p., ISBN 87-7838-937-2. Note: En revideret udgave af forfatterens Ph.D.-afhandling.

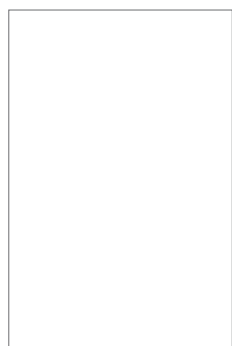


Med tiden er begrebet aktionsjournalistik forsvundet, hvorimod de journalistiske kampmidler – interviewet og reportagen – som Henrik Cavling anvendte i aktionsjournalistikens tjeneste, i dag bliver anvendt i mange andre sammenhænge. Sammen med en række nyhedsmedier har forfatteren forsøgt at genoplive aktionsjournalistikken for at sikre nyhedsformidlingen mod nogle af dens negative følgevirkninger, og denne tværfaglige forsøgsvirksomhed har ført til udviklingen af nye kampmidler. Bogen beskriver forsøget – og præsenterer mange nye begreber og betragtninger – som kan give læsere en større forståelse for nyhedsformidlingens problemer og potentialer.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.universitypress.dk/>

Forskning i mediepolitik – mediepolitisk forskning

Hanne Bruun, Kirsten Frandsen & Per Jauert, (eds.), Århus, Modtryk, 2004, 150 p., ISBN 87-7394-901-9.



I anledning af Frands Mortensens 60-års fødselsdag arrangerede kollegerne et symposium under titlen: *Forskning i mediepolitik – mediepolitisk forskning*. Nogle af bidragene herfra er nu samlet i denne antologi. Bidragene spænder vidt rent emnemæssigt: modeller for beskrivelse af mediestrukturen, regulering af public service-medierne, indførelsen af digitalt TV, mediernes ejerforhold og konsekvenserne for et pluralistisk mediebillede.

Indeholder følgende artikler: Preben Sepstrup: *Fra medieforskning til såkaldt medieforskning: en model til beskrivelse af mediestrukturen*, Erik Nordahl Svendsen: *Tillid er godt – er kontrol bedre?: aktuelle tendenser i reguleringen af public service i Europa*, Henrik Søndergaard: *Regnskabet's time: om Public Service Råd, public service-regnskaber og debatten, der forsvandt*, Frands Mortensen: *Indførelsen af digitalt, terrestrisk tv i Danmark*, Helge Østbye: *Eierkonsentrasjon og eierskapsregulering i Norge*, Trine Syvertsen: *Eierskapstilsynet: en studie av medieregulering i praksis*.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.modtryk.dk/>

Daytime talkshows i Danmark. Om receptionen af en transnational tv-genre

Hanne Bruun, Århus, Modtryk, 2004, 173 p., ISBN 87-7394-882-9.

Hvorfor ser danske unge de amerikanske talkshows “Ricki Lake”, “Oprah Winfrey” og “Jerry Springer”? Og hvorfor svigter seerne, når et dansk program bliver produceret inden for den type af talkshows, som populært kaldes “daytime talkshows”? Er det et tegn på, at danskerne er hævet over den moralske standard i de amerikanske programmer, og at seerne derfor ikke har lyst til at se den slags programmer på dansk og med danske medvirkende? Eller er det danske program ikke i stand til at fastholde seerne, fordi serien skuffer forventningerne til programgenren formet af de amerikanske programmer? De spørgsmål vil blive besvaret på baggrund af en receptionsanalyse af en gruppe unge kvinders oplevelser af daytime talkshowet “Ricki Lake” og det danske “Det ny Synnøve”. Undersøgelsen er den første i Danmark, der sætter fokus på sening af en udenlandsk fakta-tv-genre i en sammenligning med en tilsvarende dansk brug af genren.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.modtryk.dk/>

Archiving Websites. General Considerations and Strategies

Niels Brügger, Århus, The Centre for Internet Research, 2005, 64 p. + app. 12 p., ISBN 87-990507-0-6, (Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, Center for Internetforskning/CFI).

This book treats the micro archiving of websites, i.e. archiving by researchers, students or others without special technical knowledge who, using a standard computer, wish to save a website for further study. The phenomenon is discussed from the standpoint that Internet research must be able to stabilise and save the object of its analysis. However, the Internet is endowed with certain fundamental media-specific dynamics that make stabilisation difficult.

For further information, see: <http://cfi.imv.au.dk/pub/>

The Changing Materiality of Music

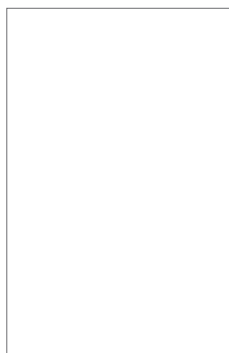
Henrik Bødker, Århus, The Centre for Internet Research, 2004, 25 p., ISBN 87-91163-08-0, (Papers from The Centre for Internet Research; 8), ISSN 1601-5371, (Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, Center for Internetforskning/CFI).

A great deal of effort has gone into discussing issues of copyright in relation to the new materialities of the digital distribution of popular music; there has, however, been less focus on the changes that these new developments may invoke with respect to the cultural and social usages of music. Against the backdrop of recent discussions of popular music as material culture it is argued that emergent usages must be seen in relation to accumulations of different materialities and that such a perspective highlights issues related to both aesthetic reflexivity and agency.

For further information, see: <http://cfi.imv.au.dk/pub/>

Anvendt retorik. Tag sproget i munden

Julie Fabricius & Thore Roksvold, København, Akademisk Forlag, 2004, 169 p., ISBN 87-500-3833-8.

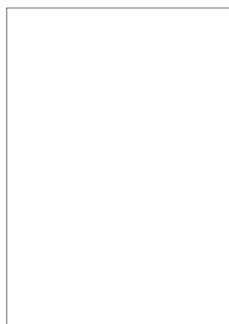


Bogen viser at de grundlæggende principper for kommunikation, som de blev formuleret i den klassiske retorik, ikke har ændret sig. Formålet med bogen er derfor bl.a. at præsentere sammenhængen mellem klassisk retorik og moderne kommunikationsvidenskab for journalister og alle andre der ønsker at kommunikere effektivt.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.akademisk.dk/>

Spin, selvfremsstilling og samfund. Public relations som reflekterende praksis

Mie Femø Nielsen (ed.), Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2004, 359 p., ISBN 87-593-0971-7, (Den kommunikerende organisation).



Kampen om opmærksomhed og om at sætte dagsorden er hård, så der er i dag stor fokus på begreber som spin og branding. Hvis målene er et attraktivt image og indflydelse på mediernes dagsorden, hvad er så midlerne? Hvordan kan virksomheder, interesseorganisationer og politikere på den ene side være i mediernes søgelys og på den anden side arbejde strategisk med at få budskaber igennem og konstruere tilfredsstillende identiteter? Er det hele bare kold business, eller kan strategierne også anvendes af folk, der med bankende hjerte kæmper for en god sag? Det er nogle af omdrejningspunkterne i denne bog. Den gennemgår og eksemplificerer en række kampagneformer og spinstrategier, og det drøftes hvordan spinning, priming og framing forholder sig til aktørens legitimitet, identitet og troværdighed.

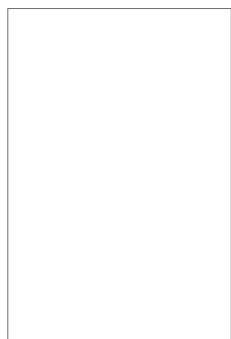
Undervejs tages livet af et par af kommunikationsbranchens myter.

Indeholder følgende artikler: Finn Frandsen: *Spindoktorerne: en episode i det moderne demokratis historie?*, Thomas Søndergaard Sarup: *Spindoktori: hvad er det og findes det i Danmark?*, Gitte Gravengaard: *Spindoktor i den gode sags tjeneste*, Elisabeth Geday og Mika Bildsø Lassen: *Netværkskampagner*, Pernille Mølgaard Toft og Hilde Schroll Jespersen: *Astroturf: kunstigt græs visner ikke*, Louise Hørslev og Thomas Iversen: *Virksomheder i mediernes søgelys: skurke eller ofre?*, Jesper Højberg og Espen Meyer Højlund: *Storpolitik, medier og ngo-strategier*, Anker Brink Lund: *Niche nursing: strategisk offentlighedsarbejde for viderekomme*, Mie Femø Nielsen: *Under vejr med sig selv: organisationers identitet og selvfremsstilling i interaktion med deres stakeholders*, Christian Kock: *Troværdighed – hvad taler vi om?*, Søren Møller Nielsen: *Når kommunikation bliver politik: om arbejdet bag en velfungerende kommunikationspolitik*.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.samfundslitteratur.dk/>

Internettet i mediehistorisk perspektiv

Niels Ole Finnemann, Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2005, 331 p., ISBN 87-593-1125-8.



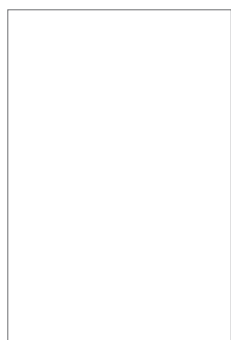
På mindre end ti år har Internettet udviklet sig fra at være et eksotisk medie for forskere, nørder og andre minoriteter til at blive hverdag for de fleste og rygrad i samfundets kommunikative infrastruktur. Internettet er medie for privat kommunikation, men det er også et medie, der udvider offentligheden. Med nettet svækkes massemediernes centralistiske offentlighedsstruktur, fordi nettet tillader mere differentieret kommunikation og giver den enkelte borger nye muligheder for at knytte an til de moderne samfunds mange ekspertsystemer. Ud fra et evolutionært mediehistorisk perspektiv afdækker bogen det nye medies særlige egenskaber og dets forhold til andre medier. Det er en af bogens hovedteser, at Internettet markerer overgangen til en ny mediematrice – den femte store mediematrice i menneskehedens

historie og den første, der er globalt distribueret. Bogen interesserer sig især for mediets kulturelle grammatik, dvs. den betydning, den kulturelle kontekst har for dannelsen og udviklingen af Internettet.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.samfundslitteratur.dk/>

Artiklen

Ebbe Grunwald, Søborg, DR Multimedie, 2004, 62 p., ISBN 87-7838-903-8, (Mediedansk), (Danmarks Radio).

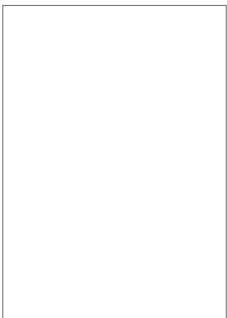


Giver et overblik over genrerne i avisen og deres forskellige funktioner. Ser på hvordan en journalistisk tekst er bygget op. Hvad driver artiklen fremad? Hvilke elementer gør den på én gang spændende og let forståelig?

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.dr.dk/netbutik/ekstra/>

Mediernes dækning af invasionen af Irak 2003

Stig Hjarvard, Nete Nørgaard Kristensen & Mark Ørsten, København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 114 p. + app. 18 p., ISBN 87-91394-12-0, (Working paper; 13), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: En del af projektet Modinet, der er et tværfagligt forskningsprojekt om medier og demokrati. Projektet undersøger globaliseringens og den nye digitale mediekulturs betydning for politik og demokrati, de etablerede kultur- og medieinstitutioner og fremtidens hverdagsliv.

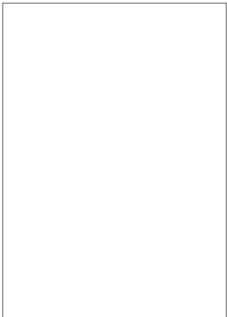


En analyse af seks danske nyhedsmediers dækning af 17 dage af Irak-krigen fra den 16. marts 2003 til og med den 14. april 2003. Perioden omfatter dagene før krigsudbruddet, selve krigsudbruddet, tiden frem til indtagelsen af Bagdad samt dagene lige efter. Hvor nuanceret var den danske debat før, under og efter indtagelsen af Bagdad, hvordan blev de faktiske krigshandlinger dækket, og hvilken rolle spillede det for mediedækningen, at Danmark var en krigsførende nation? Det er de overordnede spørgsmål, som rapporten vil søge at besvare.

Læs mere om rapporten på forlagets web-adresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

Fra Riget til Bella. Bag om tv-seriens golden age

Pernille Nordstrøm, (Søborg), DR Multimedie, 2004, 224 p., ISBN 87-7953-719-7, (Danmarks Radio).

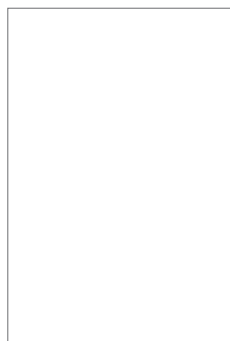


I 1994 blev "Riget" startskuddet til en æra i dansk tv-dramatik, hvor den ene seriesucces har efterfulgt den anden. Succesen er senest kulmineret med den moderne krimiserie "Ørnen" og med "Krøniken", der fortæller en del af danskernes historie med udgangspunkt i radiofabrikken Bella. Gennem interviews med en række centrale personer går bogen bag om serierne og beskriver et stykke dansk mediehistorie. Den giver et indblik i den arbejdsproces og de kunstneriske overvejelser, der ligger bag de serier, vi ser på skærmen. Den afdækker samtidig den tætte forbindelse mellem tv-seriens golden age og den tilsvarende optur, der har præget dansk film i samme periode.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://netbutik.dr.dk/>

Journalister og kilder. Slinger i valsen?

Nete Nørgaard Kristensen, Århus, Forlaget Ajour, 2004, 315 p., ISBN 87-89235-99-1, (En CFJE publikation), (Center for Journalistik og Efteruddannelse). Note: En revideret udgave af forfatterens Ph.D.-afhandling.

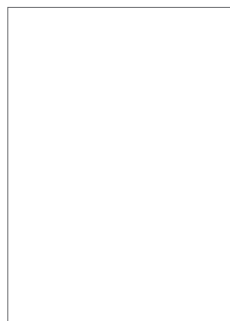


På den ene side et menneske, der vil have noget at vide: Journalisten. På den anden side et menneske, der har den viden: Kilden. Hvem tager initiativet? Har de fælles interesser? Modstridende? Flere og flere kilder er blevet professionelle. De kender mediernes måde at tænke og fungere på, så de vælger bevidst at give deres information på en måde og på et tidspunkt, der giver maksimal effekt. Samtidig er journalisterne blevet færre og travlere. Så hvem bestemmer egentlig i dag – journalisten eller kilden? Det er dette samfundsvigtige område, bogen undersøger.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.forlagetajour.dk/>

Special issue: Storytelling. P.o.v.: A Danish Journal of Film Studies

Richard Raskin (ed.), (2004)18, 111 p., ISSN 1396-1160, (Århus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab).

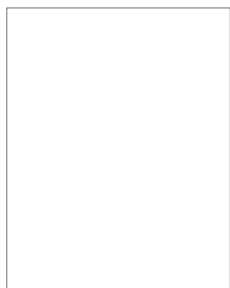


Contains the following articles: Brian Dunnigan: *Storytelling and film: fairy tales, myth and happy endings*, Morten Kyndrup: *To be shown how to be talked to: narration and parabasis in contemporary film – and Almodóvar's "Hable con Ella"*, Per Aage Brandt: *Narrative models and meaning*, Keith Raskin: *The invention of meaning*, Nikolaj Feifer: *And so the story begins...: an analysis of selected opening shots and scenes*, Mark Le Fanu: *Story and... "story": reflections on an over-hyped concept*, Edwin Vestergaard Kau: *Where's the story?: notes on telling stories cinematically*, Gunnar Wille: *The idea: an article about idea-development problems*, James Ransom: *Perpetuating remembrance: N. Scott Momaday and Kiowa storytelling*, Ib Johansen: *Narrative power in native American fiction: reflections on Leslie Marmon Silko's "Storyteller" (1981)*, Rasmus Stampe-Hjorth: *On editing & storytelling: an interview with Anders Refn*, Saara Cantell: *Poetry on screen or visualised jokes?: an approach to the genres of short fiction films*, Richard Raskin: *Italo Calvino and inevitability in storytelling*.

Note: All issues of p.o.v. can be found on the Internet at: <http://imv.au.dk/publikationer/pov/POV.html>

Dansk fotografihistorie

Mette Sandbye, (ed.), København, Gyldendal, 2004, 462 p., ISBN 87-11-23147-5.



Denne bog er den første samlede fremstilling af dansk fotografis historie. Bogen følger historien fra de første daguerreotypier, der på den danske kronprins' foranledning blev præsenteret herhjemme kun få måneder efter offentliggørelsen af det nye medie i Paris i 1839, op til den ændrede brug og forståelse af det fotografiske billede, som de nye digitale teknikker har medført. De 17 bidragydere favner fotografiet i al dets bredde: luftfotografi, pressefotos, politifotografi, kunstbilleder, modebilleder, antropologiske billeder, røntgenfotografi, portrætter, internetkunst og meget, meget mere. Bogen rummer et væld af indfaldsvinkler, for den handler ikke blot om fotograferne og deres billeder, men også om hvad folk har tænkt om mediet,

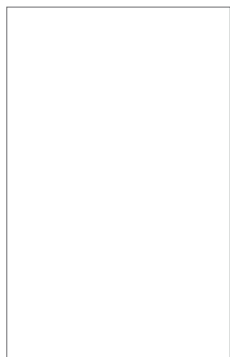
og hvad man har brugt fotografierne til fra 1840'erne og op til i dag.

Indeholder følgende artikler: Marie-Louise Berner: *En profession bliver til: daguerreotypiets udbredelse 1839-1860*, Mette Mortensen: *Portræt af borgerskabet: portrætkulturen 1860-1880*, André Wang Hansen: *Kunst og fotografisk realisme*, Louise Wolthers: *Et billede af nationen: fotografiet spredes 1880-1900*, Martin Zerlang: *Gamle minder og nye motiver: nye genrer 1900-1920*, Birna Marianne Kleivan: *Det eksotiske nord: fotografier fra Grønland 1854-1940*, Mette Kia Krabbe Meyer: *Et direkte udsnit af virkeligheden: 1920'ernes rene fotografi*, Lars Schwander: *Nye internationale kontakter: genrerne træder i karakter i 1930'erne*, Mette Kia Krabbe Meyer: *Montage*, Jens Friis: *Krigens billeder: fotografiets rolle under 2. Verdenskrig – 1940'erne*, Martin Brandt Djupdræt og Mikkel Thelle: *Massemedie, form og fortælling: vækst på alle fronter 1945-1960*, Tage Poulsen: *Mennesker og mønstre: 1960'erne: fotografi bliver et sprog*, Mette Sandbye: *Snapshots fra hverdagen: genreforskelle nedbrydes 1968-80*, Erik Hansen-Hansen: *Nyere dansk modefotografi*, Finn Thrane: *Ud i verden og hjem igen: dokumentarfotografiet 1980-2002*, Rune Gade: *Et solidt fundament: kunst og fotografi 1980-2000*, Mette Sandbye: *Teatraliske portrætter*, Lars Kiel Bertelsen: *Fotografiets forsvinden?: digitaliseringens tidsalder*.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.gyldendal.dk/>

Magt og mirakler. Om massekommunikationens umuligheder

Kresten Schultz Jørgensen, København, Høst, 2004, 171 p., ISBN 87-14-29841-4.



Om massekommunikationens paradoks mellem fylde og afmagt. Bogen sætter fokus på tendenser, der i disse år konvergerer: Den kommercielle branding og den politiske kommunikation under etiketten spin. Begge fænomener har meget at byde på – men bærer også risikoen for en overfladiskhed, som hverken virksomheder, politikere eller det bredere samfund bør være tjent med.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.hoest.dk/>

Transnational politisk journalistik: dansk EU-journalistik 1991-2001

Mark Ørsten, Roskilde, Roskilde Universitetscenter, 2004, 468 p., ISBN 87-7349-610-3, (Skriftserie for journalistik på RUC. Journalistik forskning; 1), (Roskilde Universitetscenter, Institut for Kommunikation, Journalistik og Datalogi). Note: Danish summary, pp. 463-468. En revideret udgave af forfatterens Ph.D.-afhandling.

Beskriver udviklingen af dansk EU-journalistik i aviser såvel som TV fra 1991-2001. Flere bøger har på det seneste beskæftiget sig med selvstændiggørelsen af den politiske journalistik fra partier og stat, men disse har alle haft et overvejende fokus på den nationale politik. I afhandlingen rettes blikket i stedet mod den politiske journalistiks dækning af EU.

Læs mere om bogen på forlagets web-adresse: <http://www.ruc.dk/jour/>

Annan ny litteratur

Christensen, Bolette M.: *Organizing a social movement organization by means of the Internet: deliberation or staging?* København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 10 p., ISBN 87-91394-05-8, (Working paper; 6), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: Part of the Modinet project, which is a research project with the purpose of developing an innovative interdisciplinary research agenda investigating the effects of globalization and the new media culture in politics and democracy as well as the effects on the traditional media institutions and everyday life in the information and network society. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

MEDIA • DEMOCRACY • ORGANIZATIONS
• NEWSPAPERS • JOURNALISM • INTERNET
• WORLD WIDE WEB • GLOBALIZATION • DENMARK

Hoff, Jens; Markmann, Bella: *Internet og det lokale demokrati i Odder kommune: dokumentation af en spørgeskemaundersøgelse*. København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 88 p., ISBN 87-91394-09-0, (Working paper; 10), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: En del af projektet Modinet, der er et tværfagligt forskningsprojekt om medier og demokrati. Projektet undersøger globaliseringens og den nye digitale mediekulturs betydning for politik og demokrati, de etablerede kultur- og medieinstitutioner og fremtidens hverdagsliv. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

MEDIA • DEMOCRACY • COMMUNICATION
• INTERNET • MEDIA USE • COMMUNITIES
• DENMARK

Krause Hansen, Hans; Salskov-Iversen, Dorte: *Globalizing webs: translation of public sector e-modernization*. København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 23 p., (Working paper; 12), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: Part of the Modinet project, which is a research project with the purpose of developing an innovative interdisciplinary research agenda investigating the effects of globalization and the new media culture in politics and democracy as well as the effects on the traditional media institutions and everyday life in the information and network society. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

MEDIA • DEMOCRACY • COMMUNICATION
• INFORMATION TECHNOLOGY
• COMMUNICATION TECHNOLOGY
• ORGANIZATIONS • MANAGEMENT
• GLOBALIZATION • MEXICO • EUROPEAN UNION
• DENMARK

Lund, Anker Brink: *Niche nursing political networks: priming and framing before spinning*. København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 17 p., ISBN 87-91394-08-2, (Working paper; 9), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: Part of the Modinet project, which is a research project with the purpose of developing an innovative interdisciplinary research agenda investigating the effects of globalization and the new media culture in politics and democracy as well as the effects on the traditional media institutions and everyday life in the information and network society. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

MEDIA • DEMOCRACY

• POLITICAL COMMUNICATION • JOURNALISM
• NEWS COVERAGE • MANIPULATION
• PUBLIC SPHERE • MEDIA POWER • DENMARK

Lund, Anker Brink; Ørsten, Mark: *Nyhedsmediernes dækning af valget til Europa-Parlamentet 2004*. København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 19 p., ISBN 87-91394-10-4, (Working paper; 11), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: En del af projektet Modinet, der er et tværfagligt forskningsprojekt om medier og demokrati. Projektet undersøger globaliseringens og den nye digitale mediekulturs betydning for politik og demokrati, de etablerede kultur- og medieinstitutioner og fremtidens hverdagsliv. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

MEDIA • DEMOCRACY • JOURNALISM

• NEWS COVERAGE • ELECTION CAMPAIGNS
• AGENDA SETTING • EUROPEAN UNION
• DENMARK

Olsen, Leif; Christensen, Stine; Rieper, Olaf: *Borgernes brug af Søllerød Kommunes hjemmeside: dokumentation af en spørgeskemaundersøgelse*. København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 93 p., ISBN 87-91394-06-6, (Working paper; 7), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: En del af projektet Modinet, der er et tværfagligt forskningsprojekt om medier og demokrati. Projektet undersøger globaliseringens og den nye digitale mediekulturs betydning for politik og demokrati, de etablerede kultur- og medieinstitutioner og fremtidens hverdagsliv. English summary, pp. 91-92. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

MEDIA • DEMOCRACY • COMMUNICATION

• INTERNET • MEDIA USE • COMMUNITIES
• DENMARK

Peters, John Durham; Silverstone, Roger; Dahlgren, Peter; Bødker, Henrik; Søndergaard, Henrik; Torpe, Lars: *Theme issue – media convergence, mediated communication, and the transformation of the public sphere: Modinets conference, October 21st-23rd 2003, University of Copenhagen*. København, Modinet, Center for Media and Democracy in the Network Society, 2004, 95 p., ISBN 87-91394-07-4, (Working paper; 8), (Københavns Universitet, Modinet – Center for Medier og Demokrati). Note: Part of the Modinet project, which is a research project with the purpose of developing an innovative interdisciplinary research agenda investigating the effects of globalization and the new media culture in politics and democracy as well as the effects on the traditional media institutions and everyday life in the information and network society. Internetadresse: <http://www.modinet.dk/pages/publikationslister/publikationer.htm>

This publication brings together some of the papers from the second annual conference of the Modinet project. Between them, the papers explore several new conditions and practices of political communication, reconsidering, as well classic dilemmas of the public sphere.

Contains the following articles: John Durham Peters: *Conversation, democracy and communication technology*, Roger Silverstone: *Contrapuntal cultures: from minorities to moralities in European media*, Peter Dahlgren: *Internet, public spheres and political communication: dispersion and deliberation*, Henrik Bødker: *Pirateri – en social bevægelse i netværkssamfundet?*, Henrik Søndergaard: *Media convergence and the future of broadcast media: public service in a digital media system*, Lars Torpe: *The Internet and local communities*.

MEDIA • DEMOCRACY • MEDIA CONVERGENCE

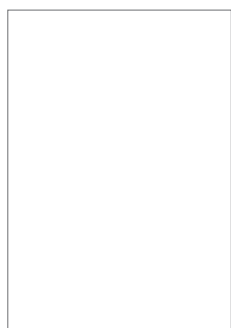
• POLITICAL COMMUNICATION • PUBLIC SPHERE
• GLOBALIZATION

Finland

Dokumentalist: Eija Poteri

The Criminal Trial as a Speech Communication Situation

Tuula-Riitta Välikoski, Tampere, University of Tampere, 2004, 238 p., ISBN 951-44-5973-3, (Acta Universitatis Tamperensis; 1011), ISSN 1455-1616, (University of Tampere, Department of Speech Communication and Voice Research). Note: Doctoral dissertation.



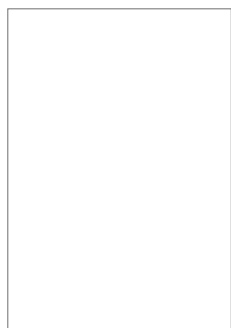
The author has studied speech communication in the Finnish courtroom context. In recent years, many rapid changes in the courtroom proceedings have taken place and the role of oral communication in trials has been completely redefined. The author has investigated the interaction between different parties in this special context. The frame of the work is prosecutor's. Communication in courtroom has also looked at from the point of the view of interpersonal communication theories and argumentation research. The research is based on qualitative materials and the method is so called triangulation, that means: several research approaches and materials have been used. The first material is based on courtroom observations during 1997-2001. The second material has been collected

by questionnaires from prosecutors in 2000.

Available also on the Internet: Acta Electronica Universitatis Tamperensis, 346, ISBN 951-44-5974-1, ISSN 1456-954X, <http://acta.uta.fi>.

Etusivun politiikkaa: yhteiskunnallisten toimijoiden representointi suomalaisissa sanomalehtiutisissa 1987-2003 [Front page politics: representation of societal actors in Finnish newspapers' news articles in 1987-2003]

Jukka Holmberg, Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2004, 261 p., ISBN 951-39-1983-8, (Jyväskylä studies in humanities; 30), ISSN 1459-4331, (University of Jyväskylä, Department of Communication). Note: English summary pp. 249-250. Doctoral dissertation.



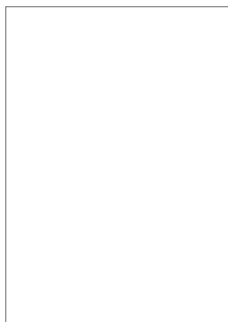
The research deals with the development of subjectivity and partiality in Finnish political journalism, as the party press system has evolved into a more market-based one. The primary data consist of political news articles published on the front page of Aamulehti, Helsingin Sanomat and Keski-Suomalainen in the years 1987, 1995, 2001 and 2003. The news articles of these currently independent newspapers are also compared with three party papers: Demari, Kansan Uutiset and Suomenmaa. An actor treatment index derived from the model developed by Kent Asp is used to measure how the papers treated central societal actors in different years and on different political occasions. Special emphasis is placed on the partisanship found in headlines and illustration. Teun A. van Dijk's ideas

regarding discursive structures are utilised in the case studies of six significant news events.

Available also on the Internet: ISBN 951-39-2038-0 <http://selene.lib.jyu.fi:8080/vaitos/studies/studhum/9513920380.pdf>.

Four Essays Studying the Effects of Customization and Market Environment on the Business Success of Online Newspapers in Finland

Teemu Santonen, Helsinki, Helsinki School of Economics, 2004, 79 p. + app. 81 p., ISBN 951-791-878-X, (Acta universitatis oeconomicae Helsingiensis, A; 242), ISSN 1237-556X, (Helsinki School of Economics). Note: Doctoral dissertation.



The book deals with the factors affecting the business success of online newspapers, moreover, the effects of the market environment on business success. The author is especially interested in analyzing whether, as suggested, the better business success is achieved by applying the customization strategy rather than by producing standardized services. Besides customization, there is analyzed other factors directly or indirectly benefiting the success of online newspapers. The analysis is based on survey data from 42 online newspapers and case data from three online newspapers in Finland.

Julkisuus ja nomenklatuura: tutkielma keskustelun vaikeutumisesta ja väkivallan uhkasta [Publicity and nomenclature: a study of the blockages of the public discussion and the threat of violence]

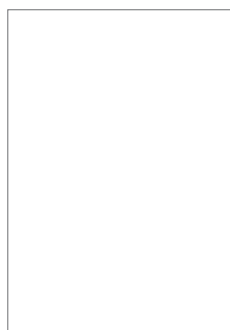
Pertti Julkunen, Tampere, Tampereen yliopisto, 2005, 1404 p. (in two volumes), ISBN 951-44-6172-X, (Acta Universitatis Tamperensis; 1057), ISSN 1455-1616, (University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication). Note: Doctoral dissertation.

The research question of the dissertation is how the philosophical and sociological examination of publicity can help to understand the forms and motives of violence in the modern world, and the other obstacles of public discussion. The starting point of the dissertation is Heidegger's fundamental ontology. The ordinary people's role in publicity is examined through existentials of ambiguity, curiosity, idle talk and nomenclature. Except of Heidegger, the important philosophers to the author are also Sören Kierkegaard and George Herbert Mead. His inspiration comes, as well, from Dostoyevsky's novel Crime and Punishment.

Available also on the Internet. Acta Electronica Universitatis Tamperensis; 406. ISBN 951-44-6173-8 <http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6173-8.pdf>.

“Keitä me olemme? Mitä me haluamme?”: eläinoikeusliike määrittelykampailun, marginalisoinnin ja moraalisen paniikin kohteena suomalaisessa sanomalehdistössä [“Who we are? What do we want?”: the animal rights movement as an object of discursive struggle, marginalization and moral panic in Finnish newspapers]

Pirita Juppi, Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2004, 315 p., ISBN 951-39-1973-0 , (Jyväskylä studies in humanities; 29), ISSN 1459-4331, (University of Jyväskylä, Department of Communication). Note: English summary pp. 282-287. Doctoral dissertation.

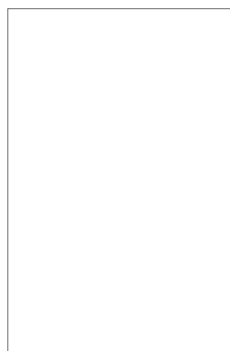


This study explores the media coverage of the Finnish animal right movement. The focus is on the contesting representations constructed in various discourses by various participants of newspaper texts. The data consist of about 1200 news items collected from nine Finnish national and regional newspapers, 1995-2000. The study draws on different disciplines, such as media studies, sociology and political science. The methodological approach combines quantitative and qualitative methods within the framework of critical discourse analysis. The Finnish animal right movement first gained the attention of the media in 1995, when radical animal right activists made their first raids on two fur farms. In the end of the 1990's there was a continuing struggle over the definition and representation of the movement and its activists in the press. The mediated public debate on animal rights movement can thus be seen as an arena of competing participants and discourses. The press played a dual role as a forum for the participants and as an active agent of discursive power.

Available also on the Internet: ISBN 951-39-2034-8, <http://selene.lib.jyu.fi:8080/vaitos/studies/studhum/9513920348.pdf>.

Mediakielitaidon jäljillä: lapset ja nuoret valikoivina mediankäyttäjinä [In search for media language skills: children and young people as selective media users]

Annikka Suoninen, Jyväskylä, University of Jyväskylä, 2004, 278 p., ISBN 951-39-1849-1, (Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja; 81), ISSN 1457-6899, (University of Jyväskylä, Department of Art and Culture Research). Note: English summary pp. 248-251.

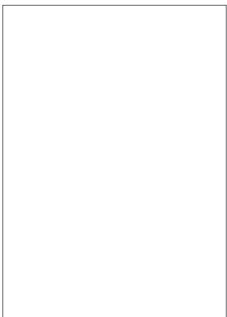


This book is a part of Annikka Suoninen's doctoral dissertation, based on her sixteen years' experience in and research on media uses among children and young people. Her dissertation consists of six articles (published in the years 1993-2003) and this book. The empirical articles cover different aspects of media use among children and young people ranging from 3-year-old television viewers to 21-year-old Babylon 5 fans. This study, based on cultural studies and media sociology, introduces the concept 'media language skills' which differs from 'media literacy' commonly used among psychology and educational sciences. When speaking of media language skills special attention is paid to (young) people's ability to select, use and interpret different media and media contents as a part of their own lives. Media language skills are mainly acquired and developed

in everyday situations when children and young people use different media but adopting these skills can also be supported by media education.

Minority Languages, Media and Journalism. European Journalism Conference 8-11th May 2003

Tom Moring, Unni Malmgren, (eds.), Helsingfors, Forskningsinstitutet, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2004, 124 p., ISBN 952-10-0364-2, (SSKH meddelanden; 67), ISSN 1235-3892, (Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet; European Journalism Conference, 2003, Helsinki).



The daily media in minority languages have several functions, beside the main function as to serve people in their mother tongue. When celebrating the anniversary of the Swedish School of Social Sciences, the Journalism Education Programme arranged a series of conferences all entitled under the name “The European Journalism Conference: Minority Languages, Media and Journalism”. This book is a report from these conferences and from different workshops there. Reports are written by the following journalists and researchers: Jaana Wallenius, Maria Wirén, Kira Schroeder, Inka Salovaara-Moring, Geo Stenius and Sebastian Dahlström.

Also available on the Internet: <http://sockom.helsinki.fi/info/meddelande67.pdf>.

Punainen uhka: Neuvostoliiton kuva johtavassa suomalaisessa sanomalehdistössä maaliskuusta 1938 talvisodan päättymiseen maaliskuussa 1940 [The red threat: the image of the Soviet Union in leading Finnish newspapers from March 1938 until the end of the Winter War in March 1940]

Sinikka Wunsch, Rovaniemi, Pohjois-Suomen Historiallinen Yhdistys, 2004, 362 p. + app. 20 p., ISBN 952-9888-22-8, (Studia Historica Septentrionalia; 43), ISSN 0356-8199, (University of Oulu, Department of History). Note: English summary, pp. 356-362. Doctoral dissertation.

This dissertation investigates how the leading Finnish newspapers represented the Soviet Union between March 1938 and March 1940. The newspapers include, first, the two Finnish papers with the widest circulation and, second the papers of the main political parties. In order to see whether there are any specifically Finnish features in the image that these papers created and sustained of the Soviet Union they are compared with two foreign papers. Dagens Nyheter (Sweden) and the New York Times (the United States) were quality papers with fine international reputation. Both were published in countries which were neutral at the time and therefore not subject to wartime censorship. The central concepts in the study are “image” and “opinion”. In historical image research “image” refers to a comprehensive conception which is based on a person’s own set of values and comprises the subject as a whole. A human being uses images to structure his or her world and reality, while an opinion pertains to an individual event to which the person can take a stand regardless of his or her values and world views.

***Ruumiillisuus ja mainonta: diagnoosi tv-mainonnan
ruumiillisuusrepresentaatioista [The body and advertising: the
representations of embodiment in television advertisements]***

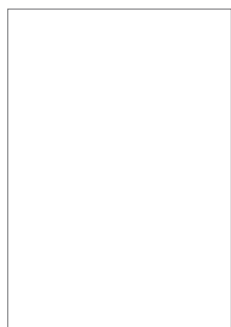
Harri Sarpavaara, Tampere, Tampere University Press, 2004, 210 p., ISBN 951-44-5938-5, (University of Tampere, Department of Sociology and Social Psychology). Note: Doctoral dissertation. English summary, pp. 209-210.

The dissertation concerns the signification of human embodiment in television advertising. The purpose of this study is to look at how cultural representations of embodiment are constructed in advertisements and what kind these representations are. The analysis focuses on specific themes: the pleasure, discipline, power, care, maintenance of the body and comic body. Particular attention is paid to representations of the gendered body. The theoretical and methodological basis of the research is semiotic orientated social constructionism. The research material consists of 167 Finnish television (MTV3) advertisements. The data are analysed using both qualitative and quantitative research methods.

Available also on the Internet: Acta Electronica Universitatis Tamperensis, 338, ISBN 951-44-5953-9, ISSN 1456-954X, <http://acta.uta.fi>.

Saleable Compromises. Quality Cultures in Finnish and US Commercial Radio

Marko Ala-Fossi, Tampere, Tampere University Press, 2005, 438 p., ISBN 951-44-6214-9, (Media studies), (University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication). Note: Doctoral dissertation.



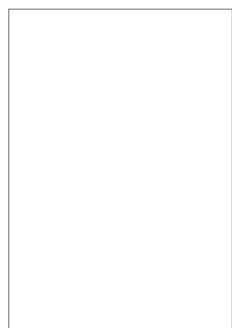
The focus of this study is on the comparative analysis of the quality cultures in contemporary Finnish and US commercial radio, and its major theoretical objective is to understand and define the quality culture in commercial radio. The study examines how the conceptions of quality in Finnish and US commercial radio are historically constituted, what are the major differences and similarities in conceptions of quality in contemporary Finnish and US commercial radio, and what is quality and quality culture in commercial radio broadcasting and how it is composed. The cultural history of the quality conceptions in commercial radio in both countries is examined using qualitative methods from the perspective of political economy and media economics as an historical process of value

transformation. The contemporary quality cultures are studied using an integrated theoretical approach, drawing on multiple theories from communications studies, media economics, political economy, quality management and cultural studies. Qualitative analysis of 24 research interviews of people working for commercial radio in Finland or in the US is done, also.

Available also on the Internet. Acta Electronica Universitatis Tamperensis; 414. ISBN 951-44-6213-0 <http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6213-0.pdf>.

Sexualizing of Economic Discourse in a Finnish Daily Newspaper of the 1990s

Tuija Parikka, Helsinki, Finnish Society for Sciences and Letters, 2004, 185 p., ISBN 951-653-331-0, (Commentationes scientiarum socialicum; 63), ISSN 0355-256X, (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Doctoral dissertation.

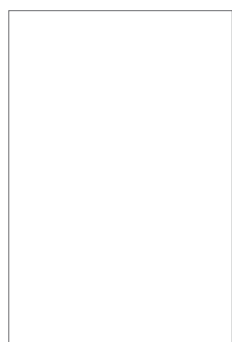


The research deals with the process of sexualizing of economic discourse in a Finnish daily newspaper, Helsingin Sanomat, in the context of the economic crisis of the 1990s in Finland. How were women represented as different from men to discuss the economy? What was the mainstream media's role in constituting women's and men's possibilities of becoming recognized as economic subjects at the time? The topical questions include how gender is associated with the subject of economic discourse and how these positions enabled women to express economic aims during the crisis. This is reflected against Luce Irigaray's claim concerning the non-recognition of sexual difference as a difference in Western discourses, and the lack of a woman's possibility to speak as "herself" within such discourses.

The study is divided into three parts: the first consists of a quantitative overview of the crisis coverage of Helsingin Sanomat, 1988-1997, the second consists of a qualitative text analysis of women's economic and equality struggles in crisis, 1990-1995, and the third part consists of post-crisis memory work of citizens, 1999.

Text, bild, samhälle

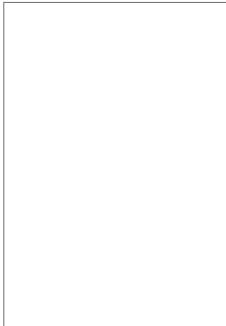
Kristina Nikula, Kaisa Alanen & Harry Lönnroth (red.): Tammerfors, Tammerfors universitet, 2004, 242 p., ISBN 951-44-5863-X, (Nordistica Tamperensia, A; 4), ISSN 1238-4720, (University of Tampere, School of Modern Languages and Translation Studies).



Bildens betydelse vid sidan av text och den påverkan bild och text i förenig utövar har på senare tid stadigt vuxit. Den 15-16 augusti 2002 samlades språk-, medie- och konstforskare från Sverige, Norge, Finland och Danmark till en konferens i Tammerfors. Plenarföredragen och merparten av de föredrag som hölls under två dagarna publiceras i denna skrift. Innehåll: Kristina Nikula: Text, bild, samhälle – en projektkiss; Göran Soneson: Bildflödet i den levda världen – aspekter på en samhällelig bildretorik; Mikko Lehtonen: Multimodal interplays – the verbal, visual and auditive in culture; Fátima da Silva: När kulturen bestämmer – kommunikation och informationsflödet i brasilianska och svenska bilderböcker; Jan Ekecrantz: Globalisering, visualisering och kulturell översättning; Christian Hecht: Fallstudier kring ordinlärning med bild, text och samtal; Elina Heikkilä: Mellan text och bild – bildtexterna i två finska tidningar; Martin Hultman: Mediernas bilder och texter av händelserna under EU-toppmötet i Göteborg; Carl-Eric Johansson: Språket som bildskapare i fiktionslitteratur – ett exempel; Lisa Killander-Braun: På resa till den Andre; Sidsel Lied: Elevers bruk av fortellinger fra ulike religioner og livssyn; Tiina Mäntymäki: The male detective's body and social critique; Henrik Nikula: Texten som bild – bilden som text – bland annat om att översätta dikt; Karsten Pedersen: When authorities communicate – democracy and local and regional authorities; Irma Sorvali: Livsmedelsförpackningar i ord och bild.

Valbevakning i förändring. 1990-talets riksdagsval i finsk television.

Axel Rappe, Åbo, Åbo Akademis förlag, 2004, 265 p., ISBN 951-765-216-X, (Åbo Akademi, Statskunskap). Note: Doctoral dissertation. English summary.



Inför val ges medborgarna flera möjligheter att via media följa med valrörelsen. Det kan vara fråga om nyheter eller televisionens valdebatter. I bästa fall ska programmen ge medborgarna information och underlag för att de skall kunna fatta beslut om vem de skall rösta på. – Avsikten med denna avhandling är att försöka belysa televisionens bevakning av valrörelsen och att försöka fånga upp eventuella förändringstendenser. Två hypoteser testas: populariseringshypotesen gör antaganden om att medias betydelse har ökat och att media har anpassat sig till den nya media-logikens krav. Den andra hypotesen, konvergenshypotesen, utgår från att när public service-TV får konkurrens av kommersiella kanaler sker en gradvis likriktning i kanalernas sätt att bevaka politiska fenomen.

Innehållsanalysen omfattar valprogram i MTV3 och rundradion vid riksdagsvalen 1991, 1995 och 1999.

Valentin Vaala [Valentin Vaala, a film director]

Kimmo Laine, Matti Lukkarila, Juha Seitajärvi (eds.): Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2004, 329 p., ISBN 951-746-562-9, (Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia; 956), ISSN 0355-1768, (Finnish Film Archive).

This anthology describes the career and life of Finnish film director Valentin Vaala (originally Valentin Ivanoff, 1909-1976). Lauri Tykkyläinen and Kari Uusitalo give short biographies. Markku Varjola, Antti Alanen, Harri Kalha and Tytti Soila try to put Vaala's film production to the frames of his time. Sakari Toiviainen, Tommi Aitio and Ilkka Kippola analyse Vaala's film genres. Kari Savolainen, Juha Seitajärvi, Anu Juva, Mervi Herranen and Kimmo Laine give further perspectives to Vaala's films.

Annan ny litteratur

Aalto-Matturi, Sari: *Verkostako uuden ajan työväentalo?: verkkoviestinnän mahdollisuudet ammattiyhdistysliikkeessä*. [= Is the Internet the new worker's hall?: the opportunities for the trade union movement from the Internet]. Helsinki, Helsingin yliopisto, 2004, 302 p., (University of Helsinki, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis. The thesis is published in print format, slightly shortened, ISBN 951-714-232-3. 278 p. Also available on the Internet: <http://netti.sak.fi/sak/pdf/samtutk.pdf>.

TRADE UNIONS • NONGOVERNMENTAL ORGANIZATIONS • INTERNET • DEMOCRACY • COMMUNITIES • COMMUNICATION TECHNOLOGY • CITIZENS • PARTICIPATION • FINLAND

Hyytiä, Riina: *Ennen kuin kamera käy: ideasta kuvauksiin: tekijät kertovat*. [= Before cine camera is started: from an idea to filming: creators tell]. Helsinki, Taideteollinen korkeakoulu, 2004, 208 p., ISBN 951-558-157-5, (Taideteollisen korkeakoulun

julkaisusarja, A; 50), ISSN 0782-1832, (University of Art and Design Helsinki, School of Motion Picture, Television and Production Design). Note: Doctoral dissertation

CHILDRENS FILMS • FILM ADAPTATION • FILM PRODUCTION • FILM DIRECTORS • FINLAND • KAISA RASTIMO • OLLI SAARELA • KLAUS HÄRÖ • JOHANNA VUOKSENMAA

Jääsaari, Johanna: *YLE yleisön ehdoilla?: tutkimus suomalaisten television nykytilaa ja tulevaisuutta koskevista arvostuksista*. [= Audience feedback about Yleisradio: how Finnish people value the present state and the future of public service broadcasting]. Helsinki, Yleisradio, 2004, 154 p., ISBN 951-43-0854-9, (YLE, Yleisötutkimus, Tutkimuksia; 2004, 5), (Finnish Broadcasting Company).

PUBLIC SERVICE • TELEVISION • BROADCASTING • AUDIENCES • ATTITUDES • VALUES • FINLAND

Mäntylä, Jorma: *Journalistin etiikka*. [= Journalist ethics: a textbook with ethical cases]. Helsinki, Gaudeamus, 2004, 203 p., ISBN 951-662-922-9

ETHICS • JOURNALISTS • JOURNALISM
• INFORMATION SOURCES • PRIVACY
• LEGISLATION • REGULATIONS • FINLAND

Mörä, Tuomo (ed.); Salovaara-Moring, Inka (ed.); Valtonen, Sanna (ed.): *Mediatutkimuksen vaeltava teoria*. [= Wandering theories of media research: foreign classics introduced by Finnish scholars]. Helsinki, Gaudeamus, 2004, 362 p., ISBN 951-662-897-4.

MEDIA RESEARCH • COMMUNICATION THEORY
• METHODOLOGY • SEMIOLOGY • SEMANTICS
• POPULAR CULTURE • GENDER
• THEODOR ADORNO • ROLAND BARTHES
• ZYGMUNT BAUMAN • PIERRE BOURDIEU
• JUDITH BUTLER • JAMES CAREY
• GILLES DELEUZE • FELIX GUATTARI
• JOHN DEWEY • JOHN FISKE • MICHEL FOUCAULT
• JÜRGEN HABERMAS • STUART HALL
• DAVID HARVEY • HAROLD INNIS
• MARSHALL McLUHAN • PAUL RICOEUR

Ollikainen, Heikki: *Turmiolan Tommi Internetissä: sisällönanalyysi Päihdelinkin alkoholismikeskustelusta*. [= Interaction in a Finnish alcoholism discussion group on the Internet]. Tampere, Tampereen yliopisto, 2004, 133 p., (University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication).

Note: Licentiate's thesis. English summary. Also available on the Internet <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/lisuri00021.pdf>.

INTERNET • WORLD WIDE WEB • SOCIAL
INTERACTION • ALCOHOL • SOCIAL PROBLEMS •
CONTENT ANALYSIS • DISCUSSION GROUPS •
FINLAND

Pasti, Svetlana: *Rosskijskij zurnalst v kontekste peremen: media Sankt-Peterburga*. Tampere, Tampere University Press, 2004, 292 p., ISBN 951-44-5975-X, (Media Studies), (University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication). Note: Licentiate's thesis. Available in English on the Internet: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/lisuri00006.pdf>

JOURNALISM • JOURNALISTS • VALUES • RUSSIA

Paunonen, Ulla (ed.); Suominen, Jaakko (ed.): *Digirakkaus*. [= Digital love: information technology and affections]. Turku, University of Turku, 2004, 225 p. + app. 17 p., ISBN 951-29-2683-0, (Kulttuurituotannon ja maiseamtutkimuksen laitoksen julkaisuja; II), ISSN 1459-8469, (University of Turku, Department of Cultural Production and Landscape Studies).

DIGITAL MEDIA • INTERNET • EMOTIONS
• SEXUALITY • INTERPERSONAL COMMUNICATION
• VIRTUAL REALITY • INTERACTIVE MEDIA
• SOCIAL INTERACTION • SCIENCE FICTION FILMS

• CYBERSPACE • COMPUTERS • USER INTERFACES
• CHAT GROUPS

Ruusunen, Aimo: *Rajapinnalla: naapurimaan todellisuus ja kansandemokraattinen Neuvostoliitto-journalismi 1964-1973*. [= On the boundary: the reality in Finland's neighbour country and socialist Soviet journalism in Finland, 1964-1973]. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2004, 277 p., (University of Jyväskylä, Department of Communication). Note: Licentiate's thesis.

JOURNALISM • NEWSPAPERS • HISTORY
• POLITICAL COMMUNICATION • POLITICAL PRESS
• SOCIALISM • FOREIGN NEWS • NEWS FLOW
• FINLAND • USSR

Salminen, Esko: *Viestinnällä vallankumoukseen: "demokraattisen toimittajakoulutuksen" aika 1960-luvulta 1980-luvulle*. [= Revolutionary communication: "democratic" journalist education in Tampere from the 1960's to the 1980's]. Helsinki, Edita, 2004, 353 p., ISBN 951-37-4130-3

HIGHER EDUCATION • JOURNALISTS
• SCHOOLS OF JOURNALISM • IDEOLOGIES
• HISTORY • UNIVERSITIES • FINLAND

Sihvonen, Jukka: *Mediatajun paluu: pistokkeen päässä*. [= Sense of media returning: essays on media culture and media education from Ozzy Osbourne to tragedy journalism]. Helsinki, Like, 2004, 185 p., ISBN 952-471-316-0

MEDIA EDUCATION • MEDIA CULTURE
• JOURNALISM • FILMS • TELEVISION PROGRAMMES
• CHILDREN • ADULTS • REALITY TELEVISION

Vanhanen, Hannu: *10+1 puheenvuoroa kuvareportaasista*. [= Talk about photoreportages]. Helsinki, Sanomalehtien Liitto, 2004, 88 p., ISBN 952-9858-94-9, (Finnish Newspapers Association).

REPORTAGE • JOURNALISM
• PRESS PHOTOGRAPHY • PHOTOGRAPHS
• FINLAND

Viljakainen, Jarmo: *Radiomonopolista kanavatulvaan: poimintoja Suomen radio- ja televisio-toiminnan vaiheista*. [= From radio monopoly to a profusion of channels: phases of radio and television activities in Finland]. Helsinki, Edita, 2004, 207 p., ISBN 951-37-4166-4.

BROADCASTING • RADIO • TELEVISION
• PUBLIC SERVICE • COMMERCIALIZATION
• HISTORY • FINLAND

Webster, Frank (ed.); Blom, Raimo; Karvonen, Erkki; Melin, Harri; Nordenstreng, Kaarle; Puoskari, Ensio (assistant eds.): *Information society reader*. London, Routledge, 2004, 449 p., ISBN 0-415-31927-7, (Routledge student readers).

Artiklar

Ampuja, Marko: Critical media research, globalisation theory and commercialisation. *Javnost-The Public* 11(2004)3, pp. 59-76, ISSN 1318-3222.

MODERNITY • POSTMODERNISM
• GLOBALIZATION • COMMUNICATION THEORY

Autio, Antti: Takeshi Kitano ja neo-auteuristinen lähestymistapa. [= The cinema of Takeshi Kitano: a neo-auteurist approach]. *Lähikuva* (2004)1, pp. 49-64, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

FILMS • FILM DIRECTORS • FILM PRODUCTION
• FILM THEORY • JAPAN • TAKESHI KITANO

Christians, Clifford; Nordenstreng, Kaarle: Social responsibility worldwide. *Journal of mass media ethics* 19(2004)1, pp. 3-28, ISSN 0890-0523.

ETHICS • RESPONSIBILITY • VALUES • CITIZENS
• JOURNALISM

Hakola, Outi: Performatiivinen katsoja. [= The performative viewer]. *Lähikuva* (2004)1, pp. 24-33, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

TELEVISION VIEWING • TELEVISION COMEDY
• MEDIA USE • AUDIENCES • FRIENDS

Harakkamäki, Sanna: Toisin toistamisen mahdollisuudet: ruumiillisuuden representaatiot syömishäiriöitä käsittelevillä Internet-sivustoilla. [= The possibilities of repeating differently: representations of corporality on the Pro Eating Disorders websites]. *Lähikuva* (2004)4, pp. 21-37, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

HEALTH INFORMATION • INTERNET
• WORLD WIDE WEB • WOMEN • PUBLICITY
• IDENTITY • FEMINISM

Haukio, Jenni; Suojanen, Maria: Vaalikone poliittisena mediana. [= The database of election candidates as a political medium]. *Politiikka* 46(2004)2, pp. 128-136, ISSN 0032-3365.

POLITICAL COMMUNICATION • INTERNET
• ELECTION CAMPAIGNS • CITIZENS
• INFORMATION SOURCES

Hautakangas, Mikko: Todellisuustelevisioiden ydin: vertaismelodraama?: tarkastelussa Unelmien poikamies. [= The core of reality television: peer melodrama?: an analysis of The Bachelor]. *Lähikuva* (2004)1, pp. 6-23, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

REALITY TELEVISION • TELEVISION SERIALS
• RECEPTION • CONCEPT ANALYSIS • PUBLICITY
• PRODUCTION • TELEVISION GENRES
• THE BACHELOR

Hujanen, Jaana: Tiedonvälitystehtävän murroksilla: journalismineuvotteluja Risc-toimituksissa. [= Risc Monitor and the (e)merging idea(l)s of news jour-

nalism]. *Tiedotustutkimus* 27(2004)4-5, pp. 38-55, ISSN 0357-8070.

Note: English summary.

JOURNALISM • NEWSPAPERS • NEWS CRITERIA
• CITIZENS • DISCOURSE • VALUES
• ATTITUDE RESEARCH • RISC MONITOR • FINLAND

Husu, Liisa; Tainio, Liisa: Tiedenaiset suomalaisten sanoma- ja aikakauslehtien haastatteluissa. [= Women researchers in Finnish newspaper and magazine interviews]. *Tiedotustutkimus* 27(2004)4-5, pp. 56-76, ISSN 0357-8070. Note: English summary.

JOURNALISM • LANGUAGE • WOMEN • MAGAZINES
• NEWSPAPERS • RESEARCH • UNIVERSITIES
• DISCOURSE • GENDER • FINLAND

Kangas, Sonja; Hämäläinen, Perttu: Hyötypelien lajityyppimäärittely ja käyttöliittymärealismi. [= The utility games genre and user interface realism]. *Lähikuva* (2004)2-3, 71-82, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

USER INTERFACES • COMPUTER GAMES
• EDUCATION • LEARNING

Kivivuori, Janne: Rikosuutisoinnin seuraamisen yhteys nuorten rikoskäyttäytymiseen. [= Exposure to crime news and involvement in juvenile delinquency]. *Tiedotustutkimus* 27(2004)4-5, pp. 77-92, ISSN 0357-8070.

Note: English summary. The article is enclosed with a commentary written by Jukka Sihvonen, pp. 93-96.

JOURNALISM • CRIMES • YOUTH • MEDIA USE •
TELEVISION PROGRAMMES • NEWSPAPERS •
VIOLENCE • FINLAND

Laukkanen, Marjo: Sukupuolitettu ruumiin kuvia ja kuvitelmiä. [= Gendered body images on the Internet pages of girls' magazine Demi]. *Lähikuva* (2004)4, pp. 6-20, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

INTERNET • WORLD WIDE WEB • WOMEN
• PHOTOGRAPHS • SEXUALITY • GENDER • YOUTH
• MAGAZINES • DEMI • FINLAND

Luostarinen, Heikki; Suikkanen, Risto: Illusions of friendship?: the Soviet Union and Russia in the Finnish press. *Conflict & communication online* 3 (2004)1 & 2, 6 p., ISSN 1618-0747. Available only on the Internet: <http://www.cco.regener-online.de/>.

IMAGE • PRESS • FOREIGN NEWS • FINLAND
• USSR • RUSSIA

Moring, Anna: Queer-tilaa virtuaalitodellisuudessa: Nearly Roadkill ja The Powerbook. [= Queer space in virtual reality: the reading of the novels "Nearly Roadkill" and "The PowerBook"]. *Lähikuva* (2004) 4, pp. 38-53, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

VIRTUAL REALITY • INTERNET • LITERATURE
• SEXUALITY • IMAGE • FICTION

Mäkelä, Anna: "Miehen nöyryytys – vai naisen?": Miestä ei voi raiskata -elokuvan vastaanotto lehdissä. [= "Male humiliation – or female": the press reception of Jörn Donner's film *Manrape*]. *Lähikuva* (2004)1, pp. 34-48, ISSN 0782-3053.

Note: English summary.

FILMS • RECEPTION • VIOLENCE • SEXUALITY
• CRIMES • COVERAGE

Nakamura, Rika; Wirman, Hanna: Michel de Certeau'n strategia ja taktiikka tietokonepelitutkimuksen välineenä. [= Michel de Certeau's strategy and tactics as tools for computer game studies]. *Lähikuva* (2004)2-3, 60-70, ISSN 0782-3053.

Note: English summary.

COMPUTER GAMES • SEX ROLES • CULTURAL STUDIES

Parikka, Jussi: Interaktiivisuuden kolme kritiikkiä. [= Three critiques of interactivity]. *Lähikuva* (2004)2-3, 83-97, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

INTERACTIVE MEDIA • CULTURAL THEORY • PHILOSOPHY

Pasti, Svetlana: Two generations of contemporary Russian journalists. *European journal of communication* 20(2005)1, pp. 89-115, ISSN 0267-3231.

JOURNALISM • JOURNALISTS • NEWS CRITERIA
• VALUES • RUSSIA

Ruoho, Iiris: Televisioarvostelun kaksoisstandardi. [= The double standard in TV criticism]. *Kulttuurintutkimus* 21(2004)1, pp. 17-32, ISSN 0781-5751.

TELEVISION SERIALS • CRITICISM
• POPULAR CULTURE • SOAP OPERAS
• PEYTON PLACE • DALLAS • FINLAND

Sihvonen, Tanja: Olipa kerran...peli?: digitaaliset pelit, kerronta- ja pelitilanteen aika-tila-jatkumo. [= Once upon a...game?: digital games, narration, and the time-space-continuum of gaming]. *Lähikuva* (2004)2-3, 46-59, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

NARRATOLOGY • AUDIOVISUAL MEDIA
• COMPUTER GAMES

Sivula, Anna; Suominen, Jaakko: Elektroninen pelaaminen historiakulttuurina. [= Playing electronic games and the culture of history]. *Lähikuva* (2004)2-3, 32-45, ISSN 0782-3053. Note: English summary.

COMPUTER GAMES • TIME • HISTORY
• TECHNOLOGY

Strandberg, Kim: Massornas politiska torgmöten eller de motiverades klubbar?: en studie av medborgardiskussioner på Internet. *Politiikka* 46(2004)1, pp. 17-29, ISSN 0032-3365. Note: English summary.

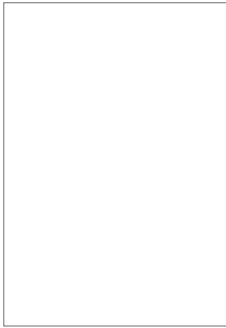
POLITICAL COMMUNICATION • INTERNET • CITIZENS • PARTICIPATION • FINLAND

Norge

Dokumentalist: Pernille Riise Lothe

Mediehistorie. Historisk metode i mediefaget

Hans Fredrik Dahl, Oslo, Damm, 2004, 140 p., ISBN 82-04-09789-1.



For å forstå samtiden må man studere historien – og å forske på historie krever gode metoder for innhenting av informasjon. Kunnskap om fortiden er ofte mangelfull og i mange tilfeller ikke sammenlignbar med materiale fra vår egen tid. Slike faktorer fører til at historisk forskning krever andre tilnæringsmåter enn om en studerer dagens forhold. Forfatteren viser nyttige teknikker for hvordan man kan forske på medienes fortid, enten man vil fordype seg i budskaps-, publikums-, resepsjons-, institusjons- eller profesjonshistorie. Hvordan finner man fram i medienes arkiver og hvordan kan man håndtere ulike typer kilder? Hva bør man tenke på i en intervju-situasjon? Metoder i pressehistorisk forskning og problemstillinger knyttet til det å forske på fjernsynsmediet blir behandlet i egne kapitler.

Note: For mer informasjon, se <http://www.damm.no/>

Hva er en avis? Avisbegrepet fra Hellerudkomiteen til Se og Hør

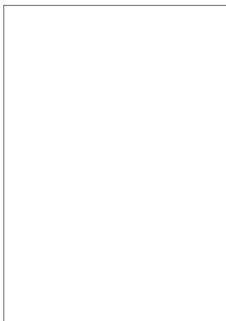
Sigurd Høst, Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 2004, 100 p., (IJ-rapport; 3).

Høsten 2003 startet Se og Hør med utgivelser i uken, og erklærte at de definerte seg som en avis. Som en følge av dette mente de at de skulle være fritatt moms. Dette førte ikke overraskende til en opphetet mediedebatt om hva som definerer en avis – og hva som kan defineres som godt nyhetsstoff. I en utredning for Oslo fylkesskattekontor har forfatteren tatt for seg hvordan man tidligere har definert avisbegrepet, og samtidig laget et forslag til en ny definisjon. Han har sett nærmere på hvordan momsfritaket har fungert i praksis, og sammenlignet publikasjoner som er i grenselandet for dette begrepet. Rapporten er en oppdatert og utvidet utgave av utredningen.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij.no/>

Kjønn og journalistikk i mediene

Erika Jahr (ed.), Kristiansand, IJ-forlaget, 2004, 184 p., ISBN 82-7147-265-8.



Hvem har makt i mediene? Og hvem er ofre? Er det fremdeles slik at kvinner er underrepresenterte i mediene? Og er det kvalitativ forskjell på mediestoff fra menn og kvinner? Artikkelforfatterne tar opp tråden fra gamle og nye debatter rundt medier og kjønn – og kommer med ferske innspill fra mange aktuelle felt.

Inneholder følgende kapitler: *Innledning* (Erika Jahr), *På jakt etter Budstikkas kvinneprofil* (Sonia Jensen), *Fra ofre til heltinner?: innvandrerkvinner i norske medier* (Tine Ustad Figenschou), *“De strømmer til Oslo for å selge kroppen sin”: kjønn og makt i mediedekningen av prostitusjon og trafficking* (Trine Lunggard), *“Et sexy eksemplar av arten”:*

analyse av fire konsertanmeldelser (Ann-Kristin Narjord Bloch Helmers), *Et terningkastet kjønn* – og filmanmeldelsene rosa og lyseblå? (Elsebeth Frey), *Grensesprengende Scrue*: burlesk kvinnehumor som motvekt til offentlighetens forfall (Anne Fogt), *Fredrik Skavlans lille lerkfugl* (Liv Skotheim), *Fra hore til madonna?: kongelig merkevarebygging* (Thomas Nordvik Strandberg), *En ny modell for ledelse?* (Erika Jahr), *Kvinnesak eller kvinnesaker?: en analyse av Vi og våre-sidene i Stavanger Aftenblad i 1951 og 1959* (Else-Beth Roalsø) og *Feature fra studium til redaksjon* (Solfrid Vartdal).

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Fingre som klør. Journalister i skriveprosessen

Tine Kolstad, Kristiansand, IJ-forlaget, 2004, 135 p., ISBN 82-7147-275-5.



”Noen ganger blir jeg gledelig overrasket. Jaså, skriver jeg såpass?” sier en av journalistene som er intervjuet i denne boken. Forfatteren har intervjuet ni journalister om det å skrive. De forteller om skrivetrøbbel og skriveglede, om kreativ språkbruk, respons og selvtilit. Det å utøve det journalistiske håndverket er en prosess – og boken bidrar til å utdype hva som skjer i denne prosessen. Hver av journalistene har i tillegg levert en tekst som er trykket i boken og i noen av tilfellene følger det med kommentarer til hvordan de har arbeidet med teksten.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Album. Fotografiske motiver

Peter Larsen, Oslo, Spartacus, 2004, 345 p., ISBN 82-430-0-305-3.



”Jeg har valgt bare å klistre gammeldagse fotografier inn i mitt *Album*” skriver Peter Larsen i innledningen til denne boken. Med det tar han en slags avskjed med en periode, ”med forestillingene om at Fotografiet finnes, at man kan beskrive dets vesen, dets essens”. Han ser nærmere på fotografiets historie – og tar for seg et utvalg bilder som har vært viktige for ham selv og for andre. Han analyserer bildene og forteller om fotografene. Samtidig reflekterer han rundt fotografiets framtid i digitaliseringens tidsalder.

Note: For mer informasjon, se <http://www.spartacus.no/>

Filmmusikk. Historie, analyse, teori

Peter Larsen, Oslo, Universitetsforlaget, 2005, 257 p., ISBN 82-15-00669-8.

I denne boken spør Larsen seg hva filmmusikk egentlig er, hva den brukes til og hvordan den fungerer i filmfortellingens sammenheng. Han går tilbake til den levende musikken på stumfilmens tid og beveger seg framover til vår egen tid. Det er den gjennomsnittlige vestlige filmens musikk som opptar ham, og boken handler dermed i stor grad om amerikansk film. Kjente filmer som *The Big Sleep*, *North by Northwest*, *The Graduate* og *Star Wars* blir analysert. Forfatteren spør seg også om filmmusikken er en nødvendighet eller en mulighet i det han tar for seg filmmusikkens psykologi.

Note: For mer informasjon, se <http://www.universitetsforlaget.no/>

Håndbok i landbruksjournalistikk

Gunnar Syverud, Kristiansand, IJ-forlaget, 2004, 159 p., ISBN 82-7147-270-4.

Lurer du på hva Pesticid er? Eller trenger du bakgrunnsstoff til en artikkel om økologisk mat? Og hva er egentlig formålet med landbrukspolitikken? Forfatteren har skrevet et lettfattelig oppslagsverk for journalister og andre som trenger informasjon om landbruksjournalistikk. Her får du politisk bakgrunnsstoff og nyttige ordforklaringer, innføring i lovverk, forvaltning, utdanning og forskning. I tillegg til å gi en god oversikt over organisasjoner, er boken også utstyrt med kontaktinformasjon og oppdaterte nettsider til sentrale aktører.

Note: For mer informasjon, se <http://www.ij-forlaget.no/>

Annan ny litteratur

Brinch, Sara: *Historietimer for mediesamfunnet: en studie av dokumentarfilmens historieformidlende egenskaper*. Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 2004, 315 p., ISBN 82-471-6265-2, (Doktoravhandling ved NTNU; 30), ISSN 1503-8181, (Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Institutt for kunst- og medievitenskap). Note: Dissertation: Dr.art.

The thesis deals with archive film based history documentaries. The author explores how the documentary dissemination of history in television appears within a media society with increasing digital orientation. The television institutions increasingly use the Internet and the www as profiling arenas for their programme supply, and for interaction between audience and programmes. She examines the two TV serials *People's century* (BBC/WGBH) and *Hverdagsliv* (NRK) as examples of television based dissemination of history.

HISTORY • DOCUMENTARY FILMS • TELEVISION
• INTERNET • WORLD WIDE WEB • AUDIENCES
• TELEVISION PROGRAMMES

Brurås, Svein: "*Uthengt*": subjektive opplevelser av negativ presseomtale. Volda, Høgskulen i Volda/Møreforskning Volda, 2004, 66 p., ISBN 82-7661-216-4, (Arbeidsrapport; 166), ISSN 0805-6609, (Høgskulen i Volda/Møreforskning Volda).

Hvordan oppleves det å bli omtalt i media i negativ sammenheng? Hvordan føles det for et enkeltmenneske å plutselig befinne seg i sentrum for pressens kritiske søkelys? Hvilke konsekvenser får dette for livet til den som eksponeres, og for de pårørende? Pressen skal publisere alle relevante opplysninger i en sak. Samtidig skal den ta personvern-hensyn. Avveiningen mellom de to kravene er et presseetisk dilemma. I noen tilfeller er skadevirkningene av en omtale så store at pressen holder tilbake informa-

sjoner, for eksempel navn og bilde av den omtalte. Vi vet lite om hvilke skadevirkninger som kan oppstå som følge av negativ presse-eksponering. Vi vet også lite om styrken og tyngden av disse skadevirkningene, og om hva som forårsaker dem. I denne rapporten forteller ni personer om sin subjektive opplevelse av å ha blitt utsatt for negativ og belastende presseomtale. Målet er at deres historier skal bidra til et bedre grunnlag for presse-etiske avgjørelser i den vanskelige avveiningen mellom publisering og personvern.

PUBLICITY • PRESS • ETHICS • PRIVACY

Calvert, Ghristine: *Skriv for nettet – kort og godt*. Oslo, Universitetsforlaget, 2004, 135 p., ISBN 82-15-00593-4

WRITING • INTERNET • COMMUNICATION
• ELECTRONIC PUBLISHING

Furu, Nina: *Redigering for web*. 2.rev.ed. Kristiansand, IJ-forlaget, 2004, 140 p., ISBN 82-7147-267-4
WORLD WIDE WEB • INTERNET • WRITING
• COMMUNICATION • INFORMATION

Gentikow, Barbara: *Hvordan utforsker man medieerfaringer?: kvalitativ metode*. rev.ed. Kristiansand, IJ-forlaget, 2005, 203 p., ISBN 82-7147-274-7
Note: Revidert utgave av publikasjon nr. 53 utgitt av Institutt for medievitenskap ved Universitetet i Bergen, høsten 2002.

MEDIA RESEARCH • METHODOLOGY • MEDIA USE
• TEXT ANALYSIS

Gjelsvik, Anne: *Fiksjonsvoldens etiske betydninger: en studie av vurderinger av vold i amerikansk fiksjonsfilm*. Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 2004, 338 p., ISBN 82471-6546-5, (Doktoravhandling ved NTNU; 158), ISSN 1503-8181, (Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Institutt for kunst- og medievitenskap). Note: Dissertation: Dr.art.

The thesis discusses the relevance and possibility of an ethical critique of fiction, based on the presentation of violence in fiction film. The debate is based on an examination of twelve American motion pictures from the 1990's with distinct descriptions of violence (Natural Born Killers, Pulp Fiction, Matrix, etc.), and the reception of these by Norwegian film reviewers. The author shows that an ethical critique is present in Norwegian film reviews, and that it is marked by the aversion created by the film violence.

FILMS • CRITICAL REVIEWS • VIOLENCE • FICTION

Høst, Sigurd: *Avisåret 2003: farvel til fullformatet?: revidert utgave*. 2.rev.ed. Fredrikstad, Institutt for journalistikk, 2004, 31 p., (IJ-rapport; 2)

NEWSPAPERS • MEDIA ECONOMY
• CIRCULATION FIGURES • MEDIA INDUSTRY

Johansen, Anders: *Samtalens tynne tråd: skriveerfaringer*. (Oslo), Spartacus, 2003, 300 p., ISBN 82-430-0249-9

WRITING • SOCIETY • HISTORY • POLITICS

Liestøl, Gunnar; Rasmussen, Terje: *Digitale medier: en innføring*. Oslo, Universitetsforlaget, 2003, 214 p., ISBN 82-15-00359-1

DIGITAL MEDIA • DIGITALIZATION • INFORMATION
• INTERNET • NEWS • ENTERTAINMENT • POLITICS
• ART

Sogstad, Knut: *Layout: journalistisk presentasjon*. 2.rev.ed. Kristiansand, IJ-forlaget, 2004, 255 p., ISBN 82-7147-252-6

PRESS • NEWSPAPERS • LAYOUT • ILLUSTRATION
• PHOTOGRAPHS

Artiklar

Andersson, Kjetil; Bratsberg, Haakon Flage; Foros, Øystein; Hansen, Bjørn; Wasenden, Ole Christian: Hva gjør teleselskapene i innholdsmarkedene? *Norsk medietidsskrift* 11(2004)2, pp. 122-145, ISSN 0804-8452

We discuss cases in which a telecom operator will benefit from vertical integration with content providers, and whether an integrated company has the incentive to discriminate against other telecom operators or content providers. Development towards layered networks and open interfaces will generally weaken incentives to vertical integration. Furthermore, Telenor seems not to have the incentive to discriminate against other content providers to gain an advantage for its own content producers, nor does it have incentives to gain an advantage for its own distributor by discriminating towards other distributors.

TELECOMMUNICATION INDUSTRY • CONTENT
• OWNERSHIP • MEDIA CONVERGENCE
• DISTRIBUTION

Dahlén, Peter: En presidentmakare från Voss: filmen om Knute Rockne och dess betydelse för Ronald Reagans politiska karriär. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 48-71, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

FILMS • SPORT • JOURNALISM • POLITICS

Erstad, Ola: Mediekompetanse i det sosiokulturelle felt. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)3, pp. 215-236, Mediepedagogikk, pp. 206-277, ISSN 0804-8452

The frame of reference is the ongoing curriculum changes in Norway, where digital literacy has been defined as equally important as reading, writing and numeration. To understand the implications of media literacy on learning, a socio-cultural analytical perspective is introduced. In the second part of the article, the concept of digital competence is discussed and elaborated on. Also discussed are the implications for media education, i.e. in relation to how children and youth use different media as well as how teaching about media in schools should take place.

MEDIA LITERACY • LEARNING
• MEDIA EDUCATION
• COMMUNICATION COMPETENCES
• DIGITAL MEDIA

Gentikow, Barbara: Portrettintervju: Elihu Katz om medienes omstridte påvirkningskraft, mediebegivenhetenes endelikt og fjernsynets død. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)3, pp. 278-286, ISSN 0804-8452

MEDIA • TELEVISION • COMMUNICATION EFFECTS
• JOURNALISM

Goksøyr, Matti; Olstad, Finn: Mellom “folkeopdragere” og “sensasjonspakk”: et historisk perspektiv på medier og fotball. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 19-32, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • MEDIA • HISTORY • PRESS • RADIO
• TELEVISION • AUDIENCES • SPORT JOURNALISM

Helland, Knut: Da Peder møtte Oscar: det tidlige forholdet mellom sport og medier i Norge. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 33-47, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • MEDIA • NEWSPAPERS • RADIO • HISTORY
• JOURNALISM • AUDIENCES • FILMS

Hestvik, Hanne: Intervju med Epp Lauk. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)2, pp. 188-192, ISSN 0804-8452

JOURNALISM • JOURNALISTS • MEDIA RESEARCH
• HISTORY

Kirkebo, Øystein: Ekstremsport som kulturprodukt: en innholdsanalyse av skifilm. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 88-102, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • FILMS • HISTORY • FILM PRODUCTION
• DISTRIBUTION • CULTURE • MUSIC • GENDER

Kolbjørnsen, Tone Kristine: Husmorforskning? *Norsk medietidsskrift* 10(2003)2, pp. 132-137, ISSN 0804-8452

CHILDREN • MEDIA • MEDIA RESEARCH
• TELEVISION • COMMUNICATION EFFECTS

Ottosen, Rune: Peder Soelvold – fra pedagog til presserebell. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)4, pp. 333-351, ISSN 0804-8452

NEWSPAPERS • JOURNALISM • HISTORY • MEDIA
• INVESTIGATIVE JOURNALISM

Puijk, Roel: Globale medier, lokal bruk: ungdom og spredning av mobil og internett. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)3, pp. 257-277, Mediepedagogikk, pp. 206-277, ISSN 0804-8452

The article is based on a case study of 14-year-old pupils from one school on how they use mobile telephones and the Internet. It is shown that both boys and girls use these media extensively to maintain contact with peers and others in their immediate environment. While the girls use the Internet most to interact, the boys use it most for entertainment. The global possibilities of these media are seldom realised, even though those with parents born abroad more often use them to maintain contacts outside Norway.

GLOBALIZATION • MEDIA USE • YOUTH
• MOBILE TELEPHONES • INTERNET
• INTERACTIVITY • GENDER • ENTERTAINMENT

Puijk, Roel: TV-sport på verdensveven: NRK og internett. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 149-161, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • TELEVISION • WORLD WIDE WEB
• INTERNET

Rasmussen, Terje: Om læringens usannsynlighet og digitale mediers lære villighet: systemteoretiske og formlogiske betraktninger. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)3, pp. 237-256, Mediepedagogikk, pp. 206-277, ISSN 0804-8452. Note: Artikkelen er opprinnelig skrevet på oppdrag fra forprosjektet Genreutvikling i digitale læringsarenaer, ledet av Gunnar Liestøl og finansiert av ITU.

The essay addresses some of the challenges posed by new digital media and that confront learning as a general reflexive process. The argument is that systems-theoretical and closely related form-logical insights may help to locate the difference-theoretical status of research on learning and digital media through some crucial analytical correspondences between levels of learning and media of learn-

ing. What is here called synthetic intervention is introduced as an operationalisation of a difference-theoretical approach.

LEARNING • DIGITAL MEDIA • MULTIMEDIA
• MEDIA CONVERGENCE • LEARNING PROCESS

Reimer, Bo: Nya upplevelser, nya erfarenheter: televiserad idrott i förändring. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)2, pp. 165-182, ISSN 0804-8452

The genre of televised sport is increasingly being based on the logic of commercial television and less on presenting the actual sports event faithfully. Providing viewers with new experiences is crucial in order to compete with the watching of the actual sport events and with watching the output of competing television channels. In tracing the historical development of the genre of televised sport, this article focuses on how sport is presented on both public service and commercial television.

TELEVISION • SPORT • MEDIA • HISTORY
• COMMERCIAL TELEVISION • PUBLIC SERVICE
• AUDIENCES

Saunes, Torunn; Dahlén, Peter: Kjønnskonstruksjoner i ekstremsportmagasinet *Ultrasport*. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 103-117, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • MAGAZINES • GENDER • NEWSPAPERS
• PICTURES • WOMEN • MEN • SEX ROLES

Sivertsen, Erling: Den iscenesatte indeks. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)2, pp. 146-164, ISSN 0804-8452

The article focuses on an advertisement for Tine Jarlsberg cheese observed in the *Dagbladet* magazine. Semiotic analysis indicates that there are several aspects connected with the indexical sign that are staged in all advertisements. The analysis was triggered by the play with the indexical sign. However, since the magazine also contains press photographs, the genre of photography is compared and discussed in relation to advertisement photogra-

phy. The analysis focuses on the reflexivity of the creators of the index in both genres. One important argument is that the indexical relation in the advertisement photograph is loosened, while that of the press photograph is fortified. Thus, the conclusion of the analysis is that the practice of the advertisement photographer is free and expanding due to sophisticated digital techniques, while that of the photojournalist is bound due to the same techniques and values of the journalistic institution.

PHOTOGRAPHY • PRESS PHOTOGRAPHY
• ADVERTISING • SEMIOLOGY

Solberg, Harry Arne: Salg av sportsrettigheter: fordeling av markedsrett og valg av auksjonsprosedyre. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 135-148, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • ECONOMICS • MARKET • TELEVISION
• COMPETITION

Thomsen, Ragnhild: Norsk radiosport: en oversikt. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 72-87, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

RADIO • SPORT • LOCAL RADIO • HISTORY • OWNERSHIP • FINANCING

Veen, Ewoud van: Samba vs. militærmarsj: mytene om Brasil og Tyskland i kommenteringen av VM-finalen 2002 på TV2. *Moving bodies – mennesket i bevegelse* 2(2004)2, pp. 118-134, Sport og medier, pp. 9-185, ISSN 1503-6065

SPORT • JOURNALISM • JOURNALISTS • TELEVISION
• STEREOTYPES • COVERAGE

Vettenranta, Soilikki: Mediepedagogikk: fra instrumenthåndtering til kritisk borgerskap. *Norsk medietidsskrift* 11(2004)4, pp. 316-332, ISSN 0804-8452

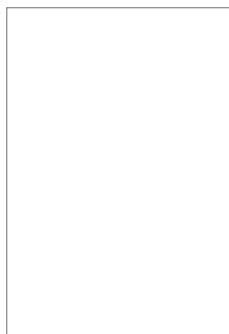
PEDAGOGY • MEDIA • INFORMATION TECHNOLOGY
• MEDIA EDUCATION
• COMMUNICATION TECHNOLOGY
• COMMUNICATION COMPETENCES
• MEDIA LITERACY

Sverige

Dokumentalist: Roger Palmqvist

Andra världar. Kommunikation och omvärldsstudier

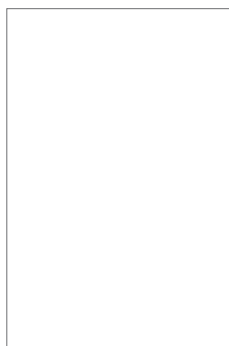
Tom Andersson, Lund, Studentlitteratur, 2005, 226 p., ISBN 91-44-03337-0.



Informationssamhället innebär en mångfald av omvärldsrelationer och snabba förändringar. Osäkerhet präglar mänsklig kommunikation allt mer. Det blir vanligare med förtroendeproblem och kriser för politiker, organisationer och företag. Författaren menar att kommunikation och omvärldsstudier är två sidor av samma mynt. I boken beskrivs det som positionering, det vill säga som en fråga om att definiera, styra och anpassa sina omvärldsrelationer och förväntningar. Författaren illustrerar med exempel från såväl det samhällspolitiska livet som näringslivet.

Communication as Structuration. Viewing Learning Through the Lens of Communication

Cynthia Jimes, Uppsala universitet, Institutionen för informationsvetenskap, 2005, 163 p., ISBN 91-554-6121-2, (Uppsala Studies in Media and Communication; 4), ISSN 1651-4777. Note: Dissertation: Dr. diss.

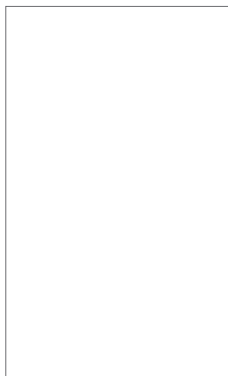


This dissertation is about enlightening the relationship between organizational communication and learning. In doing so, the author explore and build upon existing theories that address the relationship from a structuration perspective.

Specifically, the author turn to discursive communication theory and sociocultural learning theory. Both of these theories place emphasis on the everyday communication of actors in the process of organizational learning and structuring. To offer precision to these conceptualizations, two client servicing processes within two distinct organizations are studied. While one of the processes is a decentralized, communication-intense process, the other is a centralized, technology-driven process. For both processes, the employees' communicative interactions with colleagues and external actors in the context of their organizational structures are analysed. Using a strategy for theoretical development inspired by Charles Sanders Peirce, the author offer inferences on how those communicative interactions – for both types of processes – potentially shape their future activities.

Får jag be om en kommentar? Yttrandefriheten i svensk radio 1925-1960

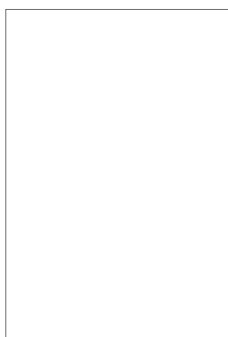
Göran Elgemyr, Stockholm, Stiftelsen etermedierna i Sverige, 2005, 535 p., ISBN 91-518-4325-0, (Etermedierna i Sverige; 20), ISSN 1400-7274.



Utifrån ett omfattande källmaterial skildras de olika svängningarna i radions förhållande till kontroversiella ämnen. Det kunde gälla inrikespolitiska krönikor, valdebatter och andra debatter, kommunisternas medverkan i programmen, självcensuren m m. Författaren belyser också radions väg mot större oberoende och integritet i förhållande till olika grupper i samhället.

Två drömspel. Från Strindbergs modernism till Potters television

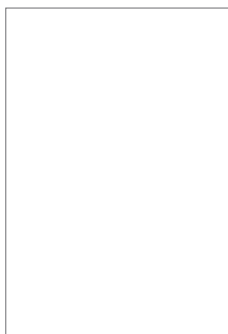
Staffan Ericson, Stockholm/Stehag, Brutus Östlings Bokförlag Symposion, 2004, 463, ISBN 91-7139-668-3, (Doktorsavhandlingar från JMK ; 24), ISSN 1102-3015. Note: English summary 6 p. Dissertation: Dr. diss.



Avhandlingen *Två drömspel* jämför två dramatiska former: August Strindbergs Ett drömspel och Dennis Potters tv-serie Den sjungande detektiven. Genom att studera verkens framväxt i det tidiga 1900-talets avantgardeteater och 1980-talets kvalitetstelevision, jämförs också hur modernism skiljs från masskultur och hur oberoende kulturproduktion skiljs från kommersiell inom de respektive fälten. De Strindbergska drömspelen intresserar också tidigt Walter Benjamin och Raymond Williams, tänkare som ska få stort inflytande på 1900-talets syn på konst och medier. Genom att jämföra hur drömspelsformen har uttolkats hos Benjamin och Williams, belyser studien hur film och television har påverkat modern kulturteori och kunskaps-traditioner som Frankfurtskolan och Cultural studies.

Mer tecknat...? Animerade TV-program – marknad, utbud, barn, föräldrar

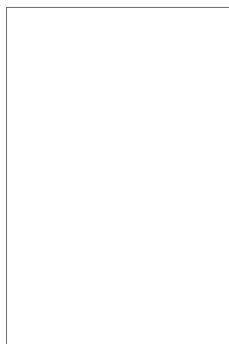
Cecilia von Feilitzen, Stockholm, Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, 2004, 247 p., (Våldsskildringsrådets skriftserie; 31), ISSN 1102-447X.



TV är fortfarande det medium som barn ägnar mest tid åt. Till det populära i TV-utbudet hör tecknade och animerade program. I dag är detta utbud omfattande, enbart i de fem största TV-kanalerna visas cirka 35 timmar animerade program under en vecka. Skriften ger en beskrivning av marknad och inköpsrutiner för dessa samt en detaljerad analys av en veckas programutbud. I studien ingår också redovisning av intervjuer med barn och föräldrar om hur de upplever "tecknat".

Reportrar på plats. Studier i krigsjournalistik 1960-2001

Karin Fogelberg, Göteborg, Göteborgs universitet, 2004, 322 p., ISBN 91-88212-24-6, (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation; 38), ISSN 1101-4652, (Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG). Note: English summary 16 p. Dissertation: Dr. diss.

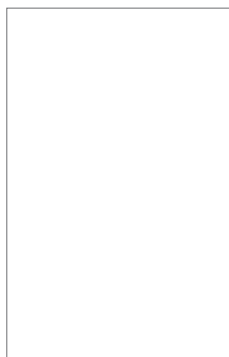


This dissertation studies the historical development and subsequent stabilisation of war journalism as a genre by examining representations of war in Swedish public service television over the course of 40 years.

The analytical framework, based on discourse and narrative theory, enables a close reading of the texts, images and dramaturgical framings used in these representations, at the same time as it establishes links to layers of relevant contemporary contexts, which are described.

Kommunikation & organisation

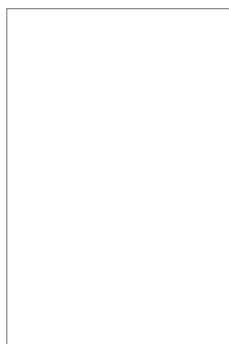
Mats Heide, Catrin Johansson & Charlotte Simonsson, Malmö, Liber, 2005, 208 p., ISBN 91-47-07335-7.



Skriften är en kursbok som ger en bred översikt över ämnet organisationskommunikation. Den behandlar organisationers kultur, ledarskap, förändring, identitet och image ur ett kommunikativt perspektiv. Författarna ger också teoretiska grunder och forskningsperspektiv på detta aktuella ämne, illustrerade med praktikfall som valts för att spegla svenska förhållanden.

Massmediernas elberoende. Elavbrottet den 23 september 2003

Stockholm, SPF, 2004, 64 p., ISSN 1401-2383, (Styrelsen för psykologiskt försvar/SPF). Note: Also available on the Internet <http://www.psyodef.se/reports/>



Den 23 september 2003 inträffade ett omfattande elavbrott i södra Sverige och östra Danmark som mörklade ett område med cirka fem miljoner invånare och varade i nästan sex timmar i de mest utsatta områdena. Då behovet av snabb och tillförlitlig information ökar i samband med svåra påfrestningar på samhället har mediernas förmåga att arbeta ostört – oavsett vad som händer – stor betydelse. I denna studie beskrivs hur de svenska medieföretagen påverkades av elavbrottet, och hur de hanterade problemen som uppstod.

Utrikesjournalistikens antropologi. Nationalitet, etnicitet och kön i svenska tidningar

Anna Roosvall, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation/JMK, 2005, 367 p., ISBN 91-88354-09-1, (Doktorsavhandlingar från JMK; 25), ISSN 1102-3015. Note: English summary 13 p. Dissertation: Dr. diss. Also available on the Internetadress: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:su:diva-345>

The aim of this study is to identify, map and understand the anthropology – the science of man – that can be distinguished in foreign news pages in Swedish daily papers. Concepts of nationality, ethnicity and gender are crucial parameters in this anthropology.

Foreign news can be regarded as a textual system in which form and content interact to create its own object of knowledge: the “Other”, or rather, the “Others”. Thus, the relationship between foreign news as a textual system and foreign news as anthropology is central to this dissertation.

The years 1987, 1995 and 2002 have been selected for examination on the following grounds: 1987 belongs to the cold war era; 1995 belongs to the post-cold war era, and is also the year when Sweden joined the EU; and 2002 belongs to the era defined by the events of September 11 2001.

A quantitative and qualitative analysis of a total of 1,162 foreign news articles published during one week in each year, was carried out. The qualitative analysis consists mainly of discourse analysis. Foucault’s discourse theory constitutes the theory of knowledge in the study. It is combined with Barthes’ theory on myths as well as postcolonial and other theories on nationality, ethnicity and gender and the representation of these aspects in journalism and elsewhere. Discourse type is a central concept in the analysis. Discourse types resemble subgenres, but are specifically defined by certain perspectives. Other defining aspects are voices, style, mode of address and closeness/distance to an event/a development. Seven discourse types that constitute the order of the discourse in foreign news pages were identified in this study: On location narratives, Elite event reports, Catastrophe event reports, Situation reports, Commentaries, Picture paragraphs and Quotation paragraphs. The representation of different regions of the world, of different nationalities and ethnicities, and of men and women, are related to these discourse types throughout the study.

Ungdomars virtuella rörlighet. Användningen av dator, Internet och mobiltelefon i ett geografiskt perspektiv

Eva Thulin, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Kulturgeografiska institutionen, 2004, 174 p. + 3 app. 7 p., ISBN 91-86472-48-8, (Meddelande från Göteborgs universitets geografiska institution, Serie B; 105), ISSN 0346-6663. Note: English summary 6 p. Dissertation: Dr. diss.

This study explores how urban young people fit the use of information and communication technologies (ICT) into their everyday lives. Their virtual mobility may be lasting and have long-term effects on socio-spatial structures. The specific aim of this thesis is to examine the actual use of ICT in young people’s everyday lives, and to analyse the social and geographical dimensions of this use.

The thesis focuses on the following research issues: 1) evolving patterns of access to and use of computers, the Internet, and mobile phones among young people in Sweden; 2) the Internet as a new means of communication, and how it affects the social and geographical patterns of

interpersonal contacts; 3) the interplay between various forms of geographical mobility – virtual, physical, and media-related; and 4) how computer use as a new domestic leisure activity may affect how and where young people spend their free time.

The theoretical approach emphasises the role of the user and how her or his daily activity patterns shape the geographical implications of ICT. Detailed insight into actual ICT use was obtained via a longitudinal in-depth investigation of 43 high-school students. Data were collected through communication and travel diaries and in-depth interviews. Data from the Swedish National Communication Surveys, 1997–2001, cast light on the role of various ICT-based activities among young people in general.

Annan ny litteratur

Andersson, Linus: *US-governed radical media: Radio Free Europe in Eastern Europe*. Huddinge, Södertörns högskola, Medie- och kommunikationsvetenskap/MKV, 2004, 30 p., (Mediestudier vid Södertörns högskola; 2004:1), ISSN 1650-6162.

RADIO • RADICALISM • FOREIGN NEWS • POLITICS
• HISTORY • PROPAGANDA • EASTERN EUROPE

Asp, Kent: *Jordskredssegern: medierna och folkomröstningen om euron*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation/JMG, 2004, 187 p., ISBN 91-88212-26-2, (Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation; 39), ISSN 1101-465.

MEDIA • ELECTION CAMPAIGNS
• ECONOMIC CONDITIONS • POLITICS • ATTITUDES
• DEMOCRACY • POLITICAL INFORMATION
• EUROPE

Edefors, Peter & Windh, Lars: *Besluten som försvann: en fallstudie av Sundsvalls Tidnings och Dagbladets rapportering kring beslut fattade i kommunfullmäktige*. Sundsvall, Mitthögskolan, Demokratiinstitutet, 2004, 39 p., (Studier i Politisk Kommunikation; 7).

NEWSPAPERS • JOURNALISM
• LOCAL GOVERNMENT
• POLITICAL COMMUNICATION • DEMOCRACY
• MEDIA • POLITICS • INFORMATION SOURCES
• SWEDEN

Feilitzen, Cecilia von: *Promoting the viewers' rights*. Brussel, European Association for Viewers Interests/EAVI, 2004, 7 p., (Advancing the European Viewers Interests, Session III: Media Literacy and Education in Europe, 2004, Lucca, Italy). Note: Speech presented at the meeting: Advancing the European Viewers Interests. Also on the Internet http://www.eavi.org/files/15_Cecilia_von_Feilitzen.doc

MEDIA LITERACY • TELEVISION • SCHOOLS
• MEDIA EDUCATION • CHILDREN • FAMILY
• POLITICIANS • EUROPE

Hadenius, Stig & Petterson, Lars-Olof: *Telia i medierna 1999-2001*. Sundsvall, Mitthögskolan, Demo-

kratiinstitutet, 2004, 57 p., (Studier i Politisk Kommunikation; 8).

TELIA • MEDIA • NEWS COVERAGE
• COMMUNICATION TECHNOLOGY
• ECONOMIC INFORMATION • ENTERPRISES
• MEDIA POWER • DEMOCRACY • POLITICS
• INFORMATION SOURCES • SWEDEN

Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans: tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, 369 p. + app. 60 p., ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

MEDIA • SOCIETY • POLITICS • CREDIBILITY
• SWEDEN

Nord, Lars: *Hur professionella är de svenska partierna?*. Sundsvall, Mitthögskolan, Demokratiinstitutet, 2004, 28 p., (Studier i Politisk Kommunikation; 5).

POLITICAL COMMUNICATION • POLITICAL PARTIES
• ELECTION CAMPAIGNS • DEMOCRACY • MEDIA
• CITIZENS • TARGET GROUPS • OPINION FORMATION
• SWEDEN

Olsson, Tobias: *IT-visioner möter IT vardag*. Sundsvall, Mitthögskolan, Demokratiinstitutet, 2004, 43 p., (Studier i Politisk Kommunikation; 6).

INTERNET • RHETORIC • EVERYDAY LIFE
• POLITICAL COMMUNICATION • COMPUTERS
• DEMOCRACY • COMMUNICATION TECHNOLOGY
• SWEDEN

Artiklar

Antoni, Rudolf: Bokläsning i det 21 århundradet. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborg, SOM-institutet, 2004, pp. 297-307, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

BOOKS • READING • MEDIA USE • HABITS
• AUDIENCE REACTIONS • STATISTICAL DATA
• SWEDEN

Bergström, Annika: Internetanvändningen fas II. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 319-328, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

INTERNET • COMMUNICATION TECHNOLOGY
• MEDIA USE • HABITS • WORLD WIDW WEB
• STATISTICAL DATA • SWEDEN

Bolin, Göran: The value of being public service: the shifting of power relations in Swedish television production. *Media, Culture & Society* 26(2004) 2, pp. 277-287, ISSN 0163-4437. Note: Also available on the Internet: <http://mcs.sagepub.co>

TELEVISION • PUBLIC SERVICE • PRODUCTION
• POLITICAL POWER • ECONOMIC POWER
• MEDIA POWER • PROGRAMME QUALITY
• COMMERSIALIZATION • SWEDEN

Bolin, Göran: Mobiltelefon och mediegeneration: mobilen som gemenskapande och individualiserande medium. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 329-342, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

MOBILE TELEPHONES • MEDIA USE
• EVERYDAY LIFE • COMMUNICATION EFFECTS
• YOUTH • AUDIENCES • STATISTICAL DATA
• SWEDEN

Bolin, Göran: Spaces of television: the structuring of consumers in a Swedish shopping mall. In: Couldry, Nick (ed.); McCarthy, Anna: *MediaSpace: place, scale and culture in a media age*, London, Routledge, 2004, pp. 126-144, ISBN 0-415-29174-7

TELEVISION • CONSUMPTION • PUBLIC SPHERE
• SPACE • AESTHETICS • ENVIRONMENT
• CULTURAL THEORY • SWEDEN

Ekecrantz, Jan: In other worlds: mainstream imagery of eastern neighbors. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 43-69, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

MEDIA • GLOBALIZATION • IDENTITY • CULTURE
• JOURNALISM • HISTORY • BALTIC STATES
• SWEDEN

Ellefson, Merja; Kingsepp, Eva: The good, the bad and the ugly: stereotyping Russia the western way. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 203-222, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

NEWSPAPERS • STEREOTYPES • AGENDA SETTING
• NEWS • RUSSIAN FEDERATION

Feilitzen, Cecilia von: The need for international and local co-operation in media education. In: Große-Loheide, Mike (ed.); Hasebrink, Uwe (ed.): *Netzwerke für die Informationsgesellschaft*, Biele-

feld, Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, 2004, pp. 174-191, ISBN 3-929685-34-5, (Schriften zur Medienpädagogik; 36)

MEDIA EDUCATION • MEDIA LITERACY • CHILDREN
• YOUTH • GLOBALIZATION • DIGITALIZATION
• COMMUNICATION NETWORKS
• INTERNATIONAL COOPERATION

Horst, Maja; Lolk, Mette: The dramaturgical need for closure: mass-mediated stories of risk. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 223-240, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

MEDIA • NEWS • RISKS • INFORMATION SOURCES
• TECHNOLOGY • POLITICS • RHETORIC

Hurd, Madeleine: Placing good and evil: revolutionaires, streets, and carnival in German and Swedish newspapers, 1918-1919. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 93-124, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

NEWSPAPERS • COVERAGE • SOCIAL CONFLICTS
• PUBLIC SPHERE • HISTORY • POLITICS
• GERMANY • RUSSIAN FEDERATION • SWEDEN

Höglund, Lars: Ändrade biblioteks- och informationsvanor. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 309-318, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

LIBRARIES • INFORMATION NEEDS • HABITS
• MEDIA USE • STATISTICAL DATA • SWEDEN

Johannesson, Erik: När Norrländskan blev störst i länet. In: Nyström, Mauritz (ed.): *Norrbottnens-akademien – årsskrift 2002-2003*, Luleå, Stiftelsen Norrbottensakademien, 2004, pp. 9-40.

NEWSPAPERS • LOCAL PRESS • POLITICAL PRESS
• CIRCULATION FIGURES • SWEDEN

Kivikuru, Ullamaija: Identities: an apparatus for remembering and dis-remembering. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 19-41, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

MEDIA • GLOBALIZATION • IDENTITY • CULTURE
• LANGUAGE • RELIGION

Larsson, Larsåke: Synen på PR- och reklamkonsulter. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp.81-92, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

PUBLIC RELATIONS • ADVERTISING • CREDIBILITY
• LOBBYISM • SWEDEN

Lund, Anker Brink: The mass-mediated "we" in Danish journalism. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM,

2004, pp. 169-184, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

NEWSPAPERS • JOURNALISM • IDENTITY
• NATIONALITY • MEDIA • FOREIGN NEWS
• CITIZENS • DENMARK

Mårald, Bert: Kring O. W. Lövgrens politiska och journalistiska gärning. In: Nyström, Mauritz (ed.): *Norrbottensakademien – årsskrift 2002-2003*, Luleå, Stiftelsen Norrbottensakademien, 2004, pp. 41-73.

NEWSPAPERS • JOURNALISTS • POLITICIANS
• POLITICAL PRESS • BIOGRAPHIES
• OSCAR WILHELM LÖVGREN

Nilsson, Åsa: Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 241-260, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

MEDIA USE • HABITS • EVERYDAY LIFE
• STATISTICAL DATA • SWEDEN

Reichenberg, Monica; Wadbring, Ingela: Lätt och svårt i tidningsspråk. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 221-233, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

NEWSPAPERS • LANGUAGE • TEXT • ATTITUDES
• COGNITION • AUDIENCE REACTION
• JOURNALISM • SWEDEN

Raittila, Pentti: Representations of otherness in Finnish culture: media images of Russians and Estonians. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 151-166, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

MEDIA • JOURNALISM • ETHNIC MINORITIES
• LANGUAGE • CULTURE • RUSSIANS • ESTONIANS
• FINLAND

Riegert, Kristina: Introduction. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 9-16, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

MEDIA • GLOBALIZATION • JOURNALISM
• IDENTITY • TIME • SPACE

Riegert, Kristina; Åker, Patrik: Knowing me, knowing you: mediated identities in the Eastern Baltic Sea region. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 71-89, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

MEDIA • GLOBALIZATION • IDENTITY
• JOURNALISM • JOURNALISTIC GENRES • CULTURE
• BALTIC STATES • NORDIC COUNTRIES

Riegert, Kristina: Swedish and Danish television news of their Baltic neighbors 1995-2000. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 125-150, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

TELEVISION • NEWS COVERAGE • IDENTITY
• AUDIENCES • POLITICS • HISTORY
• BALTIC STATES • DENMARK • SWEDEN

Sternvik, Josefine: Svårbedömda läsvanor. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 203-220, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

NEWSPAPERS • READING • MEDIA USE
• SUBSCRIBERS • READING • SWEDEN

Strid, Jan: Tio års radiolyssnande: en översikt. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 235-240, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

RADIO LISTENERS • AUDIENCES
• RADIO CHANNELS • STATISTICAL DATA • SWEDEN

Strid, Jan: Viktigast i tidningen 1979-2003. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 261-270, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

NEWSPAPERS • CONTENT • AUDIENCE REACTIONS
• ATTITUDES • STATISTICAL DATA • SWEDEN

Wadbring, Ingela: Gratistidningskamp på Stockholms gator – igen. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 271-281, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

NEWSPAPERS • GRATIS PRESS
• CIRCULATION FIGURES • READING
• STATISTICAL DATA • SWEDEN

Weibull, Lennart: Förtroende för mediernas innehåll. In: Holmberg, Sören (ed.); Weibull, Lennart (ed.): *Ju mer vi är tillsammans*, Göteborgs universitet, SOM-institutet, 2004, pp. 283-296, ISBN 91-89673-04-2, (SOM-rapport; 34), ISSN 0284-4788.

MASS MEDIA • CONTENT • CREDIBILITY
• AUDIENCE REACTIONS • STATISTICAL DATA
• SWEDEN

Åker, Patrik: newspapers' picture of the world: the domestic family of man. In: Riegert, Kristina (ed.): *News of the other*, Göteborgs universitet, NORDICOM, 2004, pp. 185-202, ISBN 91-89471-26-1, (Nothern Perspectives; 6), ISSN 1650-5131.

NEWSPAPERS • JOURNALISM • PICTURES
• PHOTOGRAPHIES • DESIGN • RUSSIAN FEDERATION
• FINLAND • DENMARK • SWEDEN