

Is Comment Free?

Ethical, Editorial and Political Problems of Moderating Online News¹

Sanna Trygg

Abstract

The research report investigates how mainstream media handle the voice of the reader as it is manifested in comments posted on their websites. It focuses on policies in newspapers in Sweden and in the UK.

The main aim of the report is not to decide how to moderate, but to investigate why the media moderates in a certain way and what the possible effects of that might be.

This article argues that UGC and reader participation make it possible to have a more equal relationship between the media and its consumers. However, in reality, this does not go very far, and the news organisation retains control.

It also suggests that although the comment fields make it possible to publish a wide range of opinions, perspectives and views, the traditional media in effect limit the diversity of views expressed.

The traditional media still control the agenda. The main reasons for this are the question of resources as well as the influence of a particular newspaper's editorial tradition and of the online strategy that it has chosen.

Keywords: democracy, digital media, e-Moderation, journalism, policy, readers participation

Introduction

The opening of online news websites to public comments allows the readers into a space traditionally controlled by journalists. It contributes to the erosion of traditional distinctions between producers and consumers of news.² It is seen as a way of adding value to the reader's experience as well as creating material that can attract more traffic to the website. So it is usually thought of as a 'democratic' process as well as a potentially profitable one. Judging by the high volume of comments on news websites it is a popular activity, even if only a small percentage of readers are active at any given time.

Yet, despite the apparent success of encouraging comments on online news, there is still uncertainty over how to moderate them and how much resource should be invested in handling the interaction. Overall, journalists welcome and encourage reader's participation but there are criticisms on both sides of the quality and nature of some com-

Rapporten¹ är tidigare publicerad av POLIS, London School of Economics and Political Science <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2012/01/19/is-comment-free-new-polis-research-report-on-the-moderation-of-online-news/>

ments, as well as a debate about the degree of control or freedom that can be allowed. Moderation is highly problematic for news media websites.

This paper examines why the high expectations of readers' participation are often unfulfilled. At the core of the issue is the fact that the Internet works in a marketplace where information is seen as a product. At the same time, the informed citizen and her access to information is seen as a vital precondition for a functioning modern democracy. This opposition is fundamental to the debate about moderation.³

In the past, 'traditional' or 'mainstream' media have been considered as the main public forum for free speech, critique and discussion. Today, readers are also invited to participate in the debate directly online. The main platform for this is the comment field attached to news articles published online. Readers are invited and encouraged to participate in a forum that until recently have been largely exclusive to journalists. Highly edited letters pages were just about the only space allowed for direct reader comments in print newspapers. However, online comment is also edited. A wide range of factors has led news organizations to enforce restrictions on reader contributions.

Most national and international newspapers deal with user-generated content (UGC) such as video-clips, mobile photos, linking blogs and live chats on a daily basis. Some media companies hire external employees to do the work, others get journalists and specialist web-editors to moderate comments. The restrictions are shaped by the policies and guidelines set up by each newspaper. These vary from country to country and from newspaper to newspaper, as does the scrutiny of how the policies are followed.

This research report investigates how mainstream media handle the voice of the reader as it is manifested in comments posted on their websites. It focuses on policies in newspapers in Sweden and in the UK. The main aim of this report is not to decide how to moderate, but to investigate why the media moderates in a certain way and what the possible effects of that might be. By examining the moderation of comment fields we can also analyze the relation between traditional media and its consumers. Our intention is to develop a wider perspective on how we moderate and the effects it has on the journalism and its relationship with the reader.

The key questions for this report are:

1. What do the moderation policy and the way it has been followed say about the relationship between the news organisation and its consumer?
2. Do media frame the news agenda by forming policy and moderating in a certain way?

This paper argues that UGC and reader participation make it possible to have a more equal relationship between the media and its consumers. However, in reality, this does not go very far, and the news organisation retains control. It also suggests that although the comment fields make it possible to publish a wide range of opinions, perspectives and views, the traditional media in effect limit the diversity of views expressed. The traditional media still control the agenda. The main reasons for this are the question of resources as well as the influence of a particular newspaper's editorial tradition and of the online strategy that it has chosen.

This report is by Swedish journalist Sanna Trygg for the journalism think-tank Polis in the Department of Media and Communications at the London School of Economics and Political Science. It is a collaboration between Polis and Journalistfonden.^{4 5} The study includes a comparison between the UK newspaper *The Guardian* and the Swedish

newspaper *Svenska Dagbladet*.^{6 7} Both have been awarded numerous times for their work in digital media and are considered as pioneers of reader participation.^{8 9}

[See the Appendix of this report for a statistical comparison of the two newspapers]

What is at Stake? The Issues behind the Moderation Debate

Freedom of speech is both an opportunity and a challenge on the Internet. On the one hand, we see high expectations concerning free access of information for anyone. The Internet user expects freedom of speech everywhere, at any time. Has it the potential to deliver what political scientist Cass Sunstein describes as the core of liberal democracy?:

Unanticipated encounters, involving topics and points of view that people have not sought out and perhaps find irritating, are central to democracy and even to freedom itself (Sunstein C, Republic.com, Princeton, 2001)

However, the reality of the enormous amount of opinion published through blogs, Twitter-feeds and beneath articles on newspaper websites is that it is not always a happy exchange of differing viewpoints. It is not always polite, intelligent or open-minded. This tsunami of online debate does not always fit the ideal of the Internet as a sphere for engaging interesting discussions, flourishing debates and intellectual creativity.

The language used is often ill informed, obscene and violent. Discussion can be irrational, unordered and reactive with little factual content. Vulnerable social groups, such as religious minorities are often subject to majority attacks online. Bigotry against women, ethnic groups and homosexuals is displayed. Sometimes they are plain mean. Simply put, they reveal unpleasant thoughts.

When comment fields in newspapers online were being introduced about a decade ago the media orthodoxy was that public debate and citizen criticism was a welcome part of the public realm. The press should, therefore, offer spaces for civic thoughts and discussion. But traditional media found themselves in a difficult new editorial area. To invite readers and encourage discussion on the same platform as journalists resulted in a range of problems.

The press advocated free debate, yet there was inadequate preparation for the reader's pent-up eagerness to be part of the conversation. It soon became apparent that these forums would not moderate themselves, but dealing with the incredible amount of comments demanded significant resources from newspapers with tight budgets. However, it was the content – especially the more extreme views that pushed the boundaries on sexism, racism and libel – that accelerated the trend towards more thorough moderation.

In Scandinavia this ethical conflict between freedom of expression and extremism reached its most dramatic intensity when the right-wing extremist Anders Behring Breivik attacked the Labour Party youth camp at Utöya after bombing a government building in Oslo on July 22nd 2011.¹⁰ The comment fields in the region's papers were swamped by citizen contributions. However, they were not only used to express support for victims and their families but also to cheer the attack and the ultra nationalist opinions held by the mass murderer. A wide range of Norwegian and Swedish newspapers decided to deactivate their comment fields. Others refused anonymous comments, arguing that being identified would make it harder to express hate and create a debate

with fewer lies. The Managing Editor of the Dagens Nyheter website (DN.se) Björn Hedensjö explained the decision as follows:

Obviously we are disappointed at having to take this step; the ideal is, of course, a free and open debate that does not even require moderation. The reality is unfortunately that comment boxes with us and others have come to be exploited by a small group of people including the expression of racist views. This is something that we can clearly say no to in our comment policy.¹¹

It was felt that the public were simply not to be trusted to have a ‘reasonable’ conversation about this painful subject, according to Thomas Mattson, Chief Editor of Expressen:

The web is ready for the audience, but audiences are not ready for the web.¹²

The main argument used by traditional media for banning anonymous comment was to raise the level of the debate. “Stand up for your opinion,” was the main message while arguing for the change. Swedish newspaper Aftonbladet and Dagens Nyheter argued that the discussion would lead to a less harsh tone and more reasonable conversations when the commenter is identified. Critics of this restriction argued that expressing opinion anonymously is important for allowing full and frank expression.

The new more restrictive policy was widely criticized in social media networks. Bloggers claimed that newspapers were trying to hide their real motive, which was to impose their own agenda on the issue. They said that the papers used online hate-speech as a false justification to limit discussions. Others argued that a more restricted debate would lead to a closed society. Norwegian Prime Minister Jens Stoltenberg, declared that terror had to be fought with “an even more open society and even more democracy”. During his speech in Oslo’s largest mosque on Friday July 29th he made a clear statement:

We are Norway. Our basic values are of democracy, humanity and openness. With these values as a base we shall respect differences /.../ And each other. We must accept the debates. Welcome them. Even the unpleasant.¹³

In Sweden similar arguments were presented. Anna Troberg, the leader of the Pirate Party, that campaigns against corporate and government control of the Internet, argued that restricted comment fields would pave the way for new attacks:

We have to stand up for openness and democracy and let everyone speak, even those who expresses opinions we do not share. It is when we shut people out from debates that the problem starts.¹⁴

The Swedish author and journalist Dilsa Demirbag Sten argued that the more people who participate in public debate, the better it reflects the world we live in:

A growing participation in public discourse has its downside, but it can never be an overwhelming problem that people use their right to free speech.¹⁵

Opponents also claimed that the action could be interpreted as a wish to go back to former power relationship where the political and journalistic elites were the gatekeepers to public debate.

As a result of the Breivik attack, combined with the intense debate around online hate-speech and extremism, the Swedish government initiated a report to investigate

extremism on Swedish websites. The report will be a part of an upcoming governmental action against violent extremism.

The debate in the UK has been much less high profile, although the issues are certainly comparable. The question of who controls communication and the relationship between politicians, professional media and the public was brought into focus by the riots in England in August 2011.¹⁶ In the immediate aftermath Prime Minister David Cameron mentioned the need for controlling communications that encouraged violence. He argued that the way social media was used during the riots risked undermining law and order.

In his opening statement in a Commons debate on 11 August, Cameron stated that social media can be “used for ill” especially when concerned with “plotting violence, disorder and criminality”.¹⁷ Even the idea that the authorities in the UK were considering possible restrictions on social media during periods of disorder was labelled as an assault on the freedom of speech. The freedom of expression lobby group Index on Censorship said that the police should be allowed access to messages related to specific investigations, but should not be permitted to monitor or suspend general communications.¹⁸ Index’s news editor Pdraig Reidy was concerned that David Cameron would allow legitimate anger over the riots to be used in an attack on free expression and free information:

Too often, channels of communication, whether Twitter, Facebook or BlackBerry Messenger, are seen as the culprits in acts of violence and anti-social behavior, rather than merely the conduit. While police in investigations should be able to investigate relevant communications, there should be no power to pre-emptively monitor or suspend communications for ordinary social media users.¹⁹

Jim Killock, director of the Open Rights Group, was also critical of Cameron’s proposed action claiming that riots were being used as an excuse to attack civil liberties. In an interview in BBC he said that any government policy to shut down networks deprived citizens of a right to secure communication and undermined the privacy required by a society that valued free speech:

David Cameron must be careful not to attack these fundamental needs because of concerns about the actions of a small minority.²⁰

At the heart of the problem around online newspaper moderation is the issue of the media’s role in society. On July 6th 2011 David Cameron initiated a public inquiry to be led by Lord Leveson that will look into the ethics and culture of the British media as a direct effect of articles in *The Guardian* exposing the alleged criminality of the News of the World.²¹ It seems likely that the outcome will be an increase in the independent regulation of the UK press. Traditionally, it has always been less regulated than most of its European counterparts so not surprisingly the idea of new guidelines for the UK media was widely criticized by journalists and editors.²² At present it does not seem likely that Leveson will deal with news website moderation directly, but surely it should be considered in any investigation into newspaper editorial practices and their contribution to British public life?

Newspapers in the UK are characterized by political views. Put crudely, if you are, for example, a left liberal, then you read *The Guardian*. In Sweden, the political views of newspapers are not supposed to be reflected in the reporting, which is still considered

neutral and fairly objective. However, despite this difference both these countries' newspapers consider freedom of expression and flourishing debate as extremely important.

In its own publicity the *The Guardian* says that it is "Owned by no one. Free to say anything"²³

While the other subject for this report, *Svenska Dagbladet*, says that: "SvD aims to initiate and provide an open arena for free debate."²⁴

The main part of this report will now ask whether these journalistic ideals also apply to the voice of the reader?

The Moderation Framework

The Policy

This section will look at moderation in practice by comparing the moderation policies and guidelines of the *Svenska Dagbladet* and *The Guardian*. (See the Appendix of this report for a statistical comparison of the two newspapers)

With *Svenska Dagbladet* the moderation policy is more or less a replication of the applicable law (Act on Bulletin Board System SFS 1998:112) but also consists of more freely expressed guidelines that are not included within the law.²⁵ *Svenska Dagbladet* has stipulated a rule not included in the law that restricts comments including links.

The policy also consists of more freely expressed guidelines that are not included within the law such as that writers should have a 'friendly and civilized tone'. Commenters are also asked to sign in with their real identity since the "use of a pseudonym will reduce the weight of your opinion."

With *The Guardian* context is a key issue so one comment that is published in one part of the website might not be allowed in another. The policy is formed to encourage an intelligent debate.²⁶ The policy is far more detailed than that of *Svenska Dagbladets*.

There are ten key points in its community standards charter that deal with a wide range of issues such as racism and libel but also more subjective concerns such as relevance and abuse.

The Law

With *Svenska Dagbladet* the commentator is responsible for her comments. However, there are according to Swedish law restrictions on the authorities' possibilities to investigate the commentators:

Since it is hard to track the person responsible for the commentaries, the comments are ultimately the editor's responsibility. (David Dryselius, Swedish lawyer and Phd candidate at the University of Lund)

Since all comments are moderated after being published comments are restricted by The Act on Bulletin Board System. It is regulated as followed:

- Agitation against a national or ethnic group
- Illicit purveyance of a technical recording
- Child pornography

- Unlawful depiction of violence
- Infringement of a copyright.

The law also says that it is only comments that obviously break these five issues that the publisher might be judged for.²⁷

With *The Guardian* the UK law as it stands stems from the ruling in *Godfrey v Demon Internet* – namely that those providing this sort of service can rely on the defense of innocent dissemination, so long as they are not aware of the defamatory content of the messages posted.²⁸

If you are providing a reader comment section then it is best if you do not pre-moderate, but provide a flagging system for readers to make you aware of content they have an objection to. So long as you remove the content once you become aware of its content, then you retain the defense of innocent dissemination. : “Anyone who repeats the libel is responsible for it, but most newspapers indemnify their staff against libel – so the poster would be liable, and the newspaper. For other legal problems – such as contempt of court and racial hatred – the newspaper would bear main liability, but the original poster would also have liability. (David Banks, co-author of *McNae’s Essential Law for Journalists*).

Since the comments are under the system of self-regulation, it is ultimately the editor’s responsibility:

The Press Complaints Commission (PCC) holds editors responsible, rather than individual journalists. (Catherine Speller, Communications and Research Manager, Press Complaints Commission.²⁹)

The legal liabilities of a UK online publisher and who is responsible for the material published online has been criticized for not being clearly defined according to online moderator Tia Fisher:³⁰

This has been historically a grey area, with the few legal cases not yet indicating a clear view one way or the other. The result of this has been a natural inclination for publishers to err on the side of caution and remove material ‘just to be on the safe side’ – or to risk reputational damage by restricting moderation to reactive moderation only. (Tia Fisher, Social Media Management Agency eModeration.³¹)

Possible Effects of the Moderation Framework

When surrounded by huge amounts of information and many competing sources, media consumers tend to search for platforms that offer recognisable identities and familiar editorial brands. Consumers look for likeminded communities:

Newspapers offer a debate for a certain group of people who want to gather around their stories and their brand. You look all around the web and see different communities and different groups of people gathering in different Facebook groups, blogs twitter lists. So what happens on newspaper websites is not particularly unusual. (Paul Bradshaw, Visiting Professor at City University’s School of Journalism in London)

In Britain, in the pre-digital era conservatives bought the Daily Telegraph and liberals bought *The Guardian*. So in the UK, unlike Sweden, this flocking trend is nothing new but rather a matter of tradition. It has even been seen as a strength, as it highlights the relative diversity of overt political commentary in the press. So it is perhaps less surprising for the UK news organizations that this ‘echo chamber’ effect is replicated online.

It seems that the main motive on the part of readers to participate in debates and to comment online is not to share opinions or meet different thinkers but to minimize self-doubts and feel a sense of community:

The social function assists consumers in seeking out activities that are perceived as favorable by important others and gives them the opportunity to associate with friends. In relation to the creation of user generated content, consumers engage in such actions to connect with others and feel important.³²

Likewise, the drive to participate is not motivated by a desire to act as active, responsible citizens, but rather to be entertained and for personal gratification:

The minority who are actually commenting on news articles, or otherwise participating in the journalistic process through blog-writing, seem to consider these activities as part of a creative leisure-time, rather than as taking part in democratic activities.³³

The wish of the reader to appear in an “intelligent” forum fits well with the consumer’s desire to use the platforms to mirror her values. But more closed communities also risk cutting the citizen off from information and opinions that might challenge beliefs, a process commonly known as “cyber balkanization” that creates “information cocoons” and “echo chambers”.³⁴ A more cell-like society might fragment interaction and divide groups since the public avoids the news and opinions that they don’t want to hear.

The Guardian is considered as a serious intelligent newspaper. Why should this not be reflected in the comment fields as well? Having a serious discussion benefits their trademark. It is a win-win situation. When the reader posts a comment, she will also be associated with being smart and clever. But the main question is – what is intelligent? Is it restricted to the kind of academics, experts and the powerful who were given a platform by journalists in the pre-digital era?

Asking for an ‘intelligent’ online discussion may shut out readers with, for example, a poorer vocabulary or inadequate academic or rhetorical skills but whose arguments may still be enlightening or relevant.

Research by the Swedish survey Institute Sifo in 2011, showed that workers, unemployed and less educated people think that reader comments in themselves are more important than civil servants, self-employed, private employees and highly skilled:

A qualified guess is that people with higher education and status in society feel that they already have the opportunity to be heard. For people with lower status are comment fields however, an important platform to make their voices heard.³⁵
(Sofia Mirjamsdotter, Swedish journalist, blogger and social media expert)

So newspapers websites are potentially a platform where anyone, no matter what class, background or gender, can have access. But in practice they restrict, not just by law but by the way they conceptualise the debate and, therefore, the audience.

Editorial Moderation Policies

This section will now look at the moderation practice of the two newspapers and the possible effects this might have on the audience and its relationship to the news organization.

From 2004 onwards, it has been possible to comment upon articles and blog posts published online in *Svenska Dagbladet*. Since 2005 moderation has been performed by an external company, Interaktiv Säkerhet. It is used by most national newspapers in Sweden. The moderation is done by 40 employees who get a two-day education in press laws and media ethics. According to Interaktiv Säkerhet's Managing Director Klas Karlsson they handle 5-10,000 comments each day.

To leave a post, visitors have to log in through their Google, Yahoo, Disqus, Facebook or Twitter accounts. The digital platform for comments is an external digital platform called Disqus, used by 750,000 websites around the world.³⁶

Svenska Dagbladet moderates the way the discussion is going and deletes comment that does not stick to the theme of the article. It is possible to comment upon and question the moderation. It is normally possible to comment on articles for three days. Not all articles are opened to comments. About 5-10% of the comments are deleted. *Svenska Dagbladet* does not keep any official data regarding which comments are being removed or why. The reason for this is that it would be time consuming:

The speed of moderation is crucial. In many cases, it is easy, but then a lot of borderline cases in which doubt and there is no time. To consider why a single comment need to be removed takes extra time and costs extra. It is not justified to add that extra work and money. (Johan Möller, Head of the Development-team at SvD.se.³⁷)

With *The Guardian* online it has been possible to comment on blogs on the website since 2001. In 2007 comment fields were activated for articles. The moderation carried out by an in-house team (the exact number is not official) that generally has some kind of undergraduate degree and are 'experienced' in journalism, social media or moderating. They get legal training and are also educated continuously in areas such as hate-speech and other issues that are in focus at a particular time.

To comment, you create an account on *The Guardian* website. It is not possible to comment on all articles. The newspaper moderates the way the discussion is going and deletes comment that does not stick to the theme of the article. It is not possible to comment and question the moderation in all discussions. Around 1-2% of comments are deleted. *The Guardian* does not keep any official data regarding which comments are deleted or why.

At *The Guardian* and *Svenska Dagbladet*'s websites, readers are encouraged to report comments that break the moderation policy or are otherwise questionable. They do so by flagging or reporting the comment. It is not possible to rate comments, which is an alternative offered by the BBC. It allows other readers to like or unlike a certain comment, a similar action to the 'like' button on Facebook.³⁸

Effects of Moderation Policies: Reflections and Discussion

There are various concerns among advocates of traditional journalism values about the effects of online moderation. For example, a worry that editorial standards are diluted:

It's absurd to think that a two day training session can replace the knowledge garnered through experience in a newsroom. Formally, the power is still in the hands of the editor, but in reality they have abdicated their responsibility. Press ethics should be the media's responsibility, not on a person that has sat on the school bench for only a day (Nils Funcke, Swedish journalist and expert on freedom of expression – interview with Sanna Trygg October 2011)

In 2006 the former head of SvD.se Martin Jönsson described their relationship with the external moderators Interaktiv Säkerhet:

We will have a regular dialogue with them (Interaktiv Säkerhet) about where the boundaries are for what can be published. Our general line is that we want a lively, but cared discussion, with as many votes as possible. What we will clear away include those that may be offensive to the persons concerned, obscenity, nonsense posts and spam.³⁹

But exactly how this relationship works is not clear. In an interview, Interaktiv Säkerhet managing director Klas Karlsson was asked how often he calls the publisher of the newspapers to discuss a particular decision concerning a comment and if he could give examples of such a comment?

I have no examples, but of course it happens that discussions take place with the contact person at the newspaper. But it is not necessarily the publisher. (Klas Karlsson, Interview with Sanna Trygg October 2011)

Making commentors log in has raised concerns about privacy from people like Marcin di Kaminski, an Internet researcher at Lund University:

For each letter we write...for every click and every item we choose to read, we load the already gigantic statistical database of Facebook even more. Facebook already has a better eye on us than we have on ourselves. Now, they are also in partnership with our news aggregators that have the opportunity to gain insight into what we really think is exciting, and also what we think about it (Marcin di Kaminski, Interview with Sanna Trygg October 2011)

Newspapers do not always feel obliged to justify their moderation actions in public:

The discussion has to stay on topic as much as possible. The moderators may remove comments that detract from a constructive conversation, though we don't edit the content of comments. The overall aim is that opinions are expressed in an appropriate way that moves the conversation forward. Sometimes, users want to know why a certain comment was removed, but we don't enter into discussion about individual actions in public. (Meg Pickard, Head of Digital Engagement at *The Guardian*, Interview with Sanna Trygg October 2011)

Research by social media expert, Mariam Cook from 2010 shows that users tend to get frustrated when they are unable to publicly challenge moderation decisions. This perception of being unheard can lead to a vicious cycle where commentors become more belligerent, making writers wary of interacting with them. This leads to frustration with the reader that might negatively affect the trademark in the long run:

I have considered users' frustrations, such as the inability to publicly challenge moderation decisions, the difficulty of getting into long, linear conversations, and the feeling of being ignored above the line. This perception of being unheard cultivates a particular type of 'othering' by commenters of those above them – creating different norms for how they behave towards article authors in comparison to other commenters. It also leads to an ever-perpetuating cycle whereby users are belligerent, making writers wary of interacting with them, leading to further frustration below the line. This 'long-term malaise' might be compared to Mouffe's analysis of the rise of the far right under liberal democracies, where she says a "lack of 'agonistic channels' for the expression of grievances tends to create the conditions for the emergence of antagonisms which can take extreme forms."⁴⁰

Both *SvD* and *The Guardian* argue that the main reasons for not allowing comments on all articles are, firstly, a matter of resources, moderation is not free and can be a drain on already stretched newsroom budgets. Secondly, not all articles are suitable for comments:

Our experience shows that comments on some hot topics needs to be avoided. Simply put, the discussion gets out of our hand quickly. Also, we have to read and review all the comments which unfortunately cost us a lot of money. Limited resources are one of the reasons that not all articles are open to comment. (Johan Möller, Head of the Development-team at SvD.se)

Both of the newspapers claim that they do not keep any official data on what sort of comments are being deleted. It would certainly be interesting to know what kind of comments are being deleted. Do they violate legal limits or are they simply too extreme or even just banal or incoherent? Since no data exists, it is hard to examine what sorts of comments are being deleted and to reflect upon what the effects of these absent opinions are. What is known is that both *SvD* and *The Guardian* have a problem with ultra-xenophobic comments:

Like all newspapers we have had problems with hate speech, which includes racism. (Meg Pickard, Head of Digital Engagement at *The Guardian*)

Since we do not keep any data of the comments being deleted I am not sure but my feeling is that there is a lot racism, threats and hate speech. We also have problems with comments that does not stick to the subject and are therefore being deleted. (Fredric Karén, Digital editor *SvD*.)

To investigate this further I conducted a small unrepresentative survey. I placed 15 different comments which were published on *Svenska Dagbladet's* website. They were sorted in three different categories:

- 1: Clearly corresponding with the policy and law.
- 2: Ambiguous: between corresponding with the policy and law.
- 3: Clearly not corresponding with the policy and law.

Different aliases (female and male) and Yahoo-accounts were created to make the comments. The amount of articles tested was too small to make any wider conclusions but the research did manage to reveal certain patterns and inconsistencies. Comments correspon-

ding with the policy and law were deleted (2 out of 5). Not all comments that failed to correspond with the policy and law were removed (3 out of 5 are deleted). Comments which fell between corresponding with the policy and law are always published (5 of 5). This tiny experiment suggests, at least, that there is a degree of inconsistency in moderation.

Possible Effects

So, to sum up this section, it is clear that opening up to comments has created a large space for public discussion. Thousands of comments are made on these two newspaper websites daily. At times the journalists describe themselves as having to cope with a deluge of interactivity that they fear they cannot control. This is why moderation policies have been implemented. The effect is that there has not been a decisive change in power relations between the media and its consumers. The media still frames the discussion in the following ways:

It dictates what is a worthwhile subject by letting readers comment only on certain articles

It deletes what it considers inappropriate comments as well as those that raise legal concerns

The Guardian does not allow people to question and comment the moderation itself in discussions

Mainstream media may have aspirations to be a platform for free speech online but in practice freedom of expression is actively controlled.

Press and Power: Moderation as Control? Reflections and Discussion

So what might the moderation policies and the way they have been followed, say about the relationship between the traditional media and its consumer? Do the media create a certain agenda by forming its moderation policy in a certain way? Is it inevitable that the high expectations readers may have for participation will always be unfulfilled?

Comment fields on newspaper websites offer great potential for participation in democratic dialogue. It is easy to take part and the potential number of participants is large and from different classes, races, backgrounds and genders with different political views. Posting in comment fields is free of charge at the point of use and relatively easy. But it does not appear that comment fields have changed journalism radically. It could be argued that they have not expanded the editorial diversity of content significantly. Nor have they dramatically changed the balance of power between the traditional media and its consumers to a more 'equal' one.

This might be entirely appropriate for the mainstream media business model. The choice of how to moderate is made to maximize the strength of the brand and to enhance efficient content production as well as to promote interaction with the reader. These goals may not be compatible with openness or with ceding control to the consumer.

The web 2.0 in itself has no particular direction or impact. There is no technological determinism that makes more democracy a result of increased public comment. It is a tool whose effects are determined by who is using it and how. News media are free to shape the impact of the use of their websites can have. Comment fields could be used to enhance democratic processes. A more serious approach to comment fields and readers'

participation could be used to maintain the traditional idea of media as a Fourth Estate, but reformed as part of the participatory Fifth Estate:

There's a new kid on the block. A third wing to the fourth estate, if that's not too mixed a metaphor. You could even argue there are two new kids on the block – the original world wide web (essentially another form of transmission) and web 2.0, the advent and rapid maturing of so-called social, or open, media. No one owns the digital space and it is barely regulated. It brings with it an entirely new idea of what journalism is... This double revolution within just over 20 years is having a dramatic effect on the accepted norms and categorizations of information. We are seeing the splintering of the fourth estate. (Alan Rusbridger, Editor, *The Guardian*⁴¹)

So we can see how moderation fits into a wider set of dilemmas for networked mainstream journalism when it takes its institutional processes onto the open Internet.

Mainstream media is walking a tightrope today, dealing with the aftermath of the financial crises, a changed media landscape with diminishing income and declining newspaper editions. Free material is easy to use in order to boost traffic. As shown in the BBC-study from 2010 UGC is only valued when it benefits the traditional media.⁴² The democratic mission is much lower on the scale:

The main reason for the media to use comment fields is to make readers stay for a longer period on their websites, so that they can sell more advertising space. Also, traditional journalists are nervous. They feel threatened that readers are intruding upon the area that traditionally has belonged to them. (Claire Wardle, Social media expert⁴³)

Traditional media today does its best to manage the fine balance between inviting the reader to be a part of what has been considered the journalistic platform (encouraging the consumer to share and participate), at the same time maintaining traditional power (as in, not giving reader-participation too much importance):

The ideal is a totally free debate where everyone can write what they want so that all opinions can be let out, even uncomfortable or insulting opinions. The alternative, to hide opinions that exist in a democratic society, is too dangerous. For example, today we see that there is an obvious skepticism against immigration in Europe. These opinions exist whether we want it or not. But these thoughts might flourish even more if we do not discuss them. Today there are a number of questions that are "unmentionable". We should take them back. Not until then can we have a constructive debate. (Nils Funcke, Swedish journalist and expert on freedom of expression in interview with Sanna Trygg October 2010)

'Taking back' difficult debates and airing awkward views does not necessarily mean abandoning moderation on mainstream media forums, but there is a limit to openness according to *The Guardian*:

Commenting online is not a right, it is a privilege, albeit one which people have come to expect on publisher sites. We have a responsibility to care for the overall community. If people want to express perspectives that are inappropriate to appear on *The Guardian* site, according to our community standards, they are free

to use other platforms such as private blogs. But on publisher sites, there needs to be structure and rules. While moderation can sometimes be controversial, non-moderated environments aren't places where people want to spend a lot of time. (Meg Pickard, Head of Digital Engagement at *The Guardian*.⁴⁴)

Framing policy in a certain way or deleting comments cannot be considered censorship. The web offers plenty of other forums to express one's views. The chief concern is rather that as the traditional media deliberately excludes critical issues such as right-wing extremism, it will not reflect certain conflicts or debates that necessitate greater moderation resources than non-controversial issues. The effect might be that the consumer searches for platforms with more libertarian attitudes to moderation.

The Swedish website Flashback is one example that supports this conclusion.⁴⁵ It is an underground forum known for its hostile atmosphere and is a public space where people discuss controversial issues that are not usually covered by mainstream media. The debate is not always constructive, orderly or pleasant. By looking at the amount of people using it, it is indeed popular. The forum has almost 600,000 members, a vast number taking into consideration that there are only 9.4 million citizens in Sweden. Another highly successful example is the UK blog 'Order, Order, run by Guido Fawkes, aka the political blogger Paul Staines, which is also minimally moderated.⁴⁶

This does not mean that there are no good reasons for traditional media to moderate their comment fields, but if the media does not show its eagerness to be a centre for discussion, the functions will be taken over by others. Self-moderation through social network peer referral is also growing. Facebook, for example, is already the third biggest referrer of traffic to newsrooms, according to a study of Nielsen audience stats by the Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism.⁴⁷ People are increasingly doing their commenting in those semi-private spaces.

Each newspaper must think very hard about what will set its online community apart from the many other forum spaces on the web. Maintaining discussions that are distinctive may require papers to enforce far stricter moderation policies than those found elsewhere, or to consider rules that might seem eccentric in a different context. Readers won't thank you for moderating inconsistently, unfairly, or obscurely. But they will appreciate the chance to participate in discussions that couldn't happen anywhere else. (Mark Johnson, Online Editor at *The Economist*.⁴⁸)

News organisations have a lot at stake. They desperately want the traffic. Scale, reach and reader attention-retention is vital if they are to garner the meagre marginal advertising revenues online. However, either a too negligent or too restrictive moderation policy can have a negative effect on a newspaper's reputation. If traditional media still want to be considered the main forum for free speech then it is hard to argue for a stronger moderation policy than that which is restricted by the law. However, if the main purpose of the newspaper has less to do with offering a platform for free debate, than protecting the newspaper's reputation, then it is easier to justify a more interventionist moderation strategy.

Increasingly, news organisations are dividing into those who want to maximise hits and those that want to create a more controlled conversational space. As one online editor for a news magazine put it, "I am not concerned about free speech overall; there

are enough places online where people can go to be heard. The paper is a brand like any other brand.” For some that means building the reader relationship but not chasing reader comment for its own sake. The Mail newspaper has taken a different approach seeking to become a global leader in traffic, even if it means less control over moderation. How well either strategy works will depend in the end on resources and whether the transaction costs of moderation are covered by the improved quality or quantity of reader engagement translated into advertising or other revenues.

Paying attention to the comment fields benefits news production in additional ways. If journalists become involved in the process then they may reap additional benefits. Journalists told us how it can offer new leads or angles on stories or help correct false information. But even though newspapers are aware of its potential this opportunity is not prioritized and often the moderation process is not integrated into the news production systems. As one online editor told us:

We use an external company for moderating our material. Its only a matter of resources, we do not have the capacity to read all the comments. It is simply not a part of the every day work or implemented in the organisation which mean we miss important information.

Some journalists do read the comments fields but choose not to officially credit the reader even if it might impact the news production and agenda, as one online community editor explained:

We quite often read a comment and also it is then discussed among the journalists in quite a serious way but this is not something that we communicate back to our readers.

Even though the web offers an opportunity for media to communicate with its readers, it is clear that journalist participation is often absent in the comment fields. Some participants in the research seminar for this report argued that newsroom journalists becoming more active in moderation would benefit their work and the newspaper. The reader would not get the feeling that ‘they scream unheard out in an empty space’ and that might even reduce the need for moderation. Journalist involvement in comment fields seems to generate self-moderation.

Conclusion

Both *Svenska Dagbladet* and *The Guardian* attach great importance to freedom of expression, and critical debate. Like much of traditional media they claim to do society and democracy a favour by offering free debate and public expression. But readers are, in a sense, being misled. Mainstream media still has the monopoly over conversation and that debate is not entirely free. Traditional media still define what is worth discussing and what is not. The idealistic purpose of the traditional media is compromised by the mission to survive as a business in a highly competitive economic environment.

Some newspapers will see this as a realistic compromise that preserves their brand and editorial mission. However, we would argue that in the long run it is worth newspapers continuing to push for more transparent moderation and a more reflective approach to the process. For example, would it be worthwhile making records of deleted comments

public? Since no publicly available records exists, all we know is that comments are being deleted, but not which ones and why.

It is important to continue to strive for real engagement between people with different viewpoints, even when those views are marginal. The danger remains that people will not learn by having their views challenged. In this context the comment fields are important for healthy democracy.

Much politically relevant information is still produced in conditions ultimately determined by the market. It is, therefore, vital to foster public service media, and not just in the formal public service broadcasting sector. Information is supposed to be more accessible, more easily than ever before. But if open government is to mean anything then we also need easy access to useful forums for open and challenging debate. This is vital to enable every citizen, including those with weaker educational or financial resources, to claim their rights in the democratic process.⁴⁹

This report has shown that online moderation is driven by resources, tradition and editorial strategy.

Online comment is important to drive traffic and to make visitors stay longer on the website. It also has the capacity to change the relationship between the reader and the journalist to a more dynamic one since comment fields offer a platform for immediate and transparent two-way communication between reader and the news organization.

Comment fields offer a forum for debate and expression but people's motives are usually about entertainment and community rather than a desire to act as democratic, active, responsible citizen. Newspapers claim to want a changed relationship with the reader but at the same time fear the volume and the nature of public participation. The main reason for this is that coherent and meaningful interactivity demands attention and resources.

Readers' participation is still not a priority in the newspapers organization. Moderation is being performed on the terms of the newspaper and is a product of a relatively narrow policy. This issue matters if it drives people away from 'reasonable' moderated discourse. It is also crucial if an important, significant public opinion is not heard. It is a central problem for the creation of a truly networked journalism or Fifth Estate.

There is a need for further research focusing on the effects of moderation as well as more data on reader's participation and their contribution of user-generated content. There is also a need for more investment in creative moderation such as live web chats and other alternatives to conventional comment fields. This study shows that there is a need for more involvement of the journalists in the moderation process. For this to happen it is vital to revalue the comment fields and to continue to integrate the dialogue between journalists and readers into the daily work of a news organization.

Acknowledgements

This report was edited by Polis Director Charlie Beckett. The research interns on this report were: Ria Sen and Emily Chapper.

We are very grateful for the co-operation from *The Guardian* and *Svenska Dagbladet* and to all the journalists who attended the research seminar and who have contributed in other ways. This report is a product of a visiting research fellowship at Polis, LSE supported by the Journalistfonden för vidareutbildning (The Swedish fund for further journalism training). We are particularly grateful to Carsten Nilsson whose commitment to good journalism made this collaboration possible

Notes

1. This article is the first product of a new visiting research fellowship scheme at Polis, supported by the Swedish media foundation, Journalistfonden. It allows a working Swedish journalist to spend a month with Polis at the London School of Economics researching a topic. Nordicom is particularly grateful to Charlie Beckett, Director, Polis, London School of Economics and Political Science, for the permission to republish the report.
2. Wardle, C. and Williams, A. Media, Culture and Society 'UGC @ the BBC', Media Culture and Society, 2010. <http://www.bbc.co.uk/blogs/knowledgeexchange/cardiffone.pdf>
3. Ilshammar, Lars. "Demokr@i. Det elektroniska folkstyrets möjligheter och problem". Expertutspats skriften på uppdrag av 1996 års folkomröstningsutredning. Bilaga 2 till SOU 1997:56., Perelman, Michael. "Class Warfare in the Information Age". St. Martin's Press, 1998, Bellamy, Christine/Taylor, John A. "Governing in the Information Age". Open University Press, 1998, Moore, Nick. "Confucius or capitalism? Policies for an information society". I Loader, Brian D. (ed) "Cyberspace Divide. Equality, Agency and Policy in the Information Society". Routledge, 1998.
4. <http://www.journalistfonden.se/pages/?ID=124>
5. <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/POLIS/home.aspx>
6. <http://www.svd.se/>
7. <http://www.guardian.co.uk/>
8. http://www.svd.se/nyheter/inrikes/svdse-arets-dagstidning-digitala-medier_6569571.svd
9. <http://www.mediaweek.co.uk/news/1064248/>
10. <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-14261716>
11. Hedensjö, Björn, "Därför stänger vi kommentarsfälten tillfälligt" on August 29 in 2011. <http://www.dn.se/blogg/redaktionsbloggen/2011/08/29/darfor-stanger-vi-kommentarsfaltentillfalligt/>
12. Thomas Mattson, Expressen.se "Debatten om artikelkommentarerna", on 30 of August 2011. <http://bloggar.expressen.se/thomasmattsson/2011/08/debatten-om-artikelkommentarerna/>
13. http://www.regjeringen.no/nb/dep/smk/aktuelt/taler_og_artikler/statsministeren/statsminister_jens_stoltenberg/2011/jens-stoltenbergs-tale-i-central-jamaat-.html?id=651933
14. <http://www.journalisten.se/kronika/28783/trakig-debatt-utan-elaka-antagonister>
15. <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/crime/8687177/London-riots-live.html>
16. <http://www.nytimes.com/2011/08/12/world/europe/12iht-social12.html>
17. Index on Censorship is a British organization promoting freedom of expression. Its news editor Padraig Reidy said: "David Cameron must not allow legitimate anger over the recent riots and looting in the UK to be used in an attack on free expression and free information. Too often, channels of communication, whether Twitter, Facebook or BlackBerry Messenger are seen as the culprits in acts of violence and anti-social behavior, rather than merely the conduit. While police in investigations should be able to investigate relevant communications, there should be no power to pre-emptively monitor or suspend communications for ordinary social media users." <http://www.indexoncensorship.org/tag/uk-riots/>
18. <http://www.indexoncensorship.org/2011/08/index-on-censorship-reaction-to-david-cameron-comments-on-social-media/>
19. <http://www.bbc.co.uk/news/technology-14493497>
20. <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/phone-hacking/8634757/Phone-hacking-David-Cameron-announces-terms-of-phone-hacking-inquiry.html>
21. Article sourced from *The Economist* online entitled "How to fix the press" on July 21 2011. (There is no author mentioned in this article.)
22. <http://www.guardian.co.uk/media/2010/mar/30/guardian-independent-ads>
23. http://www.svd.se/special/svd_info/sjalvstandig-och-oberoende-av-politiska-religiosa-kommersiella-eller-enskilda-intressen_91683.svd
24. <http://www.notisum.se/rnp/sls/lag/19980112.HTM>
25. <http://www.guardian.co.uk/community-standards>
26. Legal advice by David Dryselius, Swedish lawyer and Phd at University of Lund.
27. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/695596.stm>
28. <http://www.pcc.org.uk/>
29. <http://blog.emoderation.com/2011/10/proposed-changes-to-defamation-law-will.html>
30. <http://www.emoderation.com/>
31. <http://jiad.org/article101>
32. Bergström, A, The reluctant audience: Online participation in the Swedish journalistic context. *Westminster Papers in Communication and Culture* 5(2), s. 60-80, 2008.
33. Cybercanalization: Even if the Information technology can link geographically separated people together and have the potential to bridge gaps and unite communities, they also have the potential to fragment

interaction and divide groups by leading people to spend more time on special interests and by screening out less preferred contact. The term was first used by Marshall Van Alstyne and Erik Brynjolfsson in the paper *Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?* MIT Sloan School, from 1996. "Information cocoon, wherein people avoid the news and opinions that they don't want to hear." is used by Sunstein, Cass in his book *Republic.com 2.0*, 2009.

35. http://www.svd.se/kultur/lasare-vill-kunna-kommentera_6444146.svd
36. <http://venturebeat.com/2011/05/04/disqus-funding/>
37. Interview with Sanna Trygg October 2011
38. <http://www.bbc.co.uk/news/technology-15934685>
39. <http://www.medievarlden.se/arbete-a-metoder/2-arbete-a-metoder/3447-morgonkollen-de-modererar-mediehusens-kommentarer>
40. Mariam Cooks dissertation submitted to the Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, August 2010. www2.lse.ac.uk/media@lse/research/.../MScDissertationSeries/2010/Cook.pdf
41. <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/nov/19/open-collaborative-future-journalism>
42. <http://www.bbc.co.uk/blogs/knowledgeexchange/cardiffone.pdf>
43. Interview with Sanna Trygg October 2011
44. Interview with Sanna Trygg October 2011
45. <https://www.flashback.org/>
46. <http://order-order.com/>
47. http://www.journalism.org/analysis_report/navigating_news_online
48. Interview with Sanna Trygg October 2011
49. Ilshammar, Lars. "Demokr@i. Det elektroniska folkstyrets möjligheter och problem". Expertuppsats skriven på uppdrag av 1996 års folkomröstningsutredning. Bilaga 2 till SOU 1997:56., Perelman, Michael. "Class Warfare in the Information Age". St. Martin's Press, 1998, Bellamy, Christine/Taylor, John A. "Governing in the Information Age". Open University Press, 1998, Moore, Nick. "Confucius or capitalism? Policies for an information society". I Loader, Brian D. (ed) "Cyberspace Divide. Equality, Agency and Policy in the Information Society". Routledge, 1998.

Appendix

The Svenska Dagbladet

Daily circulation in 2010: 192 800.

Editor in chief: Lena K. Samuelsson.

Founded: 18th December 1884.

Website was launched: 1995.

Unique browsers/month: 4.8 million.

Comments each month: 48,000.

Ownership: *SvD* is owned by the Norwegian media conglomerate Schibsted.

SvD is the second largest national daily newspaper in Sweden.

The stated position of the editorial page is independently moderate, which means it is independent but adheres to the liberal conservatism of the Moderate Party.

SvD was named newspaper of the year in the category digital media at the Tidnings Utgivarna and Medievärldens' competition 2011 Newspaper of the Year.

The Guardian

Daily circulation in 2010: 230,541 (October 2011).

Editor in chief: Alan Rusbridger.

Founded: 5th May 1821

Website was launched: 1995.

Unique browsers/month: 50 million

Comments each month: 500 000

Ownership: *The Guardian* is part of Guardian News & Media, a division of the Guardian Media Group Ltd, which is owned by the Scott Trust.

The Guardian is the third largest daily newspaper in the UK.

The paper identifies with centre left-liberalism.

The Guardian was named newspaper of the year at the 2011 Press Awards.

Det underforståtte i mediepolitikken

Eksempelet formidlingsplikt

Hallvard Moe

Abstract

Tross stabile mediepolitiske mål i Norden, forandres de mediepolitiske verktøyenes innretning gjennom små, tilsynelatende apolitiske oppdateringer av konkrete regler, der underlaget forblir implisitt. Disse oppdateringene er lette å overse, og bygger gjerne på underforståtte forutsetninger, men kan innebære viktige endringer i mediepolitikkens grunnlag. For å illustrere dette poenget presenterer denne artikkelen en analyse av formidlingsplikten i Norge – en regel for distribusjon av tv i kabelnett som skal underbygge allmennkringkasting som mediepolitisk verktøy – med fokus på en regelendring fra 2010. Konteksten for regelendringen var det akutte problemet som mediepolitikkerne i alle de nordiske landene står overfor: hvordan sikre et bredt, nasjonalt tv-tilbud i et digital mediesystem utover det de offentlig finansierte allmennkringkasterne leverer? Artikkelen undersøker de konkrete realpolitiske grepene som ligger i den norske løsningen på dette problemet.

Keywords: media policy, broadcasting, TV2, must carry, governance

Innledning

I de nordiske landene er de mediepolitiske målene gjerne stabile, og verktøyene gjenkjennelige over tid. Pressestøtten i Norge er for eksempel et verktøy som skal bidra til overordnede mål om ytringsfrihet, mangfold og kvalitet¹. Men tross denne stabiliteten forandres de mediepolitiske verktøyenes innretning gjennom små, tilsynelatende apolitiske oppdateringer av konkrete regler, der underlaget forblir implisitt. Disse oppdateringene eller fininnstillingene er lette å overse, og bygger gjerne på underforståtte forutsetninger, men innebærer samtidig viktige endringer i mediepolitikkens grunnlag. Dette fordrer at medieforskere ikke bare bruker energi på de dagsaktuelle, store spørsmålene politikere eller bransjen setter på agendaen. Vi må også følge mediepolitikken over tid og kritisk analysere de små justeringene som gjennomføres i ly av de dominerende debattene – det Des Freedman (2010) har kalt ”media policy silences”.

For å illustrere dette poenget presenterer denne artikkelen en analyse av en mindre regelendring i Norge, som bygger på en underforstått forutsetning og har interessante konsekvenser for innretningen av et mediepolitisk verktøy. Justeringen gjelder formidlingsplikten – en regel for distribusjon av tv i kabelnett som skal underbygge allmennkringkasting som mediepolitisk verktøy. I over 20 år har formidlingsplikten grepet inn i markedet for tv-distribusjon og gitt seerne rett til tilgang til visse kanaler, i første rekke fra allmennkringkasterne. Fra 2011 ble formidlingspliktsreglene justert. Nå plikter norske

seere å betale for tilgang til den kommersielle allmennkringkasteren TV2. Konteksten for regelendringen var det akutte problemet som mediepolitikkerne i alle de nordiske landene står overfor: hvordan sikre et bredt, nasjonalt tv-tilbud i et digital mediasystem utover det de offentlig finansierte allmennkringkasterne leverer? Artikkelen undersøker altså de konkrete realpolitiske grepene som ligger i den norske løsningen på dette problemet.

Jeg vil vise at den norske løsningen bygger på en forutsetning om at markedsmekanismer kan brukes for å oppnå mediepolitiske mål. Virkemidler fra et kommersielt domene brukes slik for å oppnå ikke-kommersielle mål: For å videreføre kommersiell allmennkringkasting er formidlingsplikten justert slik at den sikrer TV2 betaling fra kabelselskap som Canal Digital og Get på markedsmessige vilkår. Det innebærer en ny utgift for kabelselskapene, som de kan dekke inn gjennom økte abonnementspriser. Resultatet er en slags indirekte mediestøtte som griper inn i markedet, men som presenteres som en ren markeds mekanisme.

Poenget mitt er ikke at marked og kommersialisme representerer noe underlegent eller uønsket. Poenget er at rollen virkemidler fra dette domenet får i norsk mediepolitikk, illustrert med eksempelet formidlingsplikt, innebærer en interessant endring med konsekvenser for brukerne og for mediepolitikkenes forutsetning. Jeg vil vise hvordan vi kan vi få fram disse konsekvensene gjennom å studere de detaljerte justeringene heller enn generelle diskusjoner. En slik tilnærming, som i vår globaliserte, digitaliserte tidsalder velger ut en spesifikk lovbestemt nasjonal regel knyttet til ett gammelt medium, krever en begrunnelse.

Tilnærming og teoretisk utgangspunkt

Forskningen på mediepolitikk skiller gjerne mellom medier, men fordeler seg ikke jevnt mellom dem. I Norge og nabolandene er det som kalles mediepolitikk i forskningssammenheng oftest kringkastingspolitikk med noe attåt. Og det som kommer i tillegg er stort sett eierskapsregulering og pressestøtte knyttet til papiraviser. Innholdsfortegnelsen i danske Frands Mortensens festskrift *Forskning i mediepolitikk – mediepolitisk forskning* er illustrerende: To kapitler om allmennkringkasting, ett om tv-distribusjon, og to om eierskap (Bruun et al. (red.) 2004). Denne innretningen er ikke uten forankring i feltets studieobjekt. Trine Syvertsens begrunnelse for å gi ut en bok om mediepolitikk i 2004 som handler ”mest om kringkastingspolitikk” er god nok: ”kringkastingspolitikken har i hele det 20. århundre vært det mest sentrale området for mediepolitisk styring, og det var spørsmål om nye kringkastingsformer som gjorde at mediepolitikken for alvor kom på den politiske dagsorden” (Syvertsen 2004: 14). Det er kringkastingsforskere som har hatt hegemoniet i mediepolitikkforskningen, en posisjon som verken journalistikk-, film-, eller dataspillforskere virker særlig interesserte i å utfordre, selv om de også ofte studerer politikk.

Andre steder, med andre politiske historier og andre fagtradisjoner, er det annerledes. I USA er telekommunikasjon, og informasjonsteknologisk infrastruktur generelt, definerende objekt for kommunikasjonspolitikkforskningen, som dermed inkluderer kringkasting som én del (se for eksempel Braman (red.) 2002; May (red.) 2009). Det finnes selvsagt også norsk forskning på telekommunikasjonspolitikk, med Tanja Storsuls (2002) arbeid som et godt eksempel. På lignende vis finnes det forskning på ikke-periodiske medier, men den sorteres gjerne under andre betegnelser enn mediepolitikk, slik for

eksempel bokbransjens regulatoriske rammer er domenet for kulturpolitikkforskere. Dette rokker uansett ikke ved bildet av mediespesifikk politikkforskning.

I en digital tidsalder, mer enn ti år etter at et norsk offentlig utvalg satt konvergens på den politiske dagsorden, skulle en tro at en slik mediespesifikk tilnærming var avleggs. Innføringsbøker om mediepolitikk understreker gjerne at styresmaktene har regulert ulike medier i hundre eller hundrevis av år, men at mediepolitikk som begrep slo gjennom rundt 1980 (Østbye 1995: 35; Syvertsen 2004: 14). I Norge skulle da presse-, film-, kringkastingspolitikk også videre kobles sammen og dekke alle mediene (Østbye 1995: 37). På overordnet nivå skjedde det en slik sammenkobling. Politikerne formulerte mål som var felles for alle medier. Men på et mer konkret nivå forble de politiske verktøyene i stor grad mediespesifikke. Slik er det fremdeles. Det finnes positive og negative styringsverktøy for ethvert medium. Den direkte pressestøtten gjelder stadig dagsaviser trykt på papir. Politisk reklame er tillatt i noen audiovisuelle medier, som film på kino og DVD, men ikke på kringkastet tv. Aldersgrensereglene gjelder for kinofilm, mens medieeierskapsloven rammer de som driver innen dagspresse og kringkasting. I en slik situasjon gir det fortsatt mening å studere politikk rettet mot enkeltmedier. Det vil jeg underbygge ved å analysere formidlingspliktregelen, som gjelder kringkastet tv.

Selv om en holder fast ved nødvendigheten av mediespesifikke studier betyr ikke det at vi skal slå oss til ro med vante tilnærminger. I så måte er mediepolitikkforskernes interesse for konseptet "governance" en interessant tendens. Begrepet gis ulike definisjoner i litteraturen, og noen har avfeid det som et moteord (Kleinsten 2007: 43). De som anvender begrepet vektlegger typisk betydningen av andre aktører enn nasjonale offentlige myndigheter (e.g. Donges 2007; Michalis 2007). I motsetning til "politikk" og "regulering", som konnoterer formell kontroll, skal "governance" peke mot uformell innvirkning og krav fra interessenter, samt de styrende prinsippene eller verdiene disse kravene baseres på. Syvertsen har foreslått "samfunnsmessig styring" som norsk betegnelse (2004). Puppis (2010) skiller mellom slik samfunnsmessig styring i snever og vid forstand. I snever betydning avgrenses lovbestemt regulering ("government") fra "governance". Med en vid betydning inkluderes både såkalte nye former for styring, som selv- og samregulering av mediene, og det tradisjonelle verktøyene forankret i lov (Puppis 2010: 137). "Governance" skal da dekke både politikk og regulering, og noe i tillegg: "the sum total of mechanisms, both formal and informal, national and supranational, centralized and dispersed, that aim to organize media systems according to the resolution of media policy debates" (Freedman 2008: 14).

Det er åpenbart en god idé å gi oppmerksomhet til uformelle fora og aktører, uttalte forventninger og press, samt aspekt som tas for gitt eller ikke løftes opp i vante mediepolitiske diskusjoner. Den samfunnsmessige styringen av mediene inkluderer ikke bare formaliserte prosedyrer med åpent tilgjengelige, skriftlige dokument. Men dette er jo ikke noe nytt. Selvregulering, for å ta ett eksempel, har en lang tradisjon i ulike deler mediesektoren i ulike land, fra lenge før samfunnsforskere fant et ord for å beskrive det (Puppis 2010: 138). Selv om en slik påminning ikke fravriker "governance" en verdi for mediepolitiske analyser, er det problematiske aspekt ved begrepet, både i snever og vid forstand. En snever betydning kan sies å være en variant av en neoliberal fortelling der "government" er dårlig, og "governance" bra, siden det fortrenger og minimerer statlig inngripen (Bevir i Puppis 2010: 137). Viktigere er det at en slik snever betydning utelukker regulering gitt i nasjonal lov og typisk håndhevet av offentlige institusjoner.

Nasjonale lovgivende og styrende myndigheter er langt fra opphevet, og må fortsatt underlegges studier. Det skulle tale for en vid forståelse av "governance", som inkluderer alle aspekt ved den mediepolitiske prosessen. Problemet med et slikt begrep er nettopp at det er så vidt. Dets verdi avhenger av at vi tar for oss deler av prosessene i konkrete analyser. Bare da kan vi forstå hvordan den samfunnsmessige styringen av mediene fungerer, og med hvilke konsekvenser.

I en slik sammenheng er det nødvendig å se bortenfor de store, gjennomdiskuterte mediepolitiske initiativene, for å identifisere det Freedman (2010: 4) kaller "media policy silences": Det ugjennomsiktige, de små justeringene og ikke-avgjørelsene som bygger på en begrenset palett av preferanser og ideologiske verdier. Målet med denne tilnærmingen er slik å kaste lys over det oversette og underforståtte.

Markedslogikk som grunnlag for mediepolitikk er et slikt underforstått aspekt. En slik påstand er ikke ment som en generell påpekning av new public management i mediesektoren, eller en beklagelse over at samfunnsdomener som tidligere var holdt utenfor markedet nå innlemmes i det – altså det som på engelsk heter "marketization". Jeg er her verken opptatt av organisasjonsstrukturer, internfakturerings og effektivitetskrav hos NRK eller i tradisjonsrike avishus, eller prosessen der medieinnhold vurderes og verdisettes gjennom detaljerte kvantitative målinger knyttet til kommersielle vilkår. Slike utviklingstrekk er interessante, og de er beslektet med tendensen jeg studerer. I den norske konteksten, med stabile mediepolitiske mål, betyr markedslogikkens inntreden som grunnlag for mediepolitikken at mekanismer fra et kommersielt domene brukes for å oppnå ikke-kommersielle mål. Sentrale mediepolitiske verktøy – som pressestøtten eller NRK – skal bidra til de samme overordnede målene i dag, som da ordningene ble opprettet. Men arrangementene bak, altså de konkrete regulatoriske ordningene, endres slik at de bygger på en markedslogikk. Denne tendensen, som i stor grad er underforstått, vil jeg illustrere med den ugjennomsiktige justeringen av formidlingspliktregele som eksempel. Da er det første spørsmålet hva formidlingsplikten er, og hvorfor den finnes.

Diskusjonen som følger bygger på skriftlige datakilder. Jeg fortolker politiske dokument – konkret utredninger gjort på oppdrag for regjeringen, rapporter fra regjeringen, lovforslag og begrunnelser for slike. Disse undersøkes og systematiseres kronologisk for å brukes som kilder som dokumenterer en prosess (Skogerbø 1996: 50). Det betyr at jeg antar at dokumentene gir uttrykk for interesser og handlinger til aktørene, altså at de representerer den politiske prosessen de referer til (Karppinen og Moe 2012). Analyseperioden går fra innføringen av regelen i 1988 til og med 2010.

Formidlingsplikten og begrunnelsen

På engelsk heter formidlingsplikt "must-carry obligation". Denne kan gjelde ulike typer tjenester – for eksempel telefoni – men begrepet viser alltid til at distributører forplikter å overføre noe ("carry"). I norsk mediepolitikk gjelder formidlingsplikten tv-innhold kringkastet gjennom kabelnett. Regelen kan formuleres som en "leveringsplikt" for distributørene som "balanseres av en formidlingsrett" for kringkasteren det gjelder (Regjeringen 2010a: 3). Staten gir altså en kringkaster rett til formidling, mens denne kringkasteren plikter å gjøre sitt innhold, i praksis en kanal, tilgjengelig for distributørene.

Bakgrunnen for innføringen av regelen om formidlingsplikt var utbyggingen av kabel som alternativ distribusjonsvei for tv. I 1988, mot slutten av Arbeiderpartileders

Gro Harlem Brundtlands andre regjeringstid, var Norge ett av få land i Europa som ikke hadde lovregulert disse nettene. Motivet for det som ble ”lov om kabelsendingar”, var å få på plass en ordning som strukturerte denne delen av det som skulle bli en norsk tv-bransje, og samtidig å gi seerne valgfrihet blant kanalene de ville ha tilgang til. Men kultur- og vitenskapsdepartementet (KVD) gikk også inn for at ”alle kabelabonnentar skal sikrast eit grunntilbud av program” (KVD 1988: 2.1.1.). Noen kanaler skulle altså unntas valgordningen – ingen skulle kunne velge disse bort. Departementet foreslo at disse kanalene for det første kunne være ”riksdekkjande sendingar frå nasjonale kringkastingselskap”. Som departementet bemerket betydde det NRKs kanal. For det andre kunne formidlingsplikten gjelde nær-tv, og for det tredje ”nasjonale kringkastingsendingar frå andre nordiske land” (KVD 1988: 1.2).

Dette er det nærmeste vi her kommer en opprinnelig begrunnelse for formidlingsplikten. Departementet forklarte ikke hvorfor det er viktig at alle kabel-tv-brukere sikres et grunntilbud. Det sier heller ikke noe om hvorfor dette grunntilbudet bør utgjøres av akkurat de typene kanaler som nevnes, i motsetning til for eksempel utenlandske ikke-riksdekkende kanaler eller nasjonale riksdekkende sendinger fra land utenfor Norden. Dokumentet trekker imidlertid et skille mellom det da eksisterende nordiske tilbudet, som var underlagt en viss form for samfunnsmessig styring (konkret allmennkringkasteren NRK og søsterinstitusjonene i nabolandene) og ”uavhengig kringkasting” som ikke var underlagt slik samfunnsmessig styring, og som ”vanlegvis” la opp programtilbudet etter ”marknadsmessige vurderingar” (KVD 1988: 2.2.1). Det ligger som en forutsetning at den første kategorien må særbehandles for ikke å bli fortrent av det voksende tilbudet av den andre, men det sies ikke rett ut hvorfor. Heller ikke i årene som fulgte finner vi noen uttalt begrunnelse for formidlingspliktregelen i norske politiske dokument. En forklaring kan være at regelen havnet i skyggen av andre spørsmål, både da den nye kringkastingsloven ble til i 1992, og da Stortinget reviderte den samme loven for å innføre TV2.

Så, i 1994 nedsettes det såkalte Kabelutvalget for å vurdere lovgivningen om kabelsendinger. Da utvalget skulle formulere hvorfor formidlingspliktsreglene eksisterte tilbød det en tolkning av den opprinnelige diskusjonen fra 1988: ”Bestemmelsene om formidlingsplikt er begrunnet bl.a. i at det er viktig at norske sendinger skal være tilgjengelige i norske kabelnett, ikke minst norsk riksdekkende allmennkringkasting, jf Ot.prp. nr. 53 s. 7 flg.” (NOU 1995: 8:34). Det kan altså være flere andre begrunnelser, i følge Kabelutvalget, og også andre sendinger enn allmennkringkastingens, men denne setningen er igjen det nærmeste vi kommer en eksplisitt grunngivning av formidlingsplikten. I 1999 kom en omfattende rapport om hvordan teknologiutviklingen – under overskriften ”konvergens” – påvirket en rekke politikkområder. Utvalget pekte på to aspekt som begrunnelse for formidlingsplikten: ”Bakgrunnen for reglene er dels å sikre allmennkringkasterne distribusjon, dels å sikre forbrukerne visse rettigheter i forhold til det faktiske tilbudet i nettene” (NOU 1999: 26:202). Kulturdepartementet (KD) under Kjell Magne Bondeviks andre sentrumsregjering repeterte den samme formuleringen da det oversendte innspillene fra utvalget til Stortinget (KD 2002:15).

I 2007 skulle det bakkebaserte tv-nettet digitaliseres. Kultur- og kirkedepartementet (KKD) under Jens Stoltenbergs andre samlingsregjering lanserte da i en stortingsmelding ideen om å utvide formidlingsplikten til å dekke også denne plattformen: ”De kulturpolitiske interesser knyttet til bakkenettet vil kunne ivaretas gjennom ordningen med

formidlingsplikt”, het det (KKD 2007: 17). Samtidig fikk tilbudet som eventuelt skulle sikres distribusjon en egen betegnelse, nemlig ”formidlingspliktige allmennkringkastere” (KKD 2007: 17). Heller ikke her ligger det en uttalt begrunnelse for hvorfor sikringen var nødvendig.

En slik formulering finnes derimot i en ferskere tekst fra Stoltenbergregjeringen – dokumentet som forklarer den nye avtalen mellom staten og TV2 som igjen gjorde selskapet til kommersiell allmennkringkaster, undertegnet i desember 2010. I dette dokumentet ser det imidlertid ut til at regelen får en ny begrunnelse: ”Formidlingsplikt er basert på et premiss om at en gitt kanal ivaretar et samfunnsoppdrag og derfor bør være sikret fremføring til seerne” (Regjeringen 2010a, 1). ”Det primære formålet med formidlingsplikten” blir da ”å sikre publikum tilgang til kanaler som oppfyller et samfunnsoppdrag” (Regjeringen 2010a: 2).

Allmennkringkasting er ute av bildet, erstattet av et nytt begrep: kanaler med samfunnsoppdrag. Som Håkon Larsen (2010) har vist fikk ”samfunnsoppdrag” en sentral funksjon i NRKs egenbeskrivelse i årene etter 2007. Selskapet brukte begrepet som erstatning for mer vante uttrykk for å peke på det særlige ansvaret som ligger i allmennkringkastingsfunksjonen (Larsen 2010)². Som metafor er samfunnsoppdrag, sammen med det beslektede ”samfunnskontrakt”, ofte brukt for å legitimere journalistikk generelt (se Sjøvaag 2010; Roppen og Allern 2010). Selv om begrepet ikke defineres i det aktuelle dokumentet om formidlingsplikt er det nærliggende å koble det til allmennkringkasting – også fordi reglene etter denne revisjonen dekker nettopp allmennkringkastingskanalene NRK 1, 2 og 3, TV 2s hovedkanal samt det ikke-kommersielle grasrotinitiativet Frikanalen.

En slik gjennomgang av politiske dokument på leting etter en begrunnelse for formidlingspliktregelen gir altså et noe fragmentert bilde. Det er få forsøk på prinsipielle og eksplisitte forklaringer. Isteden refereres det mer eller mindre presist til tidligere utredninger, eller kjernebegrep tas bort og erstattes av nye. Det kan virke slående hvordan departementene under ulike regjeringer gjennom drøye 20 år i så liten grad motiverer formidlingsplikten som mediepolitisk inngripen. Begrunnelsen tas i stor grad for gitt. En viktig forklaring kan være at det neppe var behov for å minne om hvorfor NRKs tilbud måtte underbygges i møte med nye, utenlandske kommersielle aktører da regelen ble til. Ideen om at tv-mediet trenger politisk styring for å begrense markedsmekanismene – for å ha en samfunnsmessig funksjon – har ligget som et vilkår i all diskusjon om mediet i norsk politikk (for eksempel Enli et al. 2010: kap. 3). Slik sett kan innføringen av formidlingspliktreglene i 1988 forstås som et forsøk på å sikre mediepolitiske verktøy – særlig NRK – i en ny situasjon.

Noe av forklaringen på at heller ikke dokumentene i fortsettelsen gir oss gode argument for hvorfor regelen er innrettet som den er, ligger trolig i den stabile mediepolitiske konteksten, med høy grad av enighet på tvers av politiske skillelinjer. Men vi må også minne oss om at vi her studerer en liten, konkret detalj i mediereguleringen. Heller enn å ta for seg overordnede politiske mål formidlingsplikten skal bidra til, viser disse passasjene til et mediepolitisk verktøy definert på ulike vis – som ”nasjonale riksdekkende sendinger” i 1988, som ”allmennkringkasting” i 1999, og ”kanaler med samfunnsoppdrag” i 2010. Det kan gi inntrykk av endring eller uklarhet. Noe lignende kan en si om rollen brukerne får i disse dokumentene. I 1988 er de ”kabelabonnenter”, i 1999 ”forbrukere”, og i 2010 ”publikum”. Det kan virke malplassert å bruke ”forbru-

ker” og ”abonnet” som merkelapp på tv-seeren i sammenheng med kulturpolitikk og samfunnsmessig verdi, siden vår rolle som forbrukere rutinemessig settes i motsetning til vår rolle som det som på svensk kalles medborgere³. Likevel skal vi være varsomme med å trekke slutninger basert på slike tilfeller av språkbruk. Politiske dokument av denne typen prioriterer ikke nødvendigvis indre sammenheng, eller enhetlig, nøye gjennomtenkt begrepsbruk. De er ikke skrevet for å leses fra perm til perm, men for å skummes og sjekkes (Johansen 2008).

Tilsynelatende oppgis altså ulike begrunnelser for formidlingsplikten gjennom historien. Ser vi nærmere etter handler det imidlertid mer om nivået i beskrivelsen – om hvor underforstått den er – enn om nye motiv. Formidlingsplikten er til for å sikre tilgjengelighet av visse typer innhold. Slikt innhold lages av det som kalles allmennkringkastere. Formidlingsplikten er altså en regel som skal underbygge allmennkringkastingen som mediepolitisk verktøy. Begrunnelsen for regelen har slik sett vært stabil i snart 25 år, tross skiftende politiske og medieteknologiske forhold. Men det betyr ikke at selve regelen ikke har endret seg. For det første har de konkrete kanalene som har vært kalt allmennkringkastere variert opp gjennom årene. For det andre har det skjedd justeringer også på et mer detaljert nivå, som ikke er like synlige. En av disse justeringene, som trådte i kraft fra januar 2011, illustrerer viktige endringer i mediepolitikken grunnlag.

Formidlingsplikten og markedsmekanismen

Plikten i regelen om formidlingsplikt ligger på kringkasterne, som skal levere en kanal med et visst innhold, og på tv-distributørene, som skal sende ut kanalen. De motsvarende rettighetene kan formuleres som at kringkasterne får rett til distribusjon, og distributørene får rett til å tilby kanalene. Men fra 2011 skal kabeleier formidle TV2 ”på markedsmessige vilkår” (Regjeringen 2010a). Denne korte formuleringen, innsatt i forskriften til kringkastingsloven, introduserer en ny faktor i balansen mellom plikter og rettigheter i regelen. En betaling regulert kun av markedet skal belønne TV2 for å ta oppgaven som det mediepolitiske verktøyet formidlingspliktig allmennkringkaster. Allmennkringkasting skal altså sikres med markedsmessige vilkår.

Mediepolitikken verktøy er det som i noen retninger innen økonomisk teori kalles ”merit goods”⁴. Richard A. Musgrave, som først definerte kategorien, pekte på hvordan noe kan være “considered so meritorious that their satisfaction is provided for through the public budget, over and above what is provided for through the market and paid for by private buyers” (Musgrave, [1959] 1961: 13). Det dreier seg altså om en verdibasert påvirkning av markedet for å sikre et visst nivå på forbruket. Biblioteker og vaksiner er slike “merit goods”, mens tobakk er det motsatte; et “de-merit good”. I norsk mediepolitikk kan allmennkringkasting defineres som et sentralt ”merit good” siden staten griper inn i denne delen av mediemarkedet for å sikre forbruk av en viss type kringkasting. Etter endringen av formidlingspliktregele, når forbruk av TV2s allmennkringkasting skal sikres ved å gi selskapet betaling på markedsmessige vilkår, brukes tilsynelatende markedsmekanismer som grunnlag for å sikre et ”merit good”. Da oppstår et interessant paradoks: Markedet blir virkemiddelet som skal sikre velfungerende inngripen i markedet.

For å forstå bakgrunnen må vi se på en relatert mediepolitisk ordning. Endringen i formidlingspliktregele kom nemlig som en konsekvens av den nye avtalen mellom staten og TV2, som fra 2011 igjen gjør selskapets hovedkanal til allmennkringkasting.

For å oppfylle overordnede mediepolitiske mål ønsket regjering og storting å videreføre ordningen med en kommersiell allmennkringkaster, med daglige nyhetssendinger og andre konkrete programkrav, og med hovedsete utenfor Oslo. Da TV2 opprinnelig fikk denne oppgaven i 1992 takket selskapet ja til slike forpliktelser i bytte mot enerett til riksdekkende reklamefinansiert kringkasting. Før digitaliseringen av tv-distribusjonen var kapasiteten i det eneste nettet som nådde hele befolkningen svært begrenset. Staten kunne derfor gi TV2 en økonomisk lukrativ rett som eneste riksdekkende reklamekanal, og forvente oppfyllelse av programkrav som gjengjeld. Med digitaliseringen av de tradisjonelle tv-distribusjonsnettene, og utviklingen av nye alternativ, er ikke riksdekkende kommersielt tv lenger en eksklusiv rettighet (se for eksempel Storsul 2008; Enli et al. 2010). Dette er en helt sentral mediepolitisk utfordring over hele Norden: Hvordan kan en sikre fortsatt bredt, nasjonalt tv-tilbud utenfor de offentlige institusjonen også i et digitalt mediasystem? Som løsning lanserte den norske regjeringen i 2009 altså ideen om at en kommersiell allmennkringkaster istedenfor eksklusiv rett til reklame-tv kunne få rett til å ta betaling på ”markedsmessige vilkår” fra distributørene som er forpliktet til å føre kanalen til seerne.

Det innebar en holdningsendring. I utgangspunktet forventet nemlig myndighetene at formidlingsplikten skulle være vederlagsfri. Da regelen ble formulert i 1988 het det: ”Kabeleigar skal ikkje kunna krevja spesielt vederlag for formidling av program som han etter reglane er pliktig å formidla – verken frå sendeselskap eller frå abonnentane” (KVD 1988: 4.2.1). I praksis har det likevel blitt sendt penger mellom partene, blant annet for å forvalte opphavsrettigheter. Fram til 2006 inngikk en sammenslutning av kringkasterne, rettighetsorganisasjonen Norwaco og kabelselskapene såkalte fellesavtaler om fordelingen av disse vederlagene. Etter 2006 forlot TV2 sammenslutningen av kringkastere, og kom siden ikke til enighet med de største kabelselskapene, inkludert Canal Digital og Get, om hva overføring av TV2 burde koste. Striden ble avgjort da den offentlig oppnevnte Kabeltvistnemnda i 2009 bestemte at distributørene også for årene 2007-2009 kun skulle betale en brøkdel av TV2s krav for å formidle hovedkanalen i nettet⁵. Forventningene til vederlagsfrihet knyttet til formidlingspliktregelen og tidligere praksis var to av momentene nemnda la til grunn for avgjørelsen. Det sentrale i denne sammenheng er at beslutningen bekreftet at TV2s inntekt fra kabel-tv-distribusjon ikke har vært styrt av markedet. I over 20 år, fra starten i 1988 fire år før lanseringen av TV2 til 2009, betydde tvert i mot formidlingsplikten en regulering av kabel-tv-distribusjon der markedsmekanismene ble satt til side.

Dette var altså situasjonen da regjeringen i utlysningen av ny konsesjon for formidlingspliktig allmennkringkaster i 2009 foreslo betaling for distribusjon på markedsmessige vilkår (KKD 2009a: 1). Ikke overraskende var de dominerende kabelselskapene Canal Digital og Get imot. Disse selskapene mente det var uklart hvordan en kunne regulere seg til en markedspris, og så trolig for seg økte utgifter (KKD 2009b; 2009c). TV2 var eneste søker til oppgaven som formidlingspliktig allmennkringkaster, og nesten nøyaktig ett år etter søknadsfristen signerte selskapet en avtale med Kulturdepartementet (KD). Avtalen slår fast at TV2 plikter å produsere en kanal som oppfyller visse programkrav. Selskapet skal også ha hovedkontor og sentral nyhetsredaksjon i Bergen (KD 2010a). Til gjengjeld garanterer staten rett til formidling i kabelnettene. Samtidig ble forskriften til kringkastingsloven altså endret for å ta høyde for den nye avtalen. Det er her formuleringen om markedet kommer inn: i §4-2 heter det nå at kabeleier forplikter

å formidle TV2 på ”markedsmessige vilkår” (Regjeringen 2010a). Canal Digital og Get har imidlertid ikke lenger samme grunn til å stritte imot denne modellen. I dokumentet som forklarer forskriftsendringen legger departementet til grunn at formidlingsplikten ”verken skal ha negativ innvirkning på vederlagets størrelse eller innebære en urimelig byrde for distributøren” (Regjeringen 2010a: 4). Men hvordan kan noe slikt ordnes? Løsningen innebærer å pålegge seerne en slags betalingsplikt.

I formuleringene om seernes rolle knyttet til formidlingsplikten finnes, som jeg har vist, ingen krav. Tilsynelatende er det ikke noen forpliktelser som balanserer retten til å kunne se på kanalene. Bortsett fra ekstra kostnader ved endringer i teknisk utstyr har heller ikke distributørene avkrevd penger fra seerne. Som Kabeltvistnemnda slo fast i 2009: “kabelselskapene har forholdt seg til de opprinnelige forventninger fra myndighetene om vederlagsfrihet ved formidling av en formidlingspliktig kanal [...] selv om det knytter seg usikkerhet til det rettslige grunnlaget for å håndheve disse forventningene i form av et forbud mot å ta vederlag fra abonnentene.” (Kabeltvistnemnda 2009: 17). Fra 2010 knytter det seg ikke lenger usikkerhet til det rettslige grunnlaget, siden departementet legger til grunn at ”bestemmelsen om formidlingsplikt ikke skal påvirke kabelselskapets anledning til å kreve betaling av sluttbruker” (Regjeringen 2010a: 4).

Kabelselskapene må altså betale markedspris for TV2, men kan veie opp eventuelle økte vederlag med nye inntekter fra abonnentene⁶. For abonnentenes del blir konsekvensen i så fall høyere kostnader. Denne justeringen – beskrevet i forklaringen til en forskriftsendring – endrer på et grunnleggende sett formidlingspliktregele. TV2 og distributørene har de samme pliktene som før, men har fått nye retter. De skal begge kunne ha inntekter fra ordningen, inntekter som skal tilsvare pengestrømmen begge parter ville fått hvis markedet styrte, altså hvis ordningen med formidlingsplikt ikke fantes. Kringkasterens og distributørens nye retter oppveies av en ny plikt for seerne. Dette er plikten til å sørge for at TV2, og kabelselskap som Canal Digital og Get, får betalt. Formidlingspliktens kostnad er altså synliggjort, og flyttet fra kringkasterne og distributørene til brukerne.

Det er ikke noe nytt at brukerne betaler for mediepolitiske verktøy. I Norge dekkes den direkte pressestøtten av statens skatteinntekter, og kringkastingsavgiften kommer som en egen regning til alle som har tv. Det interessante med dette tilfellet er at en mediepolitisk inngripen i mediemarkedet, som medfører en ny plikt for seerne, gis skinn av å være en ren markedsmessig ordning. Det er konsekvensen av oppdateringen av formidlingsplikten. Slik sett er det et eksempel på hvordan et mediepolitisk verktøys innretning endres gjennom en mindre, teknisk justering av en konkret regel. Justeringens følger er lett å overse, også fordi justeringen bygger på underforståtte forutsetninger. For å illustrere disse forutsetningene og de tekniske, tilsynelatende apolitiske aspektene, kan vi se nærmere på hvordan departementet forklarer regelendringen.

Formidlingsplikten og regelendringens forklaring

I de politiske dokumentene som omhandler regelendringen med innføring av ”markedsmessige vilkår” i forskriften til kringkastingsloven i forbindelse med den nye TV2-avtalen finnes det tre ulike argument som fungerer som forklaring.

Det første argumentet er at vederlagsfrihet for seerne rett og slett ikke var ”tilpasset kommersiell allmennkringkasting.” (Regjeringen 2010a: 4). Da regelen ble konstruert

på 1980-tallet fantes bare ikke-kommersiell allmennkringkasting i form av NRK. Siden også en kommersiell aktør nå omfattes av formidlingsplikten er altså en justering nødvendig. Dette framstår som et rimelig moment, selv om det kan virke noe underlig at manglende tilpasning trekkes fram nesten 20 år etter at formidlingspliktregelen begynte å gjelde for kommersiell allmennkringkasting. Så sent som i 2007 argumenterte departementet under Arbeiderpartiets ledelse, i tråd med stortingsflertallet, for at det var avgjørende for seerne å få den kommersielle allmennkringkasteren TV2 gratis. Avtalen TV2 da hadde med staten slo med den begrunnelse fast at selskapets hovedkanal skulle være gratis i det digitale bakkenettet ut 2009 – akkurat slik den var i kabelnettene (se KKD 2007: 60). Formidlingspliktregelen har altså fungert uten tilpasning til kommersiell allmennkringkasting – og denne manglende tilpasningen har inntil for få år siden blitt framholdt som et gode. På denne bakgrunn framstår det første argumentet for regelendringen til ”markedsmessige vilkår” som lite prinsipielt.

Det andre argumentet finnes i et høringsnotat fra november 2010, der det heter at ”etter departementets syn fremstår ikke prinsippet om vederlagsfrihet som hensiktsmessig i dag” (KD 2010b: 29). Departementet viser til at det selv tidligere hadde ment at statusen som formidlingspliktig kanal ikke bør ha relevans for kringkasterens vilkår hos distributørene (KD 2010b). Det betyr at TV2 ikke skal tape på formidlingsplikten i møte med kabelselskapene. I seg selv er dette jo et legitimt hensyn å ta, selv om det ikke gir noen grunnleggende forklaring på regelendringen og hvorfor den var nødvendig akkurat da. Det interessante er hvordan departementet gir hensynet styrke ved å vise til tidligere uttalelser. En slik praksis bidrar ikke til økt gjennomsynlighet.

Det tredje argumentet for regelendringen handler om plattformnøytralitet. Departementet viser til at satellitt-, bakkenett- og IPTV-distributører ikke er forhindret fra å kreve vederlag fra publikum for TV2, og mener samme regler bør gjelde for samtlige plattformer i dette spørsmålet (KD 2010b: 29). Ideen om plattformnøytralitet bygger på at i en digital tidsalder, der medier i mindre grad skilles av distribusjonsteknologi, bør de ulike teknologiene eller plattformene politisk sett behandles likt. Som jeg har vist er formidlingspliktregelen et godt eksempel på en regel som fra starten var det motsatte av plattformnøytral, altså ”plattformpartisk”. Den har i Norge siden starten kun rammet kabel-tv-distribusjon, ikke bakkebaserte nett, satellitttilbydere eller IPTV-leverandører. Selv om et offentlig utvalg allerede i 1999 argumenterte for plattformnøytralitet, er noe slikt ikke innført. Som framstillingen over viser er det fremdeles kun kabelnett som rammes av regelen, også i følge den nye avtalen mellom TV2 og staten. Tross dette fungerer altså ideen om plattformnøytralitet som forklaring på endringen til ”markedsmessige vilkår”. Et teknisk, tilsynelatende apolitisk hensyn om plattformnøytralitet skal slik motivere en grunnleggende endring av en stadig plattformpartisk regel. Heller ikke dette argumentet bidrar særlig til en grunnleggende forklaring.

Sett under ett styrker argumentene som skal forklare regelendringen inntrykket av en underforstått prosess drevet av realpolitiske hensyn heller enn prinsipielle avveielser. Bruken av implisitte referanser til tidligere dokument bidrar ikke til å gjøre avgjørelsen mer gjennomsynlig, og framføringen av moment som gir inntrykk av å være tekniske – og mer eller mindre tatt for gitt – bringer oss ikke noe nærmere en forklaring på en endring som har åpenbare politiske konsekvenser.

Konklusjon

Den regulatoriske justeringen jeg har drøftet her fikk ingen voldsomme, umiddelbare effekter. Men mot slutten av 2011 kom rapportene om at TV2, etter avgjørelse i Kabeltvistnemnda, kom til å øke sine distribusjonsinntekter. TV2 mente den nye prisen ”mer gjenspeiler det vi leverer” (Indrøy i Ramnefjell 2011). Kabelselskapenes bransjeorganisasjon kalte det ”en lisens fastsatt av Kabeltvistnemnda nedsatt av Kulturdepartementet”, og anbefalte kabelselskapene å sende regningen videre til kundene, og å gjøre det ”særskilt så kundene får best mulig informasjon” (Kabel Norge 2011). I så fall er en effekt av den regulatoriske justeringen styrket økonomi for TV2, og en ny økt kostnad for brukerne.

På et mer grunnleggende plan viser framstillingen hvordan eksisterende mediepolitiske regulering, unnfanget i en bestemt teknologisk og kulturell kontekst, forsøkes videreført i en ganske annerledes sammenheng, med et helt nytt fundament i markedsmekanismen. Det er dette jeg har forsøkt å få fram ved å fokusere på et tilfelle av ”media policy silences” – det underliggende i en lite synlig regelendring. En slik tilnærming er nødvendig hvis vi vil forstå hvordan mediepolitikken utvikles, i ly av de stabile målene. Tilnærmingen krever et historisk perspektiv, og en våkenhet også utover høylytte kortvarige debatter om store skifter.

I dette tilfellet viser analysen hvordan det akutte problemet med å videreføre et bredt, nasjonalt tv-tilbud utenfor de offentlig finansierte allmennkringkasterne ble løst i Norge: som en realpolitisk justering, der det er vanskelig å identifisere både forbindelser til overordnede mål og grunnleggende begrunnelser. Problemet er aktuelt over hele Norden, men har kommet tydeligst til uttrykk i Danmark. Der har politikerne uten suksess forsøkt å selge TV2, det offentlig eide alternativet til lisensfinansierte DR, siden 2001 (Se Mortensen 2006). Historien så langt har i tillegg til flere EU-saker, også inkludert en rekke kreative løsningsforslag om nye finansieringsmåter. Hittil siste utvikling etter regjeringsskiftet høsten 2011 tyder på at salgsforsøket kan bli avblåst (Kott 2011).

Eksempelet formidlingsplikt illustrerer hvordan små, tekniske avpassinger kan innebære vesentlige endringer av mediepolitikken innretning. I dette eksempelet er markedsmekanismen en underforstått forutsetning som legges til grunn for en tilsynelatende mindre justering. Det er ikke slik at markedsmekanismer nå er i ferd med å gjennomsyre alle aspekt ved norsk mediepolitikk. Jeg hevder ikke at vi skal generalisere fra ett tilfelle. Det vi kan si, er at tilfellet ikke er enestående: Markedsmekanismer legges også til grunn – uten større diskusjoner – i andre mediepolitiske spørsmål. Et ferskt eksempel fra Norge er prosedyren for forhåndsgodkjenning av nye NRK-tjenester, innført i mai 2010 (Regjeringen 2010b). På engelsk har denne reguleringsformen en mindre søvndyssende tittel – ”public value tests” – og det dreier seg om rutiner for å bedømme planlagte nye offentlig finansierte medietjenester, inkludert en vurdering av markedsverdien i kroner og øre (se for eksempel Moe 2010; Donders og Pauwels 2010). Grunnlaget er altså tanken om at en kan slå fast den økonomiske verdien av en hvilken som helst type medieinnhold. I norsk sammenheng er dette nytt, og det innebærer konkret blant annet at Konkurransetilsynet for første gang blir direkte involvert i den samfunnsmessige styringen av NRK. Det kan være gode argumenter for å legge markedsmekanismer til grunn. For å vurdere og eventuelt utfordre slike argument må vi imidlertid først finne fram til dem i de politiske prosessene – i de tilfellene argumentene overhodet er uttalt.

I denne artikkelen har jeg forholdt meg til mediepolitikk som inngripen i markedet

for å sikre visse mål. Det er bare én av flere tenkelige forståelser. Ulike medier – radio og tv er nærliggende eksempler – har ikke alltid alle steder utgjort markeder som det kan gripes inn i. En problematisering av tendensen med å ta markedet som startpunkt og som grunntilstand for all mediepolitikk er også mulig. En slik problematisering er særlig interessant når mediepolitikken, inkludert dens mange støtteordninger, skal forholde seg til stadig nye medier.

Noter

1. Det er uenighet om hvordan slike mediepolitiske mål bør formuleres. Den seneste utredningen om norsk mediepolitikk legger seg på et høyt abstraksjonsnivå og bruker stikkordene ytringsfrihet, mangfold og kvalitet for å betegne ”tre overordnede mål som har stått sentralt i utviklingen av det mediepolitiske feltet”, som deretter operasjonaliseres (NOU 2010:14, 18). For tidligere diskusjoner se Østbye (1995, 5ff) og Syvertsen (2004, 69ff). For en detaljert kritikk av begge disse, se Rolland (2008).
2. I 2011 ser det ut til at NRK har gått videre til et nytt begrep. I årsrapporten for 2010 (NRK 2011) har ”samfunnsoppdrag” veket plass for ”allmennverdi”, NRKs oversettelse av ”public value”, som BBC rundt 2004 adopterte fra den britiske regjeringens planer for reform av offentlig sektor (Moe 2010).
3. Se for eksempel Livingstone et al. (2007) for en diskusjon av begrepsparet forbruker-medborger, og Livingstone (2005) for en god drøfting av begrepsparet ”audience-public”, som delvis tilsvarer det norske publikum-offentlighet.
4. På norsk brukes av og til det mindre presise ”samfunnsgode”.
5. Prisene regnes per abonnent per måned. TV2 la ned påstand om kr 2,37 for 2007, kr 5,80 for 2008 og kr 8,70 for 2009. Nemnda satt vederlaget til kr 0,54 i 2007, kr 0,56 i 2008 og kr 0,57 i 2009 (Kabeltvistnemnda 2009).
6. Et interessant spørsmål er hvorfor TV2 påtar seg allmennkringkasterforpliktelser mot retten til å få markedspris for tjenesten sin – en pris som selskapet per definisjon jo skulle kunne oppnå i markedet uten formidlingspliktregulering. Det kan argumenteres for at legitimiteten den formelle statusen som allmennkringkaster gir fremdeles er sentral for TV2 i denne sammenheng (Sjøvaag forthcoming).

Referanser

- Braman, S. (red.) (2002) *Communication Researchers and Policy-making*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Bruun, H., Frandsen, K. og Jauert, P. (red.) (2004) *Forskning i mediepolitikk – mediepolitisk forskning*. Århus: Modtryk.
- Donders, K. og Pauwels, C. (2010) ‘What if Competition Policy Assists the Transfer from Public Service Broadcasting to Public Service Media? An Analysis of EU State Aid Control and its Relevance for Public Broadcasting’, i Gripsrud, J. og Moe, H. (red.) *The Digital Public Sphere: Challenges for Media Policy*. Göteborg: Nordicom.
- Donges, P. (red.) (2007) *Von der Medienpolitik zur Media Governance?* Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Enli, G., Moe, H., Sundet, V.S., og Syvertsen, T. (2010) *Tv – en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Freedman, D. (2008) *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
- Freedman, D. (2010) ‘Media Policy Silences: The Hidden Face of Communications Decision Making’, *The International Journal of Press/Politics*. doi: 10.1177/1940161210368292
- Johansen, A. (2008) ‘Skal stortingsmeldinger leses?’, *Prosa* 14(5): 38-41.
- Kabel Norge (2011) ‘Kulturdepartementet har gjennom Kabeltvistnemnda innført en ny TV 2 lisens for norske kabel tv-kunder’, pressemelding, 23.12.
- Kabeltvistnemnda (2009) *Avgjørelse sak 2/2008*.
- Karppinen, K. og Moe, H. (2012) ‘What We Talk About When We Talk About Document Analysis’, i Just, N. og Puppis, M. (red.) *Trends in Communication Policy Research: New Theories, Methods and Subjects*, Bristol: Intellect Books.
- Kott, S. (2011) ‘Regeringen vil beholde TV2’, *epr.dk*, <http://epr.dk/medier/tv/article2565901.ece>
- Kulturdepartementet (KD) (2002) *Ot. prp. nr. 107 (2001-2002) Om lov om endringer i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting Konvergens mv.*
- Kulturdepartementet (KD) (2010a) *Avtale mellom staten ved Kulturdepartementet og TV2 as om status som formidlingspliktig allmennkringkaster.*
- Kulturdepartementet (KD) (2010b) *Høringsnotat – forslag til regler om produktplassering og korte nyhetsreportasjer for gjennomføring av AMT-direktivet i norsk rett mv.*

- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2007) *St.meld. nr. 30 (2006–2007) Kringkasting i en digital fremtid*
- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2009a) *Kunngjøring – formidlingspliktig kommersiell allmennkringkasting i fjernsyn.*
- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2009b) *Møte med GET og Kabel Norge om formidlingsplikt på markedsmessige vilkår*
- Kultur- og kirkedepartementet (KKD) (2009c) *Møte med Telenor/Canal Digital om kommersiell allmennkringkasting og formidlingsplikt*
- Kultur- og vitenskapsdepartementet (KVD) (1988) *Ot. prp. Nr. 53 (1987-1988) Lov om kabelsendingar.*
- Larsen, H. (2010) 'Legitimation strategies of public service broadcasters: the divergent rhetoric in Norway and Sweden', *Media, Culture & Society* 32(2): 267-283.
- Livingstone, S. (2005) 'On the Relation Between Audiences and Publics', i Livingstone, S. (red.) *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*. Bristol and Portland: Intellect Books.
- Livingstone, S., Lunt, P. og Miller, L. (2007) 'Citizens, consumers and the citizen-consumer: articulating the citizen interest in media and communications regulation', *Discourse & Communication* 1(1): 85-111.
- May, R.J. (red.) (2009) *New Directions in Communications Policy*. Durham: Carolina Academic Press.
- Michalis, M. (2007) *Governing European Communications*. Lanham: Lexington.
- Moe, H. (2010) 'Governing Public Service Broadcasting: "Public Value Tests" in Different National Contexts', *Communication, Culture & Critique* 3(2): 207-223.
- Mortensen, F. (2006) 'Catch 22: The Privatization of Danish TV2 vs. EU Rules on State Aid', *Mediekultur* 9(2): 74-83.
- Musgrave, R.A. ([1959] 1961) *The Theory of Public Finance*. New York: McGraw-Hill.
- NOU 1995: 8 *Kringkastingssendinger i kabelnett*.
- NOU 1999: 26 *Konvergens. Sammensmelting av tele-, data- og mediesektorene*.
- NOU 2010: 14 *Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte*
- NRK (2011) *NRKs årsrapport 2010 – Gjør dagen bedre*. Oslo: NRK.
- Puppis, M. (2010) 'Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation', *Communication, Culture & Critique* 3(2): 134-149.
- Ramnefjell, Geir (2011) 'TV2 vant millionstrid', i *Dagbladet.no*. <http://www.dagbladet.no/2011/12/09/kultur/medier/tv2/19359501/> (20.02.2012).
- Regjeringen (2010a) *Kongelig resolusjon 3.12: Endringer i forskrift til lov 4. Desember 1992 nr. 127 om kringkasting (Kringkastingsloven)*.
- Regjeringen (2010b) *Kongelig resolusjon 23.4: Endringer i forskrift til lov 4. Desember 1992 nr. 127 om kringkasting (Kringkastingsloven)*
- Rolland, A. (2008) 'Norwegian Media Policy Objectives and the Theory of a Paradigm Shift', *Journal of Communication* 58(1): 126-148.
- Roppen, J. og Allern, S. (2010) 'Journalistikkens samfunnsoppdrag' i Roppen, J. og Allern, S. (red.) *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Sjøvaag, H. (2010) 'The Reciprocity of Journalism's Social Contract: The political-philosophical foundations of journalistic ideology', *Journalism Studies* 11(6): 874-888.
- Sjøvaag, H. (forthcoming) 'Regulating Commercial Public Service Broadcasting: A Case Study of the Marketization of Norwegian Media Policy', *International Journal of Cultural Policy*, 2011.
- Storsul, T. (2002) *Transforming Telecommunications. Democratising Potential, Distributive Challenges and Political Change*. Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Storsul, T. (2008) 'Bakkenettet og allmennkringkastinga', *Norsk Medietidsskrift* 15(1): 38-57.
- Syvertsen, T. (2004) *Mediemangfold – Styring av mediene i et globalisert marked*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Østbye, H. (1995) *Mediepolitikk – Skal medieutviklingen styres?* Oslo: Universitetsforlaget.

Inflation eller deflation i mediekonsumtionen?

*En analys av människors medieutgifter
och syn på mediers prisvärdhet*

Ingela Wadbring

Abstract

Syftet med studien är att analysera mediernas ställning i de svenska hushållen i ekonomiskt hänseende. Det görs genom att studera människors beteenden och attityder utifrån tre frågeställningar:

1. Hur ser hushållens faktiska medieutgifter ut?
2. Hur har hushållens medieutgifter förändrats över tid?
3. Vilka bedömningar gör människor ifråga om hur prisvärda olika medier är?

Huvudresultatet visar att en relativt stor del av människors budget går till medier. Löpande utgifter står för cirka 13 000 kronor per år och hushåll, och lägger man till apparatutgifter handlar det om ytterligare några tusenlappar per hushåll. Hushållens utgifter har ökat över tid, allra mest beroende på att mediemarknaden radikalt förändrats. Hushållen betalar mycket för en typ av infrastruktur (fr.a. internet) som inte fanns tidigare. Många medier bedöms prisvärda, alldeles särskilt gäller det pocketböcker. I lägst utsträckning bedöms betal-tv-kanaler vara prisvärda.

Keywords: beteende, attityder, medieutgifter, mediers prisvärdhet, surveys, ålder

Introduktion

Att medielandskapet radikalt förändrat karaktär de senaste decennierna har knappast undgått någon. En konsekvens av nya tekniska plattformar, fler kanaler och ett generellt större medieutbud är en ökad konkurrens om såväl annonsörer som publik. Det är två sidor av samma mynt; annonsörerna köper sig tillgång till publiken, vilket innebär att där publiken är där är också annonsörerna. Hur publiken rör sig mellan medier vet vi en del om och generellt kan man säga att utvecklingen är entydig: den går från gammalt till nytt, från traditionella plattformar som radio, tv och tidningar till nya plattformar som internet och mobil (Bergström & Wadbring 2010a; Westlund 2011). Annonsörerna följer åtminstone delvis samma väg genom att reklamkakan blir allt större och det är i huvudsak de nya medierna som får del av tillväxten (Carlsson & Facht 2010: 99). Medieutvecklingen får konsekvenser för de traditionella medierna som vilar på intäkter från just dessa båda källor; försvinner den ena intäktskällan, är det svårt att kompensera med

den andra. Med andra ord, om publiken försvinner går det inte att kompensera genom större annonsintäkter eftersom annonsörerna kommer att följa publiken. Och alldeles oavsett de publicistiska ambitioner som ett mediehus kan ha, så finns det en ekonomisk verklighet att ta hänsyn till.

Något som blivit tydligt i och med utvecklingen mot fler medieformer är människors allt större möjlighet att inte betala för sin mediekonsumtion. Fortfarande krävs (rent lagtekniskt) att man betalar en tv-avgift om man har en tv i hushållet – oavsett om man är intresserad av att titta på SVT eller inte – och att man betalar en prenumerationsavgift för att få en tidning hemburen på morgonen. Men det finns alternativ. Kommersiella tv-kanaler är ett alternativ till att titta på SVT och en daglig gratistidning, en morgontidning på nätet eller aftonbladet.se är ett lika tydligt alternativ till att ha en prenumererad pappersmorgontidning – även om vissa kräver tillgång till nätet, vilket naturligtvis inte är gratis. På samma sätt kan play-tjänster och de sociala nätverken fungera som alternativ till traditionella medier. Och börjar någon ta betalt på nätet, finns en annan gratisleverantör bara ett klick bort. Sammantaget reser detta frågor om människors betalningsvilja. I vilken utsträckning är människor idag beredda att betala för sin mediekonsumtion och hur värderar de sin mediekonsumtion i ekonomiska termer? Det är den fråga vi rör oss kring i denna artikel.

Det finns flera sätt att studera hur människor värderar olika medier och hur deras betalningsvilja ser ut. Ett sätt är naturligtvis att studera användningsmönster och förändringen av sådana mönster över tid; dvs. hur människor så att säga röstar med fötterna. Många sådana studier finns gjorda (se t.ex. *Mediebarometern 2010, 2011*). Det är också möjligt att analysera medierna i ekonomiska termer utifrån hur mycket pengar människor faktiskt lägger på medier – ett annat sätt att studera beteende – och hur de värderar vad de får för pengarna, dvs. vilken attityd de har till olika medier. Intentionen är att göra de båda sistnämnda analyserna och det konkreta syftet kan formuleras som att *analysera mediernas ställning i de svenska hushållen i ekonomiskt hänseende*. Det handlar således både om beteenden och attityder.

Beteenden och attityder

Människor är mer eller mindre aktiva i sina livsval (jfr Ruggiero 2000; Solomon et al. 2010). Att välja medier är bara ett av väldigt många val som ska göras i vardagen. En del av dessa val görs väldigt sällan – särskilt sett i ekonomiska termer. Om ett hushåll t.ex. har en tidningsprenumeration är det vanligen en gång om året man gör valet att fortsätta med prenumerationen eller inte. Tv-avgiften för public service ska enligt lag betalas om man har en tv-mottagare i hushållet, medan andra tv-kanaler är valbara på ett annat sätt – och ifråga om dem alla tas de ekonomiska besluten ganska sällan. På samma sätt gäller att när bredbandet väl är betalt så är mycket av innehållet på nätet gratis, varför några fler beslut inte med nödvändighet behöver tas i ekonomiskt hänseende. Andra medier – som köpet av en bok, kvällstidning eller en tidskrift – kräver ett annat slags överväganden eftersom beslutet sker i själva köpsituationen. De ekonomiska överväganden som behöver göras ifråga om medier är således olikartade beroende på vilka medier vi talar om. Samtidigt är en stor del av vår mediekonsumtion baserad på vanor och rutiner (se Rubin 2002), vilket gör att besluten kring vår mediekonsumtion kanske inte alltid är resultatet av ett väl övervägt och aktivt val, utan snarare baserat

på hur vi brukar göra. Särskilt borde det gälla medier där de ekonomiska besluten tas förhållandevis sällan.

Vårt mediebeteende har alltså i viss mån att göra med vilka medier som finns tillgängliga för oss att välja mellan. Det har också att göra med vem vi är som människor ifråga om allt från personlighet över social bakgrund till fritidsvanor (McQuail 2010). Den mest särskiljande faktorn ifråga om vilka medier vi väljer är ålder (t.ex. Andersson & Wadbring 2008). Det finns två förklaringar till det; dels den livscykel vi befinner oss i, genom att vissa saker är mer intressanta för oss som unga än som gamla, dels genom den generation vi är uppväxta i och där vissa medier genom tidsandan blir mer naturliga för oss att använda än andra (Aroldi & Colombo 2006). Två exempel där livscykel och generation samspelar är de kommersiella tv-kanalerna respektive prenumererade morgontidningar. Hela befolkningen har potentiellt tillgång till båda medieformerna, men de kommersiella tv-kanalerna attraherar dels unga människor i sig, men också i större utsträckning de som vuxit upp med kanalerna. Motsatsen gäller prenumererade morgontidningar som istället attraherar äldre både som åldersgrupp i sig och som generation eftersom de vuxit upp med tidningarna som det självklara mediet (Andersson & Wadbring 2008).

Användningen av medier är trots allt förhållandevis stabil på en aggregerad nivå (*Mediebarometern 2010, 2011*), särskilt med tanke på vad som hänt i medielandskapet de senaste decennierna; tillkomsten av kommersiell radio och tv i slutet på 1980-talet, starten av dagliga gratistidningar och internet i mitten av 1990-talet och utvecklingen av nya digitala plattformar på 2000-talet. Samtidigt kan man, precis som nämndes i inledningen, se en publik- och annonsmässig nedgång för traditionella medier och en uppgång framför allt för digitala medier. Och det är de unga som rör på sig. Det är också de som är intressanta för många annonsörer.

Relationen mellan beteenden och attityder är komplex. Normalt tänker man sig att attityder kausalt kommer före beteenden; med andra ord, vår attityd gentemot ett specifikt medium kommer att styra vårt beteende i förhållande till mediet. Samtidigt kan ett beteende leda till en (förändrad) attityd; kausalitetens riktning är inte alltid given. Exempelvis kan en förförståelse gentemot ett medium förändras genom att man av ett eller annat skäl kommer att använda det och därigenom förändrar sin attityd (jfr. Solomon et al. 2010). Vad gäller ekonomiska övervägande i relation till medier är det rimligt att tänka sig att attityden i huvudsak kommer före beteendet. Det är därför det är av intresse att studera människors attityder till medier och inte minst gentemot utgifterna för olika medier tillsammans med hur det faktiska beteendet ser ut. Alldeles särskilt intressant är det att studera unga människors attityder eftersom det är de som ska navigera i ett medielandskap som är mer mångfacetterat än någonsin tidigare.

Studiens frågeställningar

Utifrån studiens syfte, att analysera mediernas ställning i de svenska hushållen i ekonomiskt hänseende, har tre frågeställningar formulerats:

1. Hur ser hushållens faktiska medieutgifter ut?
2. Hur har hushållens medieutgifter förändrats över tid?
3. Vilka bedömningar gör människor ifråga om hur prisvärda olika medier är?

De båda första frågeställningarna är således konkreta beteendefrågor; hur väljer människor att spendera sina pengar? Med tanke på förändringarna i medielandskapet är det rimligt att tänka sig en förändring över tid. Den tredje frågeställningen handlar istället om attityder gentemot medierna; vilka anses vara värda sitt pris?

Metod och material

Framställningen bygger på tre olika studier. Två av dem är surveyundersökningar, den ena gjord av analysföretaget IRM Media (Institutet för reklam- och mediestatistik), den andra av forskningsprogrammet Dagspresskollegiet i samarbete med SOM-institutet. Den tredje är en äldre studie som bygger på data insamlade från branschen. Därtill har SCB varit en viktig källa för att kunna räkna om priser och sätta saker och ting i relation till vartannat över tid.

IRM:s studie är gjord i juni 2010. Det är en surveyundersökning som bygger på ett stratifierat slumpmässigt urval i hela Sverige, med personer från 15 år och uppåt. Totalt genomfördes nästan 3 500 intervjuer, och varje person har fått en inbjudan att delta i studien och en påminnelse. Svarsfrekvens anges inte i studien. Resultaten är viktade. Eftersom det kan vara svårt för svarspersonerna att bedöma både hushållens och alla hushållsmedlemmarnas individuella medieutgifter har en validering gjorts gentemot intäkter för enskilda medieslag, och man fann att överensstämmelsen var god. En sammantagen hushållsutgift har räknats fram utifrån de inkomna uppgifterna (Anshelm et al., 2010a).

Dagspresskollegiets studie om prisvärdhet är gjord via SOM-institutets årliga undersökning, hösten 2010 (se www.som.gu.se 2011). Det är en surveyundersökning som går ut till 3 000 personer i åldrarna 16-85 år och bygger på ett systematiskt sannolikhetsurval. Svarsfrekvensen var strax över 60 procent (Nilsson & Vernersdotter 2011) och ett stort antal påminnelser skickades ut till respondenterna. Frågorna rör samhälle, opinion och medier, och frågan om prisvärdhet är ställd några år, men här redovisas endast resultaten för år 2010. De enskilda frågorna om olika mediers prisvärdhet ingår i ett batteri om allmän konsumtion. Frågan om mottagaravgiften för public service-tv ingår inte i det allmänna frågebatteriet, utan är ställd separat. Exakta formuleringar finns i anslutning till figurerna.

Den äldre studien (Ivre 1982) har sekundärbearbetats. Den baseras på data från 1981 och är insamlad på det sätt som IRM använt för att validera sina surveydata: genom att analysera publikens del av de olika medieslagens intäkter och sätta det i relation till antalet hushåll i landet. Den bygger således inte på en surveyundersökning som de båda övriga studierna gör, utan på en helt annan insamlingsmetod (jfr. Ivre 1980, där det finns en tydligare metodredovisning). Å andra sidan kan man våga utgå ifrån att om denna typ av data fungerade som validering i IRM:s studie, bör det vara relativt valida data för att jämföra med IRM:s studie över tid. I de använda tabellerna från den äldre undersökningen redovisas utgifter för apparater och löpande utgifter var för sig, vilket gör att jämförbarheten med IRM:s studie i det avseendet blir god; IRM redovisar endast hushållens löpande utgifter för medierna, och utgifterna för apparater för 2010 har därför hämtats från elektronikbranschens statistik.

Sammantaget är bedömningen att det med hjälp av de tre studierna, elektronikbranschen, statistik och SCB:s databaser är möjligt att analysera mediernas ställning i de svenska hushållen i ekonomiskt hänseende på ett tillfredsställande sätt.

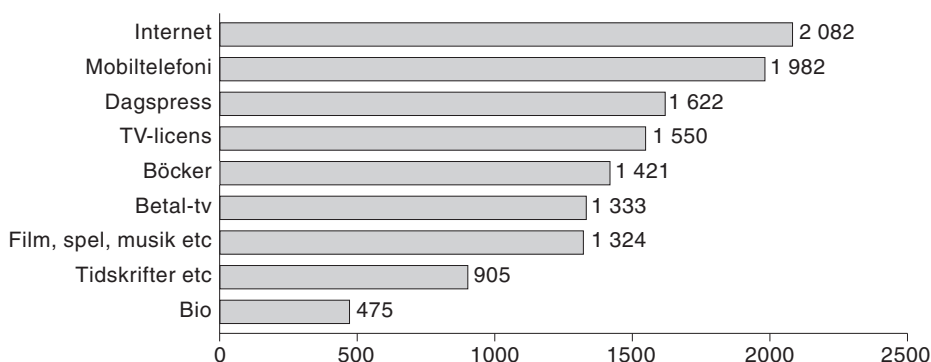
13 000 kronor om året i löpande utgifter

Människor lägger i genomsnitt 13 000 kronor på löpande medieutgifter under ett år. Endast utgifterna för boende, transporter och livsmedel är större än för medier. Med medier avses i detta avseende endast de löpande utgifterna, exempelvis abonnemang av olika slag eller tjänster på internet, alltså inte inköpen av exempelvis tv eller dator (Anshelm et al. 2010a). Lägger man samman de 13 000 kronorna per hushåll landar summan på närmare 60 miljarder kronor per år, vilket blir nästan två procent av BNP.

Apparatutgifterna är betydligt mindre än de löpande utgifterna, men på intet sätt försumbara. Enligt elektronikbranschens statistik (Ernstsson 2011) var totalförsäljningen drygt 11,5 miljarder kronor år 2010.¹ Utslaget per hushåll blir det ungefär 2 500 kronor per år.² TV-apparater står för ungefär hälften av summan, och det svarar mot nästan 1 miljon tv-apparater.

Åter till de löpande medieutgifterna. Hur fördelar de sig? I figur 1 finns en sammanställning som består av en bearbetning av IRM:s detaljerade redovisning. Det är de digitala plattformarna i form av internet och mobiltelefoni som människor lägger största delen av sin mediebudget på. Internetabonnemang innefattar både fast och mobilt sådant. Mobiltelefonin innefattar kontantkort och abonnemang. Här får man inte glömma att många har företagsabonnemang vilket innebär att mobilen i detta avseende inte ger några hushållsutgifter (Bolin 2011).

Figur 1. Hushållens medieutgifter 2010 (kronor)



Kommentar: Internet avser fast och mobilt abonnemang, mobiltelefoni avser mobilt telefonabonnemang samt kontantkort, dagspress avser morgon- och kvällstidningar, tv-licens innebär bara just tv-licens, böcker avser skönlitteratur, facklitteratur samt ljudböcker både i CD/DVD-form och nedladdade, betal-tv avser bas- och tilläggsubud, film, spel, musik etc avser film, spel och musik köpt i fysisk form (DVD etc), i streamad fom (t.ex. Spotify), i form av nedladdningar (t.ex. appar) eller i form av digitala abonnemang (t.ex. film på Voodler), tidskrifter avser alla typer av tidskrifter och bio avser just bara biobiljetter.

Källa: Anshelm et al. (2010a) Hushållens medieutgifter (bearbetning).

På tredje och fjärde plats i utgiftsligan kommer två av de traditionella medierna, dagspress respektive tv-avgiften. Dagspress innefattar här såväl prenumererade morgontidningar som lösnummerförsålda kvällstidningar medan tv-avgiften avser SVT. År 2010 kostade en morgontidningsprenumeration, här exemplifierat med Östgöta Correspondenten, 2 315 kronor, en lösnummerförsåld tidning kostade på vardagarna 11 kronor (utan bilagor) och tv-avgiften låg på cirka 2 000 kronor. Figuren visar samtliga utgifter

utslagna på befolkningen som helhet – dvs. även de som inte betalar för respektive medium – vilket förklarar att exempelvis tv-avgiften ser lägre ut än vad den är för ett enskilt hushåll som betalar avgiften.

Det finns förstås många fler tv-kanaler än SVT:s, och de står tillsammans med böcker för en relativt stor andel av människors medieutgifter. Betalkanalerna (bas- och tilläggsutbud) står för en något mindre del än böcker, och i begreppet böcker ingår här både fack- och skönlitteratur, och både tryckta och digitala böcker. Film, spel, musik etc. är en ungefär lika stor kategori som betal-tv respektive böcker. Utifrån IRM:s redovisning är film, spel, musik etc. total tolv kategorier som är sammanslagna. Det handlar både om hyr och köp, appar, streamad musik etc. Sammantaget är det en stor marknad.

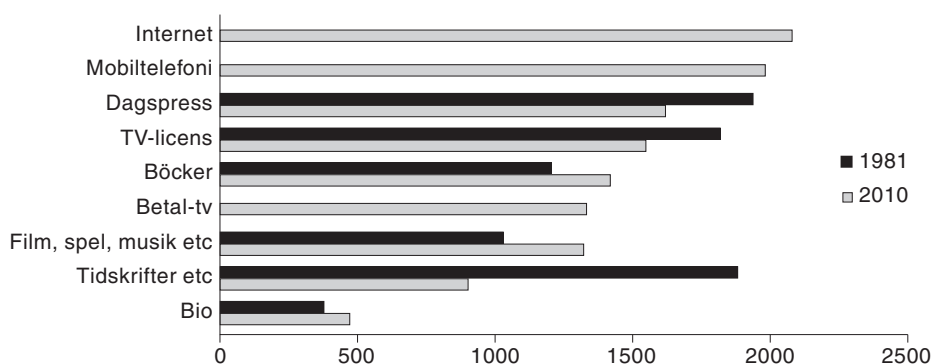
Tidskrifter och bio är de medieformer som tar minst av vår mediebudget, och det beror naturligtvis på att det är medier som används förhållandevis sällan jämfört med andra medier.

Det finns skillnader mellan olika slags hushåll. I många fall är det åldersstrukturen i hushållen som är utslagsgivande för hur mediebudgeten fördelas, men ibland är det andra faktorer, som huruvida man har barn i hushållet eller inte, eller socioekonomisk status.

Kraftig ökning av medieutgifterna över tid

I början på 1980-talet såg medielandskapet radikalt annorlunda ut än vad det gör på 2010-talet. Ingenting i den digitala medievärlden hade ännu sett dagens ljus och inte heller kommersiell radio och tv. Den stora medieexpansionen från 1970-talet som då diskuterades flitigt handlade om färg-tv, ljudkassetter ("blanka" eller med musik) och stereoapparater (Ivres 1980). Det är sex medieformer som är någotsånär jämförbara över tid: dagspress, tv-avgift/licens (inkl särskild radiolicensdel på 1980-talet), böcker, musik och film, tidskrifter och bio. Jämförelsen över tid (i figur 2) är gjord så att alla priser är omräknade till 2010 års prisnivå.

Figur 2. Hushållens utgifter för medier 1981 och 2010 (kronor i 2010 års penningvärde)



Kommentar: Data från de respektive åren bygger på olika insamlingsmetoder. Se vidare metodsektionen. Omräkningsfaktorn som använts är 2,71 mellan åren 1981 och 2010 (se www.scb.se, 2011).

Källa: Anshelm et al. (2010a) *Hushållens medieutgifter* (bearbetning)samt Ivre (1982:) *Massmedier i Sverige II* (bearbetning).

Hushållen lade mer pengar på tv-avgiften, dagspress samt tidskrifter på 1980-talet än vad de gjorde 2010, räknat i 2010 års pengavärde. Samtidigt har exempelvis dagstidningar blivit mycket dyrare än andra varor på marknaden. Medan konsumentprisindex gått upp 2,71 gånger sedan 1981, har kvällstidningarna ökat 10 gånger i pris (exklusive bilagor) och några exempel på olika storlekar på morgontidningar är Alingsås Tidning (3-dagars) som ökat 5,5 gånger i pris, Östgöta Correspondenten som ökat 6,3 gånger i pris och Dagens Nyheter (inom Stockholmsområdet) som ökat 6 gånger i pris. Sammantaget innebär det att de tryckta medierna blivit mer än dubbelt så dyra som övriga produkter på marknaden, och kvällstidningarna ännu mer.³ TV-licensen däremot, håller sig på samma nivå som övriga varor och tjänster på marknaden.

Förklaringarna till att dagspress var en större del av medieutgifterna på 1980-talet än på 2010-talet, trots att de är mycket dyrare idag, torde vara flera. Det var till exempel fler hushåll som läste en morgontidning, och det var fler hushåll som läste mer än en tidning. Den sammantagna upplagan för tryckta tidningar var som allra högst under 1980-talet (Holmberg, et al., 1983; TS, löpande).

Mest slående är att tidskrifter minskat så radikalt inom ramen för människors mediebudget, proportionellt sett. Å andra sidan är det inte så förvånande att tidskrifterna stod för en större del av utgifterna på 1980-talet än idag: konkurrensen på förströelsemarknaden var betydligt mindre då. Idag är konkurrensen närmast oändlig. Tidskriftsmarknaden har ändrats en hel del på de 30 år som analysen avser, varför direkta jämförelser är svåra att göra. I början av 1980-talet fanns det ungefär 350 tidskrifter inom branschorganisationen Sveriges tidskrifter (Hadenius & Weibull, 1985) medan motsvarande siffra 2010 var 400 tidskrifter (*Tidskriftsfakta 2011*, 2011). Det finns emellertid stora skillnader mellan typer av tidskrifter vid de båda mätillfällena. Upplagan för konsumenttidskrifter är ungefär densamma – 7,5 miljoner per utgivningstillfälle – men antalet titlar var tre gånger så många 2010 som 30 år tidigare: 149 mot 57 (Hafstrand 1995; www.nordicom.gu.se, 2011).

Det som ingår i begreppet film, spel, musik etc är olika saker 1981 respektive 2010. Vid det första mätillfället handlar det om grammfonskivor, kassettband och video. Vid det senare mätillfället handlar det i huvudsak om musik, spel, film etc. som är distribuerat via internet.

Vid en jämförelse som den ovan är det emellertid svårt att förhålla sig till vad det betyder för *hushållen*, eftersom dessa såg annorlunda ut i början av 1980-talet jämfört med idag. Framför allt gäller det naturligtvis hushållens disponibla inkomst och antalet personer i hushållen. Det bodde nästan 3 personer i varje hushåll i början på 1980-talet (2,84), medan det bara är två personer i varje hushåll 2010 (mer exakt 2,03). Samtidigt med nedgången i antalet personer i hushållen har den disponibla inkomsten ökat radikalt. I tabell 1 finns en översikt där medieutgifterna för ett hushåll jämförs på en annan ledd än i figur 2, och där även apparaturutgifterna är medräknad.

Proportionerna i människors medieutgifter har ändrats över tid. Eftersom den disponibla hushållsinkomsten var så pass mycket lägre i början av 1980-talet än 2010 (omräknat till dagens pengavärde), tog medierna en större andel av hushållens budget då. Den tekniska apparaturen tog också en större del av de totala medieutgifterna för 30 år sedan än vad de gör idag. Och då var det ändå ovanligt att det fanns så många tv-apparater i hushållen som det gör idag; tekniken i form av apparater har helt enkelt blivit betydligt billigare.

Tabell 1. *Medieutgifterna i hushållen 1981 respektive 2009/2010 (kronor i 2009 års penningvärde respektive procent)*

	1981	2009/2010
Hushållens disponibla inkomst	123 000 kr	220 000 kr
Apparaturutgift	3 157 kr	2 300 kr
Löpande medieutgifter	8 252 kr	12 694 kr
Medieutgifternas andel av inkomsten	9,3 %	6,8 %

Kommentar: Omräkningen är gjord med hjälp av SCB:s statistik om hushåll. Data från SCB kommer från 1981 respektive 2009, medan apparaturutgift och löpande medieutgift kommer från 2010.

Källa: Anshelm et al. (2010a) *Hushållens medieutgifter* (bearbetning) för 2010 års medieutgifter, Ernstsson (2011) *Fortsatt mycket stark tv-försäljning* för 2010 års apparaturutgifter samt Ivre (1982) *Massmedier i Sverige II* (bearbetning) för både apparatur- och löpande medieutgifter.

En del av de utgifter människor lägger på medier är mer nödvändiga än andra, exempelvis tv-avgiften som man enligt lag är tvungen att betala. Samtidigt är vissa utgifter klart påverkbara, som exempelvis mobiltelefoni eller prenumerationsavgifter för tv eller tidningar. Om man accepterar tesen att attityder ofta kommer före beteenden är det av intresse att studera människors attityder för att eventuellt kunna förutsäga någonting om framtiden. Nästa fråga handlar därför om attityder kring vilka medier som är prisvärda i förhållande till vad de kostar.

Pocketböcker mest prisvärda

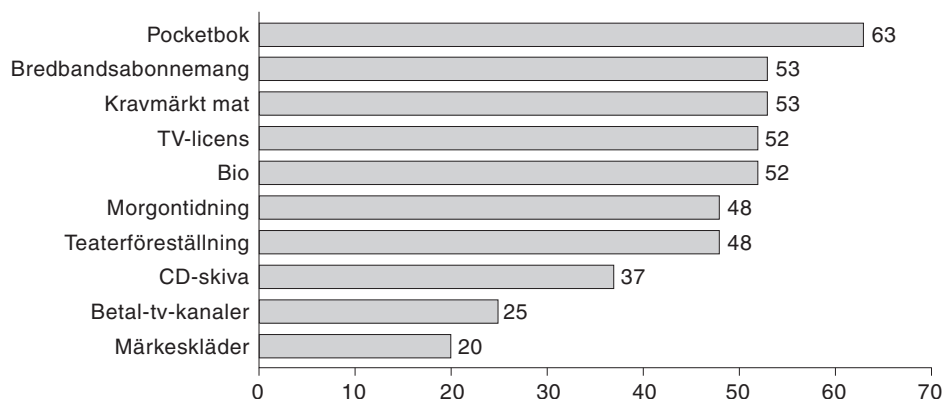
Attityder handlar om åtminstone tre komponenter: föreställningar, känslor och beteendemässiga intentioner. Det finns således en handlingskomponent inbyggt i attityderna men vi nöjer oss här med att diskutera beteenden och attityder i relation till varandra, men inte i termer av kausalitet.

I den nationella SOM-undersökningen ställdes 2010 frågor om ett antal medier och andra saker och huruvida människor ansåg att dessa var prisvärda i förhållande till vad de kostar. Samtliga mediefrågor samt ett urval av andra frågor redovisas i figur 3 för att få några olika jämförelsepunkter. Generellt kan sägas att medierna kommer väl ut; de anses i stor utsträckning vara prisvärda.

Det ojämförligt mest prisvärda mediet bland befolkningen är pocketboken. I början av 2000-talet sänktes bokmomsen, pocketrevolutionen kom och tillgängligheten i form av en stor mängd nya försäljningsställen ökade kraftigt (Antoni, 2003). De tre faktorerna sammantaget bör ha betydelse för såväl beteenden som attityder.

På en gemensam andraplats, med små procentuella skillnader sinsemellan, kommer flera olika medier: bredbandsabonnemang, tv-licens, bio, morgontidningsprenumeration, teaterföreställningar – samt kravmärkt mat. Ungefär hälften av befolkningen tycker att detta är värt sitt pris i förhållande till vad det kostar. Av medierna är det betal-tv-kanalerna som i lägst utsträckning bedöms vara prisvärda. Förklaringen till en sådan bedömning kan rimligen sökas både hos mediet och hos individen; dels kan man vara missnöjd med det utbud som finns inom ramen för det paket man valt, men det kan lika gärna handla om att man inte hinner utnyttja det och därför bedömer det som måttligt

Figur 3. Andel av befolkningen som anser att olika saker är prisvärda i förhållande till vad de kostar, 2010 (procent)



Kommentar: Frågan om tv-licensen för SVT ingick inte i samma frågebatteri som övriga utan var ställd i anslutning till andra frågor om SVT. Frågan är formulerad enligt följande: *Tycker du att tv-licensen, mottagaravgiften som man betalar för Sveriges Television, är värd priset eller inte?* Svarsalternativen var fyra: 'mycket väl värd priset', 'ganska väl värd priset', 'inte speciellt värd priset', 'inte alls värd priset'. Formuleringssmässigt var den större frågan lite annorlunda, den löd: *Hur värderar du i allmänhet följande i förhållande till vad det kostar?* Svarsalternativen var samma som för licensfrågan, plus ett alternativ 'ingen uppfattning'. Jämförbarheten är således inte total.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

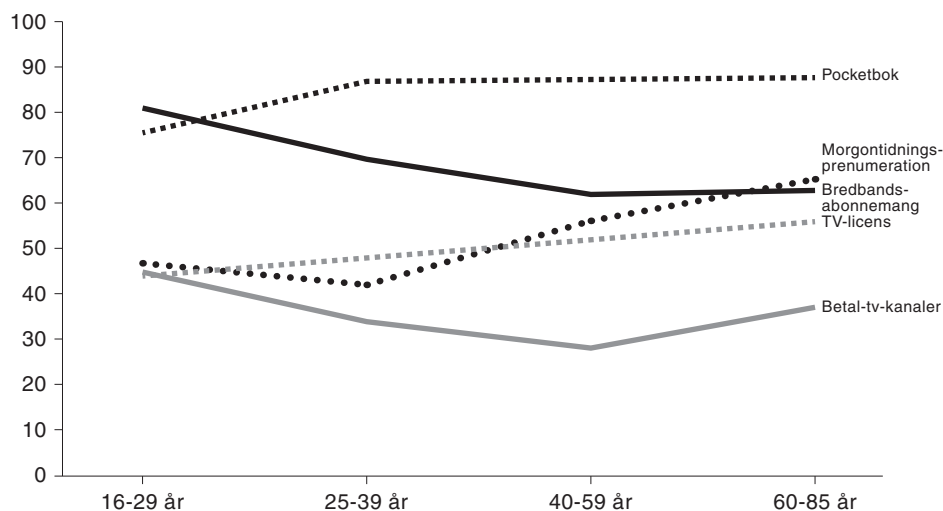
prisivärt. Det finns också många olika betal-tv-paket att välja mellan, varför det är något oklart vad exakt människor svarar på.

Eftersom frågor om vilka medier människor använder inte finns i formuläret, är det dessvärre inte möjligt att analysera hur de som faktiskt använder olika medier värderar dem. Analysen bygger således på en allmän bedömning baserad på hela befolkningen, vare sig man använder de olika medierna eller inte. Det är å andra sidan också en rimlig analys eftersom även de som inte använder respektive medium naturligtvis har en uppfattning om dess prisvärdhet.

Att det åtminstone delvis är allmänna attityder gentemot olika medier snarare än en reell bedömning av mediernas olika priser som ligger bakom människors svar blir tydligt när man ser hur olika åldersgrupper bedömer prisvärdheten. Ålder (och generation) är den enskilda faktor som förklarar mest av mediebeteenden (t.ex. Andersson & Wadbring, 2008) och även mycket av attityder (Bergström & Wadbring, 2011), och därför redovisas ålder ifråga om hur mediers prisvärdhet bedöms (figur 4). De yngsta är förvånansvärt positiva i sin bedömning, vilket i viss mån torde bero på att det inte är de själva utan deras föräldrar som betalar för medierna.

Bland de allra yngsta, upp till 29 år, är det bredbandsabonnemang som värderas högst. På ungefär samma nivå ligger pocketbok, men övriga medier ligger betydligt lägre. Ungefär 80 procent av de unga menar att pocketböcker respektive bredbandsabonnemang är prisvärda i relation till vad de kostar. Ungefär hälften av dem anser att övriga medier är prisvärda i förhållande till vad de kostar. Antagligen speglar detta mer en allmän attityd till medierna än en verklig bedömning av prisvärdheten.

Figur 4. Andel som anser att pocketbok, bredbandsabonnemang, morgontidningspre-numeration, tv-avgift respektive betal-tv-kanaler är prissvärda efter ålder, 2010 (procent)



Kommentar: Se figur 3.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Bedömningarna för medierna går i övrigt i lite olika riktning. Medan morgontidningspre-numeration och tv-licens bedöms mer positivt ju äldre man blir gäller nästan motsatsen för bredbandsabonnemang och betal-tv-kanaler. Bland de allra äldsta, de över 60 år, bedöms dock betal-tv-kanalerna mer positivt, vilket möjligen kan ha att göra med deras större möjlighet att rent tidsmässigt utnyttja utbudet och att de därmed bedömer dem som mer prissvärda. I så fall handlar det mindre om utbudet i medierna än om den egna möjligheten att faktiskt använda det.

Skillnaden gentemot tidigare år är mycket måttlig; den största förändringen är att bredband blivit mer prissvärt för allt fler, medan annat ligger kvar på samma nivå (Bergström & Wadbring 2010b). Å andra sidan är bredband svårbedömt i en fråga som den här eftersom man kan få tillgång till det på så många olika sätt, och kanske inte ens uppfattar att man betalar för den. Exempelvis kan man ha tillgång till bredband via fiber/fiber-LAN – och hälften av befolkningen har möjlighet att ha tillgång till bredband på detta sätt – via kabel, telefon eller trådlöst. Nästan alla hushåll i Sverige har möjlighet att ha någon slags bredband idag (www.pts.se, 2011).

IRM har i studier i anslutning till den här redovisade studien också ställt frågor om vad människor är beredda att betala för på internet, som ju är den springande punkten för många av de traditionella medieföretagen; konsumenterna flyttar till nätet, men är inte villiga att betala för sin konsumtion där. När frågan ställs till människor om vad de är beredda att betala för ifråga om ljud, bild och skrivet material på nätet, så toppar för alla tre typerna av material att man är beredd att betala för att slippa reklam. Mellan en tredjedel och en fjärdedel är beredda att betala för att slippa reklam (beroende på typ av innehåll), och särskilt gäller det de unga. Att få tillgång till unikt material är också ett skäl till att betalningsviljan ökar (Anshelm et al. 2010b, 2010c, 2010d). Annars är ju

betalningsviljan på nätet generellt låg. En förklaring till det skulle kunna vara uppfattningen att då man redan betalar för infrastrukturen (bredbandet) och tekniken (datorn, surfplattan eller mobilen), så vill man inte betala en gång till för innehållet.

Inflation eller deflation i mediekonsumtionen?

Den första slutsatsen vi kan dra är samma slutsats som IRM drar i sina rapporter, nämligen att människor uppenbart är beredda att betala för sin mediekonsumtion, åtminstone *viss* mediekonsumtion – även om motsatsen hörs ofta i debatten. Medierna kostar pengar, vi betalar och vi tycker dessutom ofta att det är prisvärt. Man kan diskutera vad som är mycket eller lite i relation till annat som ingår i våra hushållsbudgetar, men kan ändå konstatera att det är en försvarlig del av budgeten som går till mediekonsumtion. Så var det för 30 år sedan också; då till och med i högre grad, trots ett mycket mindre medieutbud.

När man studerar de faktiska medieutgifterna så som de är mätta i denna studie så skulle dessa kunna delas upp i 1) teknik i bemärkelsen apparatur, 2) infrastrukturen som finns i tekniken respektive 3) mediernas konkreta innehåll. Vad som då är slående är att de senaste decenniernas utveckling framför allt gett oss ny *infrastruktur*, alldeles särskilt i ekonomiska termer. En del av den tekniska apparaturen har vi haft tidigare – som tv-apparat, men däremot inte datorn och mobilen – och vi har även haft mycket innehåll, distribuerat via olika tekniker. Det som jag skulle vilja kalla den nya infrastrukturen är internet, där datorn, mobiltelefonen och surfplattorna kan karaktäriseras som teknikerna som bär upp internet. Det är bredband och mobilabonnemang som är de ”nya” och stora medieutgifterna, medan övriga medieutgifter snarast kan karaktäriseras utifrån sitt mer konkreta innehåll. Den infrastruktur som fanns för 30 år sedan och som också finns idag, är tv-licensen. I mediehänseenden kan man således snarast tala om deflation, inte inflation; mängden varor och tjänster har ökat samtidigt som prisnivån fallit över tid.

Noter

1. Det finns andra som räknat på hushållens utgifter för kultur och medier, och ett exempel återfinns i KulturSverige (redovisad i Carlsson & Facht 2010: 100) som ger en likartad bild.
2. Antalet hushåll kan beräknas på olika sätt (se www.scb.se) och jag har räknat med 4 554 miljoner hushåll vilket är det antal hushåll som IRM använder i sin redovisning. I KulturSveriges sammanställning (se not 1) blir hushållskostnaden cirka 2 000 kronor per år.
3. Priserna är hämtade från Nya Lundstedt (2011) och omräknade enligt kpi (www.scb.se, 2011).

Referenser

- Andersson, U. & Wadbring, I. (2008) Användningen av medier i förändringens tidevarv. I Hvitfelt, H. & Nygren, G. (red) *Mot medievärlden 2020*. Lund: Studentlitteratur.
- Anshelm, M.; Mackhé, P.; Hedström, T. & Hovbäck, F. (2010a.) *Hushållens medieutgifter*. Stockholm: IRM.
- Anshelm, M.; Mackhé, P.; Hedström, T. & Hovbäck, F. (2010b) *Konsumenternas betalningsvilja. Rapport 1: Rörliga bilder på internet*. Stockholm: IRM.

Tack till

Magnus Anshelm på IRM för att jag fått använda studierna om hushållens mediebudgetar.
Bengt Nordström på SVT för att jag fått använda frågan om prisvärdhet för mottagaravgiften för public service-tv.

- Anshelm, M.; Mackhé, P.; Hedström, T. & Hovbäck, F. (2010c) *Konsumenternas betalningsvilja. Rapport 2: Artiklar/skrivet material på internet*. Stockholm: IRM.
- Anshelm, M.; Mackhé, P.; Hedström, T. & Hovbäck, F. (2010d) *Konsumenternas betalningsvilja. Rapport 3: Ljud på internet*. Stockholm: IRM.
- Antoni, R. (2003) Boken – ett avslutat kapitel? I Holmberg, S.; Weibull, L. & Oscarsson, H. (red). *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet.
- Aroldi, P. & Colombo, F. (2006) Generational Belonging and Mediascape in Europe. *Social Science Education*, 6 (1), pp. 34-44.
- Bergström, A. & Wadbring, I. (2010a) The Contribution of Free Dailies and News on the Web: Implications of Media Structural Changes for the Swedish Newspaper Readership Market. In *Northern Lights*, vol 8: 139-155.
- Bergström, A. & Wadbring, I. (2010b) Mediers värde för olika generationer. I Holmberg, S. & Weibull, L. (red). *Nordiskt ljus*. Göteborg: SOM-institutet.
- Bergström, A. & Wadbring, I. (2011) Nyheter i våra hjärtan. I Holmberg, S.; Weibull, L. & Oscarsson, H. (red). *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet.
- Bolin, G. (2011) Generationer av mobilbruk. I Holmberg, S.; Weibull, L. & Oscarsson, H. (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet.
- Carlsson, U. & Facht, U. (red) (2010) *Mediesverige 2010. Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Ernstsson, B. (2011) *Fortsatt mycket stark tv-försäljning*. Branschkansliets marknadsinformation, pressmeddelande.
- Hadenius, S. & Weibull, L. (1985) *Massmedier. En bok om press, radio och tv*. Tredje upplagan. Stockholm: Bonniers.
- Hafstrand, H. (1995) Tidskriftsektorns strukturutveckling 1983-1993. I Severinsson, R. (red). *Studier i medielandskapet. Ett urval analyser genomförda på uppdrag av pressutredningen -94*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Holmberg, C-G.; Oscarsson, I. & Rydén, P. (1983) *En svensk presshistoria*. Stockholm: Esselte.
- Ivres, I. (1980) Massmedier i Sverige. Konsumtion, kostnader, mediepolitik. Stockholm: SR:s publik- och programforskning.
- Ivres, I. (1982) *Massmedier i Sverige II. Bokslut för 70-talet. Inblick i 80-talet*. Stockholm: SR:s publik- och programforskning.
- McQuail, D. (2010) *McQuails Mass Communication Theory. 6th Edition*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC: Sage.
- Mediebarometern 2010* (2011) Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Nilsson, Å. & Vernersdotter, F. (2011) Den nationella SOM-undersökningen 2010. I Holmberg, S.; Weibull, L. & Oscarsson, H. (red). *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet.
- Nya Lundstedt (2011) <http://www.kb.se/soka/tidningar-och-tidskrifter/Nya-Lundstedt-tidningar/>
- Rubin, A.M. (2002) The Uses-and-Gratifications Perspective of Media Effects. In Bryant, J. & Zillman, D. (eds) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Second Edition. Hamwah & London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ruggiero, T.E. (2000) Uses and Gratification Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3 (1), pp. 3-37.
- Solomon, M.R.; Bamossy, G.; Askegaard, S. & Hogg, M.K. (2010) *Consumer Behaviour: A European Perspective*. 4th Edition. New York: Prentice Hall.
- Tidskriftsfakta 2011* (2011) Stockholm: Sveriges tidskrifter
- TS (löpande). Stockholm: Tidningsstatistik AB.
- Westlund, O. (2011) Ständigt uppkopplad och uppdaterad. I Holmberg, S.; Weibull, L. & Oscarsson, H. (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet.
- www.pts.se (november 2011)
- www.scb.se (november 2011)
- www.nordicom.gu.se (november 2011)
- www.som.gu.se (november 2011)

Avskedsföreläsning 23.9.2010

Resande teorier kring journalistik*

Ullamaija Kivikuru

Herr rektor, mina damer och herrar,

Min rubrik kommer från en av mina favoritskribenter, den palestinska författaren och forskaren Edward Said. Said talar om resande eller vandrande teorier, "travelling theories". Enligt honom utvecklas teorier alltid som svar till specifika historiska, geografiska, eko-nomiska eller sociala omständigheter. Om en teori sedan överförs till en annan miljö, förlorar den en stor del av sin makt och förklaringsförmåga. En revolutionär tankegång på ett ställe kan bli ett elitiskt diskussionstema på ett cocktailparty på ett annat ställe. Said tolkar teorier på ett ganska liberalt sätt – även en färsk tanke duger som en teori. Jag ska göra detsamma. Jag ska reflektera över olika påståenden som har cirklat kring journalistik men som knappast når till teorinivå.

Det är redan en truism att journalistiken är i kris och kaos. Vi har fått motta ett ösregn med dramatiska nyheter om kvalitetstidningar nära konkurs, om konventionella medier som har förlorat sina mottagare till webben, om webbaserade medier som inte har kunnat utveckla webben till en lönsam affär och om allt fler arbetslösa journalister. De mest dramatiska nyheterna har kommit från USA. Kurvorna är lugnare här i Finland, än så länge.

Plattformen har förändrats totalt eller den kommer att göra det. Allt detta betyder att medielandskapet hos oss, och ännu mer i den stora världen, kommer att förändras. Det är klart. Men det som har slagit mig mest är att ganska lite har talats om själva journalistiken, om substansen. Visst måste väl alla dessa dramatiska händelser ha sina konsekvenser även på innehållet? Visst har vi fått höra utrop om att journalistikens död är nära, men sådana har vi hört så ofta tidigare. Eller gäller här den gamla historien om fåraherden som om och om igen ropade "vargen kommer" så att ingen tog honom på allvar då vargen sedan kom? I alla fall kommer det i framtiden att finnas mer konkurrens, mindre pengar och färre journalister. Vad kommer att hända då?

Revolutionerna börjar sällan i redaktionerna

Vi talar mycket om globalisering, digitalisering, flermedialitet, om sociala medier och om mottagarnas ökade förmåga att delta i journalistiken. Det finns mycket retorik kring allt detta och det sägs att en dramatisk förändring är på väg. Det har till exempel sagts

* Texten är tidigare utgiven av Forskningsinstitutet Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, SSKH Notat 1/2012 – SSKH Reports and Discussion Papers .

att den enda möjligheten för de så kallade gamla medierna att klara sig i kampen om publikerna är att de ändrar sina budskap från nyheter till åsikter, ”from news to views”. Har vi sett en sådan förändring i vårt medielandskap? Jag skulle hellre påstå att det motsatta har skett. Förmedlingens snabbhet värderas högre än någonsin tidigare och även icke-nyheter och textreklam bakas till nyhetsform för att klara nyhetströskeln. Journalistikens essens, dess substans, har i själva verket knappast förändrats alls. Journalistik tycks vara ett så konservativt och fixerat fenomen att den inte kan ändras lätt. Detta har kommit fram till exempel i världens mest omfattande nyhetsjämförelse Global Media Monitoring Project (GMMP), som utfördes för första gången 1995. Den färskaste, fjärde jämförelsen, arrangerades i november 2009. I den deltog mer än 100 länder. Undersökningens specialfokus riktas på könsfrågor, men nyhetskriterier, källor och vokabulär finns också med. Enligt den senaste undersökningen bestod bara 29 procent av aktörerna i finländsk nyhetsjournalistik av kvinnor. Den globala siffran var ännu lägre, 24 procent. Men mer än av de låga siffrorna är man överraskad av att ingenting förändrats på 15 år – andelen kvinnliga journalister har nog ökat, i Finland med över 50 procent. Ett annat resonemang är sedan, om journalistiken i sin rapportering borde försöka balansera något som i samhället är ur balans.

Med de ovannämnda beläggen kan man påstå att revolutionerna sällan börjar i redaktionerna. Men hur är det nu, då mediestrukturerna vacklar? Det låter naturligt att vi just nu skulle vända oss till teorier, inte för att direkt hitta lösningar på de stora problemen, men för att fundera på journalistikens plats i världen. Det är hög tid för ”soul-searching”. Men vi har ärligt sagt inte många teoretiska resonemang som kan hjälpa. Vi har påståenden, som har sitt ursprung i journalistikens fascinerande men kontroversiella praxis. Men i stället för att sitta ner och reflektera över dem i denna dramatiska situation har vi forskare – här talar jag uttryckligen om forskare – vänt fokus bort från journalistiken. Ännu på 1980-talet var den akademiska medieforskningen intresserad av journalistik och mediepolitik på ett ganska balanserat sätt. Nu är det medier och speciellt mediekultur som gäller: vi publicerar dussintals artiklar och böcker om tv-underhållning, om reality-tv, om civic media, om medieetnografi. Journalistikforskning har blivit en raritet trots att ”gammaldags” journalistik ännu är huvudkanalen för aktuell information för majoriteten av finländarna.

En helt annan sak är sedan om yrkesmänniskor på fältet alls skulle vara intresserade av vad forskare tänker om journalistikens svåra situation. I medicin och många andra naturvetenskaper baseras praxisen i stor del på forskningsresultat. I journalistiken är situationen helt annorlunda. Yrkesjournalisterna har inga stora förväntningar på forskningen. Det är också sant att forskningen ytterst sällan kan ge direkta råd åt journalister. Men man kunde tänka sig att i sådana situationer som nu råder, skulle det finnas plats för gemensamma möten där man dryftar gemensamma spörsmål. Det här är en känslig fråga i synnerhet för oss som fungerar som journalistlärare. Vi arbetar på samma område, men i skilda burar och budskapen från praktiksidan kan ofta tolkas som hälsningar till elfenbenstornet. Vi tycks leva i två olika läger. Det är synd, och vi är – kanske i båda lägren – hjälplösa. Vi vet inte vad som borde göras.

Medielandskapens mångfald

Journalistikfältet är fyllt av kraftfulla påståenden. Det är naturligt att så kallade vanliga människor har starka åsikter om journalistik, eftersom journalistik i vår kultur är

som en möbel i vardagsrummet för dem. Människor använder cirka åtta timmar av sin dag med medierna. Visst kan de då uppfattas som ett slags experter. Det som är mer intressant är att både journalister, experter på mediepolitik och ofta också medieforskare tenderar att falla i samma grop. På något sätt tycks journalistik uppmuntra till skarpa åsikter. Samtidigt tycks de flesta också dela uppfattningen att journalistik är journalistik, likadan var som helst – klart i konflikt med Sids tänkande. Till och med de färskaste manualerna om journalistik och i synnerhet nyhetsjournalistik presenterar fixerade regler om hur man borde bete sig för att producera ”riktig” journalistik. Gamla amerikanska manualer gav råd om hurdana frågor en journalist borde ställa till en stadsdirektör och hurdana till en affärsman. Nuförtiden görs rådgivandet på ett elegantare sätt, men andan är ännu likadan.

Man kan också samla belägg om den här uppfattningen från u-landsbiståndet på vårt område. Vi har försökt överföra våra ideal om journalistik till samhällen där allt fungerar på ett helt annat sätt. Här skulle Sid nicka instämmande. Vi i Norden, Tyskland, Holland och Kanada representerar den ”ansvarskännande” eliten bland u-landsvänner. Vi vet vad som är bra för demokratin, och VI vet vilken sort av journalistik som främjar utveckling. Vi bestämde i början av 1990-talet att privata, så kallade fria medier passar bäst i Afrika söder om Sahara där mångpartisystemet var på väg. Vi etablerade små tidningar och radiostationer och lämnade stora nationsomfattande offentliga radiobolag utan stöd och lät dem utvecklas till fungerande radiomuseer. Orsaken var helt enkelt den att bolagen ägdes av staten och den afrikanska staten bedömdes vara odemokratisk. Senare, mot slutet av 1990-talet upptäckte vi lokalradiostationer – så kallade ”community radio stations” – i Afrika. De fungerade utanför statens sfär, och det var bra, för staten ansågs fortfarande vara överlag odemokratisk. Dessa radiostationer fungerar på volontärbasis och programmen är utvecklingsvänliga. Meningen är att lokalradiostationerna skulle ge ”voice to the voiceless”, röst åt dem som inte hade haft någon röst. Igen visste VI vad som var bra för afrikaner. Något liknande gjordes i Balkan i slutet av 1990-talet efter konflikterna: det så kallade internationella samfundet etablerade nästan 300 privata radiostationer i Sarajevo, en stad med 250 000 invånare. De flesta dog bort fort men hann förbrylla det balkanska mediesystemet.

I Östeuropa var lokala journalister och medieexperter i början mer än villiga att samarbeta med västerländska donatorer och motta stöd och utbildning för att utveckla privata mediekonstruktioner som påminde om medier i Västeuropa och USA. Yttrandefrihet tycktes ha bara en form och huvudsaken var att försäkra en frihet från det hot som staten antogs representera. Senare blev det någonting som den polska medieforskaren Karol Jakubowicz har kallat ”rude awakening”, en bitter väckning till en situation där kommersialismen fungerar i överkant, västerländska mediebolag spelar ett brutalt spel med de lokala, och journalister är förvirrade över klyftan mellan ideal och verklighet.

I Balkan och i Östeuropa kom hjälpen från de starka i världen, vi från Norden var bara i en biroll, men i Afrika har VI varit mest aktiva – vi som kommer från en kultur med en stark stat och en känsla av att staten, trots sina svagheter, representerar demokrati och finns för att försvara de svaga. Vi som har en lång tradition med rundradioverksamhet, d.v.s. PSBideologi med en medieinstitution som visserligen är stor och i offentlig ägo, men som absolut skall främja demokrati och vara alert också när det gäller minoriteternas behov.

Jag försöker inte säga att alla dessa projekt och åtgärder i länder under politisk förändring har gjorts medvetet. Community radio med alla sina resursproblem är ett viktigt

försök att revidera den starka huvudstadsfokusering som de flesta u-länderna har. Nej, i de flesta fallen har det varit fråga om å ena sidan iveren att åka i samma buss som alla andra tycks ha val, å andra sidan naivitet vad gäller det komplicerade förhållandet mellan politik och journalistik. Det är också värt att analysera medielandskapet i den så kallade Södern. Vi ser klarare vad som kanske är fel med våra egna medier här hemma. Nu har till exempel EU hittat nytt värde i community media!

Mediernas makt

Spänningarna mellan politik och journalistik har redan existerat i minst 200 år. Det är kanske svårt för oss idag att förstå hur dramatiskt det lät att man med tidningar kunde nå en masspublik i början av 1800-talet. Det var skrämmande. Allt detta kommer fram i tidiga studier om medier och utgivare. Vid slutet av 1880-talet och i början av 1900-talet blev normativa toner ännu starkare, både i Europa och i Amerika. Temana varierade. Några tyckte att medierna inte rapporterade rättvist om ett eller annat ärende. Andra var bekymrade över att det massproducerade ordet i all sin omfattning kunde vulgarisera och sänka kulturens kvalitet. Kultur- och samhällsforskare var rädda för att man med medier lätt kunde nå till hela befolkningen. Det var fråga om eventuella förändringar i maktpositioner.

Toner av likadana attityder hittar man lätt i dagens ”mediekritiska” kommentarer. Makthavarna och olika intressegrupper är fortfarande bekymrade över mediernas påverkan, trots att forskningen i medieeffekter har visat lugnande resultat. Ju mer empirisk forskning man har samlat desto klarare blir det att mottagarna inte är spratteltgubbar som automatiskt följer vad journalisterna säger, men visst är det också sant att journalistiken i stor del bestämmer publikens dagordning. Medierna kan inte övertala människor att ändra sina åsikter, men medierna kan nog bestämma hurdana saker i samhället som värderas vara så viktiga att människor överlag visar intresse för att utveckla åsikter om dem. Denna dagordning är alltid något anarkistisk: den innehåller både Matti Vanhanen och Matti Nykänen, och många anser att den lättsmälta delen vänder mottagarnas intressen åt ett fel håll.

Rädslan för det massproducerade ordet lever alltså fortfarande. Man har klagat över felaktiga nyhetskriterier, nuförtiden kanske mest över den så kallade tabloidiseringen, d.v.s. personifiering, skandaler och onödiga nyheter. Problemet varierar, men rädslan bakom är densamma nu som vid slutet av 1800-talet då till exempel Alexis de Tocqueville publicerade sina predikningar om högkulturens slut. Det är publiken som makthavarna är bekymrade över. Journalistikens genuina kvalitet är att kunna nå till en masspublik. Det är just det som kallas mediernas makt – och speciellt journalistikens, som fortfarande i den industrialiserade världen anses vara kärnan av medielandskapet, trots att kanske bara 10–15 procent av våra dagars medieinnehåll egentligen består av klassisk journalistik. Kärnan ligger i det att man med journalistik kan nå massor av människor samtidigt med ett budskap. Det är därför man hos oss har tolkat att journalistiken främjar demokrati. Människor kan via journalistik få relevant information om sitt samhälle och således delta i olika aktiviteter som medborgare. Men vi får Matti Nykänen, Big Brother och andra internationella massprodukter på köpet, och vi måste hitta en väg att klara av denna situation.

Tid och rum för journalistik

Journalistik har alltid en förbindelse till tiden, det säger ju redan namnet. JOURnalistik, jour betyder dag på franska, någonting som är bundet till tiden. Ändå är jag inte säker på att denna förbindelse behöver utvecklas till sådana absurditeter som man ofta gör idag i den journalistiska praxisen. Mottagarna blir knappast lyckligare med en diffus nyhet idag, i stället för en avsevärt grundligare presentation i morgon – men de journalistiska organisationerna vågar inte ens tänka på en sådan möjlighet. Med brådska kan det också komma radikala felorienteringar. Den första definitionen av en händelse eller en process förblir ofta en inramning för ärendet också i fortsättningen, trots att allt fler belägg visar ett behov av en omvärdering. Någonting väsentligt har fallit utanför eller man borde helt byta fokus. Men det görs sällan.

Journalistik är egentligen ett djupt kontroversiellt temaområde. Å ena sidan tycks vi tro att det finns en enda form av journalistik som passar i alla samhällen och som ändras enbart med tiden. Å den andra finns det starka bevis på att journalistik är bunden, inte bara till tid utan också till rum, till platsen. Journalistikens främsta funktion är att erbjuda relevant information och att göra det på ett sånt sätt att informationen berör människor som är nära varandra, geografiskt eller intellektuellt. Denna funktion är urgammal men gäller fortfarande. Om journalistiken helt fylls av rykten, skräp och skandaler har den förlorat spelet.

Men om journalistiken förlorar sin förmåga att beröra händer detsamma. Journalistikens fördel har varit att den kan erbjuda sina mottagare information och upplevelser som mottagarna annars inte kunde nå. Publiken har kunnat utvidga sin erfarenhetshorisont. Journalistik har kunnat ge publiken redskap att förstå ”dem” som är annorlunda, inte bara ”oss” som betar sig som vi själva.

Journalisten och forskaren Walter Lippmann konstaterade redan på 1920-talet att journalistiken inte kan fungera utan stereotyper och förenklingar. Men han sade också att man regelbundet borde testa sina stereotyper mot verkligheten. Men hinner vår tids journalistik göra det? Apparaten snurrar ju så snabbt att medarbetarna knappast hinner tänka utan bara förstärker stereotyper. Den brittiske mediesociologen Frank Webster talar om samma sak men med mer avancerade akademiska begrepp. Han talar om en risk att falla i ”presentism”, att försöka lösa problem genom att skaffa kunskap och information enbart om fenomen som pågår samtidigt i samma värld som vi själva lever i. Samhällsvetare har en tendens att göra det och journalister ännu mera. Detta betyder att vi inte värderar historia och långa komplicerade samhälls- och kulturprocesser utan tittar på ytan och drar våra slutsatser utgående från dem.

Också journalistikens beröringsfunktion har en förbindelse till tiden. Då jag arbetade som tidskriftsjournalist i slutet av 1960-talet var tidskriftsjournalistikens roll att erbjuda exotiska upplevelser i ett land där dörrar öppnades åt olika håll och optimism var dagens ord. Samtidigt försökte efterkrigsgenerationen hitta sitt sätt att bo, yttra sig och röra sig. Till och med en möjlighet till massturism hade just börjat med Keihäsmatkat. Tidskrifternas försök att fiska i enighet med tidsandan kunde knappast kallas eleganta eller djupa, men vi försökte hårt. Matti Jämsä började redan på 1950-talet i Apu sina galna, banala och våghalsiga dåd och Usko Santavuori hade varit på samma spår. Radio tekee murren hette programmet i vilket Santavuori faktiskt slog sönder fönstret till en guldsmedsaffär och räknade hur länge det tog för polisen att komma på plats. Det var walraffande på finländskt sätt (Günther Walraff är en tysk journalist som är känd för

avslöjande samhällskritisk journalistik). Min tidskrift *Viikkosanomat* var lite mer elitisk och ville trots det nya revolutionära mediet televisionen, fortfarande tro på den journalistiska reportagebilden. *Viikkosanomat* skickade Caj Bremer och Sakari Räsänen till Etiopien för att beskriva hur kejsar Haile Selassie firade sin födelsedag.

Vi klarare det inte bra. Jämsä och Santavuori nämns antagligen inte i den finländska journalistikens blivande historia, Bremer och Räsänen kanske gör det – förhoppningsvis, för båda har varit ytterst skickliga journalister. Men *Viikkosanomat* dog redan i mitten av 1970-talet.

I våra tider talas det mycket om behovet av emotioner i journalistiken, igen med ganska påklistrade resonemang. Stora rubriker med stora känslor och intima detaljer, närbilder av barn med flugor i ögonen. Uttryckta emotioner blir lätt banala, då man försöker beröra tiotusentals om inte hundratusentals människor samtidigt. Då fastnar man lätt i sådana binära basemotioner som kärlek och hat, vemod och avsmak, skrott och tårar. Och man fastnar också i rutinredskap som används om och om igen. Det syns i synnerhet i katastrofrapporteringen. Rutinerat doserad medkänsla är egentligen inte medkänsla utan voyerism eller tjuvtittande, nästan ett slags obarmhärtighet. Det är viktigt att analysera katastrofrapportering, för en tredjedel av vår utrikesjournalistik består av kriser och katastrofer. Den ger möjlighet till känsloutryck, men hjälper dessa känslor oss att förstå världen? Kanske det motsatta händer: verkligheten döljs under känslomässig rapportering.

Journalistik kommer med sina rutinuttryck av känslor egentligen ganska nära telenovelamelodramat. En annan av mina favoritforskare, Jesús Martín-Barbéro från Colombia, har konstaterat att journalister inte borde nedvärdera telenovela-genren. Enligt Martín-Barbéro lär telenovela människor att promenera i staden, att samarbeta med varandra i urbana omständigheter. Journalistiken är ju ett urbant fenomen och den har svårigheter att nå till landsbygdsbefolkningen, säger Martín-Barbéro. Man måste välja okonventionella rutter, om man på riktigt vill förstärka sin känslighet gentemot mottagare som är ”annorlunda” och emancipera dem. Martín-Barbéro gör inte skillnad mellan fakta och underhållning såsom den seriösa journalistiken tenderar att göra.

Lite likadana resultat har man fått från olika delar av världen, också från Finland, om invandrarnas mediemottagning. De undviker ofta nyheter och prioriterar serier, drama, underhållning – även underhållning som skrattar åt invandrare. Journalistiken tycks vara så kortfattad och paketerad så att mottagare som inte behärskar samhällets finesser inte kan öppna paketet. Man behöver i själva verket inte mera känslor utan narrativ, berättande som unnar sig att röra från historien till framtiden och inte bara fokuserar på vad som händer just nu. Journalistiken har, från och med Krimkriget på 1800-talet, ofta tolkat presentismen så att huvudsaken är att man kan visa att man har varit på rätt plats i rätt tid. Det är hög tid att fundera på andra lösningar. Problemet är att vi på mediefältet, både journalister och forskare, har placerat informationsfunktionen och beröringen i två skilda kategorier. Informationen har värderats till någonting viktigt, beröringen någonting som man måste tolerera. Men är allt ens i sin ordning på faktasidan?

På sätt och vis fungerar journalistiken i Afrika på ett ärligare sätt än hos oss. Där finns uppenbara svagheter och personkult. Presidenter och ministrar symboliserar samhällsstrukturer som annars är svaga. Men det finns också – avsevärt mer än hos oss – journalistik som diskuterar riktigt stora, aktuella men inte nödvändigtvis dagsaktuella samhällsfrågor – om demokrati, om decentralisering, om medborgarnas rättigheter, om

statens roll i samhället, om utbildningens eller socialsektors utmaningar. Policyfrågor – kanske därför att det aktuella inte är så väl utvecklat? Men har vi missat någonting i det hela? Hos oss är det ju mest dagsaktualiteter både i politik, ekonomi och kultur som vår journalistik fokuserar på. Vi reagerar inte på att det enligt forskningsresultat finns fler och fler nyheter i finländsk journalistik som baserar sig på en källa. Ofta är inte ens den enda källan alldeles respektabel. Ett pressmeddelande har kanske blivit ”neutraliserat” via Finska Notisbyrån, som har förkortat texten och skickat den till alla sina otaliga kunder.

Bakom journalistikens kulisser

Diskussionen kring objektivitet har lugnat sig avsevärt, och kanske det är bra så: objektivitet borde stå som ett ideal men verkligheten är inte alltid objektiv. Man behöver inte fixerade kategorier. Ändå borde vi kanske komma ihåg vad britten Jean Chalaby har berättat om objektivitetens ursprungshistoria. I början av 1800-talet ville brittiska politiker dölja det faktum att politikerna låg bakom praktiskt taget alla stora nyheter i tidningarna. De ville – alltså källorna – att journalister borde skaffa flera källor och inte visa att all information egentligen kom från parlamentet. Det var inte så farligt att tidningarna kanske publicerade oeniga rapporter från parlamentet. Huvudsaken var att man ändå följde parlamentets dagsordning. Vems dagsordning följer den finländska journalistiken i våra dagar med ytterst effektiva och kompetenta pr-avdelningar både i kommersiella bolag och i offentliga organ? Om man talar om mediernas ökade makt, vems makt talar vi om egentligen? Vem dukar bordet? Sambandet till Edward Saids tänkande finns med i det ovannämnda, men det haltar något. Ändå tror jag att Said skulle vara fascinerad av denna kontrovers. Han är ju känd för sina kontrapunkter. Han ställde motstridiga tankegångar och erfarenheter mot varandra och betraktade dem som två aspekter av ett och samma fenomen. Sådana kontrapunkter har vi dussintals i journalistiken. Maktens vakthund som inte egentligen vet var den borde stå och vem den borde vakta, demokratins medhjälpare som är starkast då den förstärker de existerande maktförhållanden, publikens representant i maktens sfär som konsekvent tenderar glömma bort dom som den borde representera.

Ett annat presentismrelaterat idiom och samtidigt ett kanske lite känsligt ärende i det här huset är journalistikens koppling till språket. Denna förbindelse utvecklades under romantikern Johan Gottfried Herders tid vid slutet av 1700-talet. Kulturen ansågs ha sitt uttryck i språket, språket värderades ytterst högt. Språket ansågs förena och dela upp nationer. Språket var kulturens symbol och pelare. Men vi lever inte på 1700-talet mera. Språket är utan tvekan viktigt för kulturen och speciellt viktigt för en minoritet som är och borde vara alert i att dess operationsområde återstår. Jag påstår ändå att den finlandssvenska journalistiken ändå är – och borde vara – finländsk journalistik, bunden till det finländska samhället och dess säregenheter. Det är förstås på sin plats att följa den svenska diskussionen om journalistik, men ärligt sagt är jag som lärare lite trött på uppsatsjämförelser mellan Dagens Nyheter och Hufvudstadsbladet, SVT och FST5. De är inte rättvisa mot någondera av parterna. Och de är farliga i det att fokusen lätt blir diffus.

I USA, men också hos oss, talas det om medborgarjournalistik. Idén är att medborgarna får möjlighet att tala om frågor som de uppfattar som viktiga, de gör det antingen själva eller via journalistförmedlare. Medborgares dagordning är ofta helt annorlunda

än journalisters, som lätt står för nära makthavarna – de kan vara kritiska mot vad politikerna och ekonomibossarna säger, men ändå kommer dagordningen från makthavarna. Den italienska mediepolitologen Paolo Mancini har talat om två palats, som kanske kan vara oeniga, men som ändå förstår varandras språk, medan det kring båda slotten vandrar massor av människor som inte alls tycks förstå vad palatsherrarna bråkar om. Kontakter med medborgare har nu, med tryck från webben och det utrymme som den unnar åt medborgaruttryck, blivit populära bland journalister. Men makten befinner sig fortfarande på redaktionerna. Det är ännu en lång väg till en något mera balanserad förbindelse: hittills har det varit så att journalistiken inbjuder medborgare att delta, kommentera eller skicka SMS då det passar journalistiken. Kan detta ha någonting att göra med det att den medborgardebatt som böljar på webben ur ett demokratiperspektiv har varit en så bitter besvikelse? Rasism, hatspråk, skällande, identitetsstöld... Egentligen var demokratiforskarnas idé ganska naiv. Man trodde att då människor får nya kanaler att uttrycka sig så gör de det med iver och debatterna blir mångsidiga och alerta. Hur och var skulle människor ha lärt sig detta? Vi har en lång historia av läskunnighet i Norden, men till och med den har blivit avskalad. Man fick ju inte gifta sig utan att visa sin läskunnighet. Men den färskare läskunnighetsforskningen säger att nordborna egentligen lärde sig att följa order, inte att tänka fritt.

Journalistik som på ytan jagar efter allt som är nytt har egentligen en ganska konservativ och fixerad karaktär, också mediebolag som institutioner. Den svenska organisationsforskaren Ulf Lindberg har påstått att hierarkier inom mediebolagen är så skarpa att man kan hitta likadana bara på sjukhus och i armén – trots att man på allmän nivå är kompisar med varandra är det klart för alla vem som har makt i huset.

Det tycks vara starka åsikter som överlever även större renoveringar i journalistiken eller samhället. Man har behövt så många teorier därför att inte en enda har kunnat öppna upp journalistikens grundproblematik, att journalistik har dragit sig bort från olika förklaringsförsök. Kort och grovt sagt finns det dels teorier som analyserar hur journalistiken fungerar i samhället och dels hur journalistiken borde fungera. Empiriska teorier har varit populära. De brukar vara snäva och praktikorienterade; de kommer närmare den ”läkarmodell” som journalister kanske skulle tycka om – de säger vad som har varit och ger kanske tips på hur man kunde bete sig bättre. Normativa teorier presenterar vidare filosofiska tankesätt, de bevisar ingenting i sig och brukar bli starkare i förändring. Här har vi också belägg från uländerna från 1990-talet och från USA idag: katastrofstämningen har under de senaste åren producerat starkare tongångar om mediernas funktion i samhället och om medieetik.

I staden väntar journalistiken

Till slut vill jag lyfta fram ett exempel på journalistikforskning. Exemplet gäller inte Wilbur Schramm, James Carey, Stuart Hall eller någon annan av de angloamerikanska auktoriteter som vi alla inom journalistiken känner till. Journalistikforskning och -utbildning började i Finland redan på 1920-talet – avsevärt tidigare än till exempel i Sverige. Men ett av våra problem är att denna forskning är alltför starkt angloamerikansk. Vi är snabba att utveckla våra egna modifikationer utgående från de linjer som har blivit populära i synnerhet i USA. Det har hänt intressanta fenomen också i Europa, men dem har vi ofta missat helt. Jag har därför valt Robert Eduard Prutz. Never heard, vem är han? Trots

den angloamerikanska dominansen i vår tids journalistikforskning anses tysken Prutz vara journalistikforskningens fader. Hans *Gesichte des deutschen Journalismus* (1845) talade om journalistik, inte om medieinstitutioner – tidningar eller utgivare – såsom många andra historikers texter under 1800-talet och fram till våra dagar. Prutz analyserade inte heller journalistik som individuella journalisters verksamhet. Han betraktade journalistik som en social aktivitet i förhållande med flera andra sociala aktörer i samhället. Han var absolut före sin tid på många olika sätt. Han var en genuin mediesociolog.

Ärligt sagt erbjuder Edward Said och Jesús Martín-Barbero ändå trevligare läsning trots att Said egentligen är mer intresserad av de intellektuella än av journalister och Martín-Barbero – nå, han vill helst tåga till staden med folkmassor från landsbygden. Men i staden väntar journalistiken. Och med journalistiken kommer kontrapunkten som Said älskar. Utbildningsprogram i journalistik brukar vara väldigt tunga med omfattande praktiska kurser som studenterna älskar. Men i min avskedsföreläsning kan jag göra mig opopulär och påstå att det i akademisk journalistutbildning är lika viktigt att bekanta sig med sådana skribenter som Prutz, Said och Martín-Barbero som att läsa yrkesmanualer och debattböcker om dagsaktualiteter. Det finns en förklaring till mitt politiskt inkorrekta konstaterande – jag kommer ursprungligen från litteraturvetenskapen. Men bakom mig har jag mer än 10 års yrkeserfarenhet i journalistik, visserligen föråldrad. Jag påstår att kanalen till publiken öppnar sig genom faktakunskap, men också genom berättande och medkänsla. En smal yrkesorienterad journalistutbildning är också farlig för arbetsgivarna i detta mediekaos som vi lever i. Armé- eller sjukhusordning gäller inte mer.

Vi på universitetet ligger ofta lite efter med vad som händer i mediepraxis. Det måste kompenseras. En universitetslärares plikt är då att lära studenter att lära sig, att ge mer allmänna redskap för yrket. Om vi – eller egentligen ni, mina kära kolleger som fortfarande måste reservera tid också för undervisning i mitten av strategiarbete, visioner, SAP, SoleTM och allt annat vad det nya universitetet råkar ösa på er – om vi/ni kan plantera i studenterna en hunger för att läsa och analysera plus förstås grundfärdigheter i journalistik, har vi/ni lyckats väl.

Forskningen vid högskolan

Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitets sex huvudämnen journalistik, rättsvetenskap, sociologi, socialpsykologi och psykologi, socialt arbete samt statskunskap ligger till grund för forskningen vid högskolan.

Forskningen sker dels inom fyra tematiska områden:

- Journalistik
- Välfärd och samhällsservice
- Utveckling och socialisation
- Hälsa och samhälle

och dels inom två tvärvetenskapliga forskningscenter:

CEREN – Centret för forskning om etniska relationer och nationalism

FO-RUM – Förvaltning, organisation, regional utveckling och miljö.

För mer information om forskningen vid Soc&kom: <http://sockom.helsinki.fi/fiss>

Svar från författaren till artikeln 'Medierad kosmopolitism. En empirisk inblick', *Nordicom-Information* 3/2011, på inlägg från Carina Guyard & Anne Kaun: 'Den gamla kosmopolitismen i nya kläder. Ett svar till Johan Lindell', *Nordicom-Information* 4/2011.

Medier och Kosmopolitism. Varthän?

Johan Lindell

Till att börja med vill jag tacka författarna Guyard & Kaun för deras intresse för – och respons på min artikel. Kosmopolitismens återintåg i de akademiska diskurserna karaktäriseras av oenighet. Det är därför viktigt att föra debatt, inte bara en definitionsmässig sådan, utan också rörande vilken roll medier och kommunikation kan tänkas ha för olika kosmopolitiska yttringar i det senmoderna samhället. Min studie var ett försök att empiriskt bidra till detta fält inom vilket det, inte alls orättvist, sägs råda 'konceptuell oordning' (Phillips & Smith 2008: 349) och där ingen enig definition av begreppet "kosmopolitism" existerar (Roudometof 2005: 116). Kort sagt landade mitt bidrag i ett fält som står på randen till "incoherent chaos" (Holton 2009: 29). Ändå vill jag, i linje med t ex Skrbis, Kendall & Woodward (2004) och Holton (2009) ta avstånd från påståenden framförda av Pollock et al (2000) – att en definition och empirisk undersökning av 'det kosmopolitiska' är "an uncospopolitan thing to do" (2000: 577) och betona vikten av att ta en empiriskt informerad väg och på så sätt belysa ut begreppets innebörd och samtidigt kunna berätta något om vårt samhälles karaktär. Till detta vägval hör en förväntning om att resan inte alltid är bekväm, och att flertalet hinder kan väntas längs med vägen – några av vilka betonas av Guyard & Kaun. I följande text vill jag därför, genom att besvara den framförda kritiken passa på att belysa vad jag ser som några fruktbara positioneringar i förhållande till relationen mellan mediekonsumtion och en kosmopolitism som återfinns i människors attityder och praktiker.

Sammanfattningsvis finns hos Guyard & Kaun ett missnöje med min artikel för att den (1) "förutsätter att kosmopolitism är en följd av viss mediekonsumtion" (Guyard & Kaun 2011: 89), (2) använder "en enkelspårig definition av begreppet kosmopolitism" (ibid: 90), (3) förbiser en "banal kosmopolitism" (ibid) samt (4) "för lättvindigt reproducerar en elitistisk syn på kosmopolitismen" (ibid: 91). I vad som följer besvarar jag dessa påståenden.

För det första vill jag reda ut vad som verkar vara ett initialt missförstånd som är av central betydelse för läsningen av min artikel. Guyard & Kaun påstår att jag "förutsätter att kosmopolitism är en följd av viss mediekonsumtion" (Guyard & Kaun 2011: 89) när det istället är precis denna effektsklingande retorik jag låter genomgå en regressionsanalys, dvs. empirisk testning. Här vill jag passa på att betona att jag i min artikel gör en poäng av att en potentiell kritik mot hur studien förstår och behandlar mediekonsumtion egentligen är en kritik mot "den inneboende logiken i begreppet studien ämnat reda ut"

(Lindell 2011: 12). Hela problemet som ligger till grund för min analys materialiseras när exempelvis Hannerz (1990) talar om hur ”the implosive power of the media may now make just everybody a little more cosmopolitan” (1990: 249), när Hebdige (1990) argumenterar för en ”mundane cosmopolitanism” som uppstår då avlägsna kulturer “/.../ visit us as images and information on tv.” (Hebdige 1990: 20) och när Rantanen (2005: kapitel 6) talar om en ”mediated cosmopolitanism”. Guyard & Kaun misstar alltså min problemställning – som föreligger i den retorik som brukas kring mediernas roll i den process Beck (2002; 2006) kallar för kosmopolitisering – för ett bakomliggande a priori. En första positionering i förhållande till vad jag ser som en fruktbar ingång i relationen mellan medier, kommunikation och kosmopolitism betonar därför vikten av att frånga sådana bakomliggande antaganden. Även om exempelvis Chouliaraki (2006; 2008) och Joye (2010) bidrar med viktiga analyser av de semiotisk-diskursiva förutsättningarna som bäst kultiverar en kosmopolitisk moralitet, och även om exempelvis Höijer (2004) samt Kyriakidou (2008) bidrar med viktiga studier om publikens sätt att hantera avlägsna konflikter och katastrofer saknas viktiga medie- och kommunikationsvetenskapliga ingångar i en kosmopolitism som inte reduceras till en ”elektronisk empati”, för att använda Hannerz (1996: 121) begrepp. Vidare bör publiken som i Chouliarakis (2006; 2008) fall, inte reduceras till en slags idealtyps-mottagare av en viss kategori av medierat innehåll. I ett försök att nyansera landskapet av empiriska studier av relationen mellan mediekonsumtion och kosmopolitiska attityder var alltså en viktig aspekt i min artikel dels att jobba från en breddad definition av kosmopolitiska attityder, dels att vända mig till den del av den ”empiriska verkligheten” där en potentiell ”medierad kosmopolitism” slutligen manifesteras och spelar viktigast roll, nämligen i publiken.

För det andra, mitt försök att hitta denna ”breddade definition” av kosmopolitiska attityder är för Guyard & Kaun ”enkelspårigt” (2011: 90). Mot bakgrund av den ovan nämnda ’konceptuella ordningen’ och avsaknaden av en enhetlig definition av kosmopolitiska attityder antogs en explorativ ansats i arbetet med att söka lokalisera en dimension i datamaterialet som skulle kunna fånga in kosmopolitismens multidimensionella karaktär. Här hittade en PCA (Principal Component Analysis) en dimension (som alltså förklarar samma fenomen), och en skala kunde följaktligen skapas av följande variabler: ”invandring gör Sverige till en bättre plats”, ”utvidgning av den europeiska unionen” och ”invandring berikar den svenska kulturen”. Motiveringen, samt de interna begränsningarna i denna skala har redan behandlats (Lindell 2011: 7-9) men jag vill passa på att stanna ett slag vid kritiken mot det faktum att kosmopolitism här delvis förstås som en kulturell orientering. Föreställningen om att ”den andres” kultur berikar den lokala kulturen är en central del i den kosmopolitiska orienteringen inspireras av Hannerz berömda artikel *Cosmopolitans and Locals in World Culture* (1990) och detta är enligt Guyard & Kaun ”det största problemet med studien” (2011: 90). Hannerz (1990) har vid flera tillfällen blivit kritiserad för att uteslutande beskriva kosmopoliten som en man (se t ex Tomlinson 1999: 187). Att implicit förneka kvinnans möjlighet att utveckla kosmopolitiska orienteringar är förstås förargligt, men detta tycks inte vara det som stör Guyard & Kaun. Istället blir deras attack mot Hannerz en förbryllande exposé i modernitetens genusrelationer, och kopplingen till hur det är elitistiskt och föraktfullt mot kvinnor att inkludera *den interkulturella nyfikenheten* i en operationalisering av begreppet kosmopolitism är för mig fortfarande inbäddad i tät dimma. Faktum är att om endast *en* gemensam nämnare i definitionskriget om den samtida kosmopolitismen

existerar, så kan det mycket väl vara just att kosmopoliten förväntas uppvisa en "willingness to become involved with the Other" (Hannerz 1990: 240; jfr Holton 2009): "Most contemporary commentators concur that cosmopolitanism – as a subjective outlook, attitude or practice – is associated with a conscious openness to the world and to cultural differences" (Skrbis et al 2004: 117). Visst kan rådande konsensus och dominant paradigmen vara elitistiska och reproducera existerande maktordningar men i detta fall tycks en sådan koppling väl långsökt. Följandes Holton (2009) bör en andra positionering därför innebära skapandet av en "working definition" (2009: 117) av kosmopoliten som anammar den grundläggande föreställningen om att han eller hon innehar en "inter-cultural openness on a transnational stage" (ibid).

För det tredje vidhåller Guyard & Kaun att en banal, och erfarenhetsorienterad kompetens som central del i kosmopolitismen förbises i min artikel (2011: 90). Följandes Billigs föreställning om en "banal nationalism" (Billig 1995) förstår Guyard & Kaun den kosmopolitiska motsvarigheten som närvarande i "vardagliga rutiner som skapar samhörighet" samt att kosmopolitiska orienteringar mycket väl kan uppstå i "ofrivilliga" sammanhang, exempelvis bland flyktingar som ständigt konfronteras med det "nya" (Guyard & Kaun 2011: 90). Två saker är viktiga att betona här. För det första vill jag, i linje med Szerszynski & Urry (2002; 2006) påstå att den undersökta "medierade kosmopolitismen" *de facto* är en form av banal kosmopolitism i det avseende att den påstås uppstå i "vardagliga rutiner", i konsumtionen av symboliskt, medierat innehåll, ofta i hemmets rutin-betingade miljö (jfr Hannerz 1990; Hebdige 1990; Rantanen 2005). En mer korrekt utvärdering skulle dock kunna vara att min studie intresserade sig för till vilken grad den politisk-kulturella kosmopolitismen kan vara en banal företeelse, dvs. uppstå i mediekonsumtionen. För det andra vill jag inte förneka, och gör det heller inte i artikeln, möjligheten att kosmopolitiska orienteringar kan uppstå i "ofrivilliga" sammanhang. Tvärtom vill jag mot bakgrund av de mycket ambivalenta effekterna av nyhetskonsumtion i sammanhanget- och den tillhörande problematiseringen av begreppet "mediated cosmopolitanism" (Lindell 2011: 12) förespråka mer empiriska studier av situationer där fenomenets komplexitet belyses. Med en tredje positionering vill jag därför betona ett teoretiskt skifte mot en "medialiserad kosmopolitism"² (Lindell 2011: 13) som frångår effekts-retoriken som ändå inte påvisat någon empirisk validitet och istället rikta analyser mot den "komplexa samexistensen" mellan kosmopolitiseringen och medialiseringen (ibid; se även Lindell 2012).

För det fjärde och slutligen menar Guyard och Kaun att studien "för lättvindigt reproducerar en elitistisk syn på kosmopolitismen" (2011: 91). Här bör läsare kort erinra sig om studiens operationalisering och dess eventuella inneboende problem för att själva kunna skaffa sig en bild (se Lindell 2011: 7-9 för metoddiskussion). Personligen vidhåller jag att dimensionen som PCA:n hittade i datamaterialet fångade in en viss typ av kosmopolitisk orientering, och inte "självgodhet och hyckleri" som författarna Guyard & Kaun menar (2011: 91). På den premissen visar resultaten att kosmopolitismen till viss utsträckning är homolog med rummet av sociala positioner – och att vi följaktligen, med empiriska belägg, kan dra slutsatsen att kosmopolitiska attityder återfinns i "symbios med olika former av kapital snarare än i direkt relation till medieeffekter" (Lindell 2011: 13). Detta betyder alltså att den typen av kosmopolitiska attityder som min studie undersökt gynnas av en privilegierad position i rummet av de sociala positioner – i linje med tidigare studier (se t ex Weenink 2008; Phillips & Smith 2008; Pichler

2009) framträder framförallt det kulturella kapitalet (här utbildningskapital) som en betydande faktor. Frågan vi nu kommer tillbaka till berör huruvida ett sådant resultat ”reproducerar en elitistisk syn på kosmopolitismen”. I sin essä *Den Ifrågasatte Sociologen* varnar Pierre Bourdieu att läsare förstår sociologi utifrån sitt habitus – när sociologen beskriver samhällets stratifiering, när denne beskriver arbetarklassen blir han eller hon ”misstänkt för att vilja stänga in den i vad den är som i ett öde, eller för att vilja trycka ner den” (Bourdieu 1997: 55, Kursiv i original). En fjärde positionering vill följaktligen betona *nödvändigheten* att förstå mediekonsumtion i sin sociala kontext (jfr Thompson 1995/2001) och den tillhörande och för mig självklara premissen att samhällets struktur måste få beskrivas utan att beskrivaren anklagas för att ha en politisk agenda.

Två vägar finns att ta här, antingen förkastar man validiteten i studien och menar att den ”reproducerar en elitistisk syn på kosmopolitismen”, eller så vidhåller man att studien fångar in en aspekt av kosmopolitiska attityder, och inser att det är den socio-materiella världen som reproducerar kosmopolitismens strukturella villkor, och inte sociologen (läs: medie- och kommunikationsvetaren). Min uppfattning hör till det senare, det är samtidigt min övertygelse att detta forum är mycket lämpligt för denna typ av diskussion, och fler bidrag välkomnas varmt.

Noter

1. Här finns skäl att förtydliga vad som avses när Guyard & Kaun i titeln menar att min studie representerar ”den gamla kosmopolitismen i nya kläder” (Guyard & Kaun 2011: 89). För Guyard & Kaun består ”den gamla kosmopolitismen” varken i Cynikernas besynnerliga motstånd mot enskilda socio-kulturella konventioner och förespråkandet av ett liv i harmoni med ”naturens lagar” (se t ex Sayre 1938) eller i Stoikernas idealiserande kring en universell moralitet grundad i antagandet om alla människors förmåga till förnuft (se t ex Nussbaum 1997). Inte heller avses här Kants teleologiska texter om världspolitikkens- och ”den eviga fredens” framväxt (se Kant 1784/2010; 1795/2009). Istället är det Hannerz (1990) senmoderna revitalisering av kosmopolitismen som en orientering i en global värld som avses när jag min studie faller för att reproducera ”den gamla kosmopolitismen”.
2. ”Medialisering” avser den pågående meta-process genom vilken medieteknologier och medieinstitutioner alltjämt spelar avgörande roller i samhället och för individen (se t ex Lundby 2009).

Referenser

- Beck, U. (2002) 'The Cosmopolitan Society and its' Enemies' i *Theory, Culture & Society* 19(1-2): 17-44. London: SAGE Publications.
- Beck, U. (2006) *The Cosmopolitan Vision*. Cambridge: Polity Press.
- Billig, M. (1995) *Banal Nationalism*. London: SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (1997) *Kultur och Kritik*. Göteborg: Daidalos.
- Chouliaraki, L. (2006) *The Spectatorship of Suffering*. London: SAGE Publications.
- Chouliaraki, L. (2008) 'The Mediation of Suffering and the Vision of a Global Public' i *Television and New Media* 9(4): 371-391. London: SAGE Publications.
- Guyard, C. & Kaun, A. (2011) 'Den Gamla Kosmopolitismen i Nya Kläder – Ett Svar till Johan Lindell' i *Nordicom-Information* 33(4): 89-92. Göteborg: Nordicom.
- Hannerz, U. (1990) 'Cosmopolitans and Locals in World Culture' i *Theory, Culture & Society* 7(2): 237-251. London: SAGE Publications.
- Hannerz, U. (1996) *Transnational Connections*. London: Routledge.
- Hebdige, D. (1990) 'Fax to the Future' i *Marxism Today* (Januari).
- Holton, R.J. (2009) *Cosmopolitanisms: New Thinking, New Directions*. Hampshire: Palgrave MacMillan.
- Höijer, B. (2004) 'The Discourse of Global Compassion: The Audience and Media Reporting of Human Suffering' i *Media, Culture & Society* 26(4): 513-531. London: SAGE Publications.
- Joye, S. (2010) 'News Discourses on Distant Suffering: A Critical Discourse Analysis of the 2003 SARS Outbreak' i *Discourse & Society* 21(5): 586-201. London: SAGE publications.

- Kant, I. (1784/2010) 'Idea for a Universal History with a Cosmopolitan Purpose' i Brown, G.W. & Held, D. (red.) *The Cosmopolitanism Reader*. Cambridge: Polity Press.
- Kant, I. (1795/2009) *Den Eviga Freden* (översatt av A.W. Johansson) Stockholm: Nordstedts Akademiska Förlag.
- Kyriakidou, M. (2008) 'Mediated Cosmopolitanism: Global Disasters and the Emergence of Cosmopolitan Solidarity' i *Global Studies Journal*, 1(3): 123-130. Common Ground.
- Lindell, J. (2011) 'Medierad Kosmopolitism – En Empirisk Inblick' i *Nordicom-Information* 33(3): 3-15. Göteborg: Nordicom.
- Lindell, J. (2012) 'Beyond 'Distant Suffering' and Pity-Compelled Cosmopolitanism: Examining the Relation Between The Consumption of Ordinary News, General Media Consumption and Cosmopolitan Outlooks in Scandinavia' i *Observatorio (OBS*) Journal* 6(1). Obercom.
- Lundby, K. (red) (2009) *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang Publishing.
- Nussbaum, M.C. (1997) 'Kant and Stoic Cosmopolitanism' i *Journal of Political Philosophy* 5(1): 1-25. Blackwell.
- Phillips, T. & Smith, P. (2008) 'Cosmopolitan Beliefs and Cosmopolitan Practices: An Empirical Investigation' i *Journal of Sociology* 44(4): 391-399. London: SAGE Publications.
- Pichler, F. (2009) "'Down-to-Earth' Cosmopolitanism – Subjective and Objective Measurements of Cosmopolitanism in Survey Research' i *Current Sociology* 57(5): 704-732. London: SAGE Publications.
- Pollock, S., H., Bhabha, H.K., Breckenridge C.A., & Chakrabarty, D. (2000) 'Cosmopolitanisms' i *Public Culture* 12(3): 577-589. Durham: Duke University Press.
- Rantanen, T. (2005) *The Media and Globalization*. London: SAGE Publications.
- Roudometof, V. (2005) 'Transnationalism, Cosmopolitanism and Globalization' i *Current Sociology* 53(1): 113-135. SAGE Publications.
- Sayre, F. (1938) *Diogenes of Sinope – A Study of Greek Cynicism*. Baltimore: J.H. Furst Company.
- Skrbis, Z., Kendall, G. & Woodward I. (2004) 'Locating Cosmopolitanism: Between Human Ideal and Grounded Social Category' i *Theory, Culture & Society* 21(6): 115-136. London: SAGE Publications.
- Szerszynski, B. & Urry, J. (2002) 'Cultures of Cosmopolitanism' i *The Sociological Review* 50(4): 461-481. Oxford: Blackwell Publishing.
- Szerszynski, B. & Urry, J. (2006) 'Visuality, Mobility and the Cosmopolitan: Inhabiting the World from Afar' i *British Journal of Sociology* 57(1): 113-132.
- Tomlinson, J. (1999) *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J.B. (1995/2001) *Medierna och Moderniteten*. Göteborg: Daidalos.
- Weenink, D. (2008) 'Cosmopolitanism as a Form of Capital: Parents Preparing their Children for a Globalizing World' i *Sociology* 42(6): 1089-1106. London: SAGE Publications.

Den ”rätta” kunskapen Journalistutbildningens dilemma

Elin Gardeström

Är utbildning per automatik alltid något positivt? Bland journalister var detta länge ifrågasatt när det gällde deras yrke som ansågs bättre kunna läras av erfarenheten på redaktionerna och av livet självt. Denna ståndpunkt blev problematisk efter andra världskriget när behovet av en skolmässig journalistutbildning växte i och med mediernas expansion. Pressen ville fostra sina adepter och när universiteten gjorde anspråk på att en vetenskaplig bildning var viktig för denna för det offentliga ordet viktiga yrkeskår möttes det av motstånd. I följande artikel diskuteras motsättningen mellan pressen och akademien som har tenderat att reproduceras in i våra dagar. På många journalistutbildningar kan det även idag uppkomma en konflikt mellan praktik och teori.

Sverige fick en organiserad sammanhållen utbildning av journalister först 1959, detta efter att frågan hade diskuterats i mer än 50 år av de tre pressorganisationerna. Den tidigare lärlingsvägen, att börja arbeta som volontär, fanns kvar mycket länge. Journalistkåren var skeptisk till att en formaliserad journalistutbildning skulle ha något att tillföra. Vissa tyckte till och med att en enhetlig utbildning kunde vara skadlig. Personlighet och medfödd talang ansågs länge vara viktigare än formella utbildningsmeriter. Och att yrket skulle nås genom universitetsstudier var både i Sverige och utomlands ifrågasatt. Efter andra världskriget kom frågan upp både i Sverige och internationellt. Journalistens stora ansvar och tron på att yrkeskårens utbildning kunde ge journalister en förmåga att förändra och förbättra hela samhället var central. Därmed uppstod en kamp om vad en journalist borde lära sig. Även efter det att en högre utbildning hade inrättats fortsatte diskussionen om hur denna utbildning borde förändras, ända in i 1960-talets radikalisering. Den långa diskussionen om en journalistutbildning i Sverige från 1944 till 1970 analyseras i min avhandling *Att fostra journalister* som denna artikel bygger på.¹

Akademikerförakt inom journalistkåren

Akademiker som sökte sig till pressen har genom historien inte sällan hånats av journalister: De ansågs vara för teoretiska och inte kunna skriva. De hade fel sorts personlighet, var för inåtvända och kontemplativa, saknade den rätta framåtandan och uthålligheten. Som reportrar var de odugliga eftersom de inte förstod vad en nyhet var. En redaktör beklagade sig över den akademiker han anställt som nyhetsreporter, när denne i en artikel beskrev ett vackert hus men missade att skildra eldsvådan och de husvilliga familjerna. Dessutom ansågs akademiker vara lite högfärdiga och att de helst ville ”sitta på sin stjärn och skriva fina saker”, som redaktören Hilding Östlund uttryckte det på ett möte på

Publicistklubben 1944.² *Upsala Nya Tidnings* chefredaktör Axel Johansson menade att han inte ville ha några som gick och ”sprätte” på redaktionerna bara för att de hade läst statskunskap. Han ansåg att tidningarna själv skulle fostra sina journalister.³ Liksom flera av de redaktörer som var hårdast i tonen hade Axel Johansson själv akademiska studier i bagaget. Publicister och redaktörer med akademiska studier var ibland särskilt skeptiska till att en universitetsbakgrund hade något att tillföra. Disputerade Leif Kihlberg på *Dagens Nyheter* gick så långt att han menade att man kunde bli en god journalist trots en akademisk bakgrund, inte tack vare.⁴ Några typer av studenter var dock välkommen på tidningarna och det var den misslyckade akademikern samt överliggaren, som aldrig blev klar med sin examen. Axel Johansson menade att en som hade A i betyg inte var välkommen på redaktionen, men den som hade sämre betyg kunde man fundera över.⁵ Set Poppius, som 1947 startade sin egen privata journalistiska skola, ansåg att en misslyckad akademiker kunde vara ett mer löftesrikt ämne för att bli journalist än ”plugghästen med examensrekord”.⁶

Mycket av detta akademikerförakt vädrades i diskussioner på Publicistklubben när en journalistutbildning kom upp till diskussion i Sverige. Pressen expanderade under efterkrigstiden och det gamla lärlingssystemet kunde inte tillgodose behovet av journalister. Landsortstidningarna klagade i decennier över att de journalistvolontärer som de med möda hade tränat upp snart lämnade redaktionerna för bättre betalda jobb inom storstadspressen. Men att behovet av arbetskraft var reellt innebar inte att den svenska pressen kunde enas. Frågan om en journalistutbildning drogs i en seg långbänk ända från de första förslagen i början av 1900-talet till 1950-talets mitt. Hur en utbildning borde vara utformad fanns det många åsikter om inom pressen. De förslag på journalistutbildningar som andra utomstående aktörer presenterade under åren hade pressen svårt att acceptera, eftersom åsikten var att inga utomstående intressen skulle styra journalisternas utbildning. När Göteborgs högskola 1938 planerade en anpassad fil. kand. examen kombinerad med en praktisk journalistkurs, som Göteborgspressen skulle ansvara för, blev det rubriker. Dels ansågs det oerhört att journalister skulle få undervisa på en högskola, detta i en tid då skillnaden mellan den akademiska eliten och resten av befolkningen var stor. Dels fanns en skepsis mot att högskolestudier skulle vara användbara för journalister. Andra erfarenheter kunde vara viktigare: ”Journalistikens föremål är hela det brokiga livet, och en journalist har användning för alla kunskaper”, menade exempelvis redaktören Emil Jacobsson.⁷ Ironin mot att professorer skulle utbildna journalister var skarp. En skribent föreslog att Axel Boethius, som var professor i forngrekisk arkeologi, skulle föreläsa om ”förhållandet mellan upplagesiffror och annonsmängd under den grekiska bronsåldern” och tillade: ”Blir det inte kläm på svenska journalister efter den duvningen, lova vi härmed högtidligen att för all framtid lägga ned vår journalistiska penna.”⁸

Att journalister skulle lära av verkligheten och inte genom teoretiska studier är ett genomgående drag i journalistutbildningens historia. Personer med den rätta läggningen skulle genom vedermödor och erfarenheter skapa sig själva till journalister. Journalistaspiranten skulle ut i det brokiga livet, arbeta inom olika yrken, resa och skaffa sig erfarenheter in på bara huden. Att genomgå någon form av självbildning ansågs bra och i vissa fall kunde lite akademiska studier vara användbara. Därefter gällde det att visa sig duglig i det dagliga slitet på en tidningsredaktion, under överinseende av äldre journalister som i bästa fall kom med råd. En dag nåddes målet då personen ifråga blev

erkänd som journalist av sina likar. Att sitta i en skolbänk för att lära sig bli journalist möttes av skepsis. Med sociologen Pierre Bourdieus termer behövde journalisten i vardande förvärva fältets specifika form av symboliskt kapital för att kunna bli erkänd som journalist.⁹

Lärlingsvägen och det framväxande utbildningssamhället

Vissa av de bitska kommentarerna om akademiker kunde bero på klassmotsättningar. Att läsa vidare på universitet var långt in på 1950-talet något som var vikt för ett fåtal ungdomar, främst ur de högre samhällsklasserna. År 1950 fanns 16600 studenter vid universitet och högskolor, vilket är cirka 4,5 procent av dagens nivå på 369 000 studeranden (2010).¹⁰ Denna elit hade ofta en löftesrik karriär framför sig. För att bli journalist behövdes ingen högre klassbakgrund för att göra karriär, det räckte att vara ung, helst man, framåt och klipsk och ha kontakter som gjorde det möjligt att börja som volontär på en tidning.

Efter andra världskriget genomgick alla typer av utbildningar stora förändringar i Sverige och lärlingssystemet frångicks i en rad branscher. De tre pressorganisationerna kunde efter en 50-årig långbänk enas om att grunda en branschdrivet journalistinstitut 1959. De som utbildades där blev diplomjournalister, som det kallades. Synen på en skolmässig utbildning för journalister började sakta att förändras. Det började anses ålderdomlig och inkräkt att vara mot utbildning. Många inom journalistkåren var dock fortsatt kritiska, något som eleverna märkte av. När de kom ut på redaktionerna fick de många gliringar för att de var ”institutare”. Tidigare elever menade att journalistdiplomet som erhöles efter den ettåriga utbildningen var det bäst att gömma i skrivbordslådan, att likt en frisör sätta upp det på väggen var inte att rekommendera.¹¹

Akademikerns elitstatus började även den att förändras när den socialdemokratiska regeringen började demokratisera utbildningssystemet efter andra världskriget. Ett större antal ungdomar fick därmed möjlighet att söka vidare till högre studier vid universitet och högskolor och en utbildningsexpansion inleddes. Utbildning sågs i högre grad som en samhällsuppgift som staten skulle administrera. Redan 1962 tog staten över det ekonomiskt tyngda Journalistinstitutet och startade ytterligare ett institut i Göteborg. Universitetskanslersämbetet hade helst velat integrera journalistinstitutet med universiteten, men detta motsatte sig pressen. Istället lades utbildningen direkt under ecklesiastikdepartementet. Pressen ansåg uppenbarligen att ett statligt departement var en bättre huvudman än universiteten, vilket är paradoxalt, eftersom pressen traditionellt värnat om att vara fristående från staten.

På de statliga journalistinstitutet fanns två utbildningslinjer, en akademikerlinje för de som läst på universitet och en för dem med enklare utbildningsbakgrund. Journalister talade fortfarande illa om akademiker, dessa ansågs behöva bevisa sin duglighet i praktiskt arbete för att få det prövat om de hade ”den rätta läggningen”. Och det var alla som sökte in tvungna att göra eftersom det fanns krav på att ha en sex månader lång förpraktik som betygsattes av redaktionerna innan det var möjligt att söka in. När en statlig journalistutbildning etablerades blev det många bud om vilka ämnen de blivande journalister borde läsa. Från universitetshåll ansågs att eleverna behövde universitetskurser, medan förespråkare för pressen förordade praktiska utbildningsvägar som exempelvis att producera övningsstidningar.¹²

Att utbildas för att utöva yttrandefrihet på rätt sätt

Den beskrivna motsättningen mellan journalister och akademiker kan inte riktigt placeras in som en förhistoria till hur moderna utbildningar grundlades och hur en konservativ kår inte förstod dessa utbildningars användbarhet. Skepsisen mot akademisk utbildning och mot formell journalistutbildning är något som har reproducerats inom journalistikåren ända in i våra dagar. Autodidakten som bevisar sin duglighet kan fortfarande hyllas. När en reporter (autodidakt) från en högstatusredaktion besökte Södertörns högskola menade han att varken akademisk utbildning eller en formell journalistutbildning var något som spelade någon större roll inom redaktionen. Detta kan naturligtvis journalistikens vedersakare ta till intäkt för att kritisera att journalistik bedrivs av utbildade personer. En sådan argumentering skulle i sin tur upprepa en annan historisk tankefigur när det gäller journalister – rädslan för den halvbildade journalisten. Att journalister borde bibringas humanistisk bildning var exempelvis skälet för Joseph Pulitzer att grundlägga den kända journalistutbildningen vid Columbia University i USA 1903. Hans vision var att välutbildade journalister skulle bedriva bättre journalistik som tjänade allmänheten och i förlängningen verka för en bättre värld.¹³ Journalistforskaren James Carey menar att det goda syftet kan tolkas på andra sätt – att Pulitzer syfte var att fostra en olydig journalistkår till disciplinerade arbetare som skulle sluta flirta med socialism och fackföreningar. Liknande tongångar fanns i Sverige. Göteborgs högskolas rektor Curt Weibull menade 1938 att universitetsstudier skulle ge journalisten respekt för sanningen, en kritisk inställning och ”den moraliska ryggrad, som kräves för att leda den allmänna opinionen och icke slaviskt låta sig ledas av denna”.¹⁴ Journalister borde ha någon form av klassisk bildning som grund för sin moraliska fostran så att de kunde bära sin ansvarfulla roll i offentligheten. Denna inställning tolkades även som att journalister skulle lära sig att gå arm i arm med andra eliter och bli konforma med systemet. Rädslan för att en formaliserad utbildning skulle ha den effekten fanns inom pressen. När en journalistutbildning etablerades i Sverige anklagades den återkommande för att producera journalister stöpta i samma mall, för att skapa ”fänrikar” eller ”skriv och layout-automater”.¹⁵ Eller som journalisten Ragnar Hedlund utgöt 1967: ”Är man efter genomgången journalistinstitut så strömlinjeformad, anpassad i schablonuppfattningar och auktoritetsrespekt att man är rädd att stöta sig med myndigheter eller egna chefer som kan ställa till obehag?”¹⁶

Journalistutbildning som korrektiv, påverkan och medel för en bättre värld

Journalisters utbildning har varit ett laddat område, vilket har sin förklaring i yrkets koppling till informationsspridning och opinionsbildning. Journalistyrket utvecklades historiskt ur en för den tiden revolutionerande kommunikationsteknik – tryckpressen. Med masspressens expansion växte behovet av denna yrkesgrupp som fick inflytande som ett tolkande mellanled i offentligheten. Hur journalister skulle utbildas ansågs med tiden vara en metod att påverka mediernas funktionssätt. I diskussionen om en journalistutbildning i Sverige åren 1944 till 1970 presenterades utbildning återkommande som en form av korrektiv. I avhandlingen framgår att utbildning av journalister fördes fram som en lösning på många andra upplevda problem än att pressen behövde mer och bättre utbildad arbetskraft och att dessa journalister behövde kunskap som var specifikt knuten till yrkesutövningen. Utbildningen skulle lösa problem med kommersialisering,

sensationsjournalistik, krigspropaganda, humanistöverskottet, reklamutbildning, parti-pressens eventuella korrumperande inverkan på demokratin och så vidare. Stora förhoppningar knöts till den ”riktigt” utbildade journalisten både i Sverige och internationellt. Varför en utbildning ansågs viktig är relaterat till problem som olika aktörer upplevde och ville lösa. Genom att ge journalister särskilda typer av utbildning ansåg olika aktörer att deras perspektiv skulle kunna få synlighet, oavsett om det gällde ekonomiska, politiska, nationella eller nordiska intressen. Här fanns en hel skala av förhoppningar, från att genom informerande kurser till journalister förmå dem att skriva positivt om exempelvis försäkringar till att journalister genom en mer moralisk uppfostran skulle kunna ta sitt ansvar som samhällsbärare. Det fanns även en förhoppning om att mycket stora samhällsfrågor som världsfreden och internationell förståelse skulle kunna ha en dellösning i att journalister utbildades bättre i syfte att främja dessa värden.¹⁷

Pressens tradition att utbilda journalister på redaktionerna genom praktiskt arbete gick på tvärs med universitetsvärldens uppfattning om hur kunskap skulle nås. När dessa två utbildningstraditioner skulle förenas på de statliga journalistutbildningarna blev det problem. Att lära av verkligheten blev när journalisthögskolorna grundlades på 1960-talet ”learning by doing”. I Stockholm valde rektorn Lars Furhoff bort traditionella universitetsämnen och strävade efter att skapa en egen utbildningskanon för journalister.¹⁸ Konflikten mellan praktik och teori har blivit en bestående strid på journalistutbildningar inte bara i Sverige utan världen över. Ska blivande journalister skriva akademiska uppsatser eller lära sig grävande journalistik? Exemplet är många. Den danske journalistforskaren Jørn Henrik Petersen menar att det kan förekomma ett mer eller mindre civiliserat inbördeskrig på journalistutbildningarna, då det uppkommer en söndring i lärarkåren som består av skillnaden mellan att vara journalist och att tala om journalistik – vilket på sätt och vis är ytterligare en version av den tidigare relaterade konflikten mellan journalisten och akademikern.¹⁹

Yttrandefrihet och akademisk frihet

Hur ska då den långvarige klyftan mellan press och akademi tolkas? Det går naturligtvis att se det som en maktkamp. Medier och forskning befinner sig tillsammans med kulturinstitutioner, religiösa samfund och utbildningsväsendet inom den typ av makt som brukar definieras som symbolisk makt eller makten över tanken, vilket kan leda till konkurrens.²⁰ I relationerna mellan journalistiken och vetenskapen förefaller det finnas en konflikt över ideal och om vem som har ett uppdrag, liksom vad ett sådant uppdrag ska omfatta. Sett för sig är det inte kontroversiellt att se att forskningen ska studera förhållanden, vilket ska tillföra ny kunskap och åstadkomma förbättringar. Det är när denna uppgift sätts jämte en journalistik som också anser sig ha ett uppdrag som problemen uppkommer.

En tolkning som görs i avhandlingen är att pressen och den akademiska världen idéhistoriskt är besläktade. Den akademiska friheten och press- och yttrandefriheten har likheter. Den akademiska friheten utvecklades innan yttrandefriheten men har ett samband med denna tanketradition och har både förr som nu kunnat medverka till en utveckling mot demokrati.²¹ På liknande sätt ses yttrandefrihet och pressfrihet som viktiga för en demokratisk utveckling. Dock finns skillnader. Det finns akademiska ideal om att vara den fria tankens tjänare och att ha en frihet att själv bestämma vad som ska

läras ut. Men denna fria tanke krävde en exklusiv avskildhet. Den allmänna yttrandefrihet som senare uppstod kunde upplevas som ett hot mot den akademiska friheten eller som en konkurrent. Akademisk frihet kunde då behöva skydd bakom den vetenskapliga exklusivitets murar.²²

Journalistutbildningens historia problematiserar i hög grad vad utbildning är och vem som bör ha kontroll över journalisternas bildningsgång. Den svenska maktutredningen på 1980-talet menade att journalistkåren hade fått ett ökande inflytande och att utbildningen och urvalet till denna utbildning var central i denna process. Journalisthögskolorna gjordes ansvariga för att ha lärt journalisteleverna en särskild teori som gett legitimitet åt journalisternas inflytande i samhället.²³ Både förr och nu kan denna yrkesutbildning framställas som farlig för demokratin, något som likriktar journalister på ett sätt som inte är förenligt med yttrandefriheten. Eller det motsatta, att dåligt utbildade journalister kan vara en fara eftersom de inte kan förklara en alltmer komplicerad värld för sin publik. Internationellt närs ibland förhoppningar om att grunden för pressfrihet och demokrati kan läggas på journalistutbildningar, särskilt i länder där dessa rättigheter inte är självklara. Det förefaller som om det någonstans, både förr och nu, hägrar en förhoppning om att bättre utbildade journalister kan medverka till att skapa ett bättre samhälle.²⁴

Och den ursprungliga frågan återstår att besvara – är utbildning per automatik alltid bra? Svaret kan formuleras som att det snarare handlar om en kamp om vilka sorts erfarenheter och kunskaper som ska räknas som legitim utbildning för att yrkesmässigt utöva yttrandefrihet.

Noter

1. Elin Gardeström, *Att fostra journalister. Journalistutbildningens formering i Sverige 1944-1970* (Göteborg 2011).
2. Hilding Östlund (*Vecko-Nytt*), Publicistklubbens sammanträde 22/3-46, Publicistklubbens arkiv, RA, A1A:19.
3. "Journalistutbildning under debatt", *Journalisten* 1944: 4.
4. PK-diskussion 12/2-38. Publicistklubbens arkiv, RA, A1A:17.
5. "Journalistutbildning under debatt", *Journalisten* 1944:4.
6. Set Poppius, *Journalisten* (Stockholm 1947) s. 69.
7. Redaktören Emil Jacobsson citerad ur artikeln "Högskolan får journalistexamen?" *MT* 1/3 1938.
8. Ledarstick, "I Oxfords anda", *Göteborgs Morgonpost* 1939 (datum saknas).
9. Detta kan jämföras med konstfältet eller det litterära fältet. Se Donald Broady, "Kulturens fält. Om Pierre Bourdieus sociologi", *Nordicom-Nytt/Sverige*, nr 1-2 1988, s.70ff.
10. Gunnar Richardson, *Svensk utbildningshistoria. Skola och samhälle förr och nu* (Lund 2004) s. 248; Anders Nilsson, *Studiefinansiering och social rekrytering till högre utbildning 1920-1976* (Lund 1984) s. 89; Högskoleverkets årsrapport 2011.
11. "JI – en kompromiss"; "Första årgångens elever om JI: En murrig ombrytare hade behövts", *Anfangen* 1961:1.
12. Gardeström (2011) Del II
13. James Boylan, *Pulitzer's school. Columbia university's school of journalism, 1903-2003* (New York 2003).
14. Odaterat manus av Curt Weibull, Göteborgs högskolas arkiv, GLA, FIIIf:5.
15. "Journalistutbildning på villovägar?", *Journalisten* 1970:2; Jan-Eric Lindh, "Ska vi bli enbart skriv- och layoutautomater?", *Journalisten* 1965:10.
16. Ragnar Hedlund, "Fungerar samhällsgranskningen", *Journalisten* 1967:10.
17. Gardeström (2011) s. 251ff.
18. Lars Furhoff gav uttryck för detta bland annat som utredare, Betänkande angående journalistutbildningen, E 1966:7, s. 12.
19. Jørn Henrik Petersen, "Om journalistikken i den akademiske republik", *Nordicom Information*, 2003: 1-2, s. 61f.
20. John B. Thompson, *Medierna och moderniteten* (Göteborg 2001) s. 28 f.

21. Stig Strömholm, *Den svenska högskolan. Lägesbestämning och framtidsdebatt* (Stockholm 1994) s. 64-68.
22. Torgny T. Segerstedt, *Den akademiska friheten 1809-1832* (Uppsala 1976) s. 186, 192; Sven Lindman, *Den akademiska friheten* (Ekenäs 1962) s. 9, 13f. För ytterligare diskussion, se Gardeström (2011) s. 261ff.
23. Olof Petersson & Ingrid Carlberg, *Makten över tanken. En bok om det svenska massmediesamhället*, Maktutredningens publikationer (Stockholm 1990) s. 90ff; Olof Petersson, *Makt. En sammanfattning av den svenska maktutredningen* (Stockholm 1993) s. 58f.
24. James Curran & Hugo de Burgh, i Hugo de Burgh (red.), *Making journalists* (New York 2005) s. xiv, 4; Patrick Champagne, "The 'double dependency'. The journalistic field between politics and markets", i Rodney Benson & Erik Neveu (red.), *Bourdieu and the journalistic field* (Oxford 2005) s. 49; Om journalistutbildning som demokrativertyg, se Ellen Hume, "University journalism education" (2007), www.ellenhume.com, tillträde 8/3 2010, s. 4, 8, 12f.

Recensioner

Redaktör: Ragnhild Mølster, Nordicom Norge

Motti Neiger, Oren Meyers och Eyal Zandberg (red.)
On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age
Palgrave Macmillan Memory Studies, 2011, 300s., ISBN
9780230275683

Uppmaningen att minnas den 11:e september – var vi befann oss och hur vi reagerade – kom från alla håll. Radion lät vittnen minnas och berätta, journalister inbjöds att återkalla den där dagen för tio år sedan. Tidningarna var till brädden fulla med bilagor och minnesreportage. I centrum stod de ögonvittnen som genomlevt katastrofen, men lika mycket alla vi andra, som var medievittnen till attackerna, och vars trauma var just medierat. Det har uppskattats att terrorattackerna i USA den 11 september 2011 bevitnades av en tredjedel av mänskligheten – *via televisionen*. Föga förvånande kulminerade därför 10-årsdagens minnesmani just i och på TV. Och som väntat valde man under SVT:s maratonsändning att gå till det egna arkivet, för att visa de så ofta repeterade och numera ikoniska bilderna. Dessutom lät man människor minnas dagen igenom, från 07.55-17.00, via korta intervjusegment från Ryssland till Växjö, från Malmö till Kairo. Här suggererades en värld av berörda människor med olika bakgrund, för att befästa att detta minne angår oss alla – överallt. Omväxlande i granskarens, vittnets och psykologens gestalt intervjuade Claes Elfsberg (New York) och Marianne Rundström (Stockholm) journalister, politiker, diplomater, reklammän, och Newyork-svenskar, ögonvittnen, anhöriga och katastrofarbetande volontärer. Direktsändningen innefattade visserligen både problematiseringar och flera kritiska röster, men så började minneshögtiden vid Ground Zero och Elfsberg fick anta en annan, och mer obestämbar skepnad. Var han vår själasörjare när han med mjuk röst och stort deltagande beskrev 'den rörande ceremonin' till bilder av de anhöriga som läste upp namnen på sina släktingar i närvaro av före- och

företvarande presidenter och borgmästare? Eller blev han i själva verket en ideologisk förlängning av den nationella amerikanska mytologin, som här till fulländning sammanflätades med individuella amerikaners livsöden? I SVT:s sändningar tilltalades de svenska tittarna som emotionellt berörda av förlust och trauma, för att sedan bjudas in till ett mer distanserat betraktande, varvat med kritik kring det inträffade och dess världspolitiska konsekvenser, samt omvälvande och våldsamma efterspel. Det sistnämnda inskräptes också av vinjetten: "11 september: dagen som förändrade världen" – en formulering som ger eko åt hur händelsernas vändpunktskaraktär redan i realtid blev ett faktum då de utropades i och genom TV som omedelbart historiska, och som något '*vi aldrig kommer att glömma*'.

Många tolkade denna uppmärksamhet kring minnet av den 11 september som ett uttryck för USA:s hegemoni, liksom för en form av kommersialisering av minnen. Uppmärksamheten vittnar om vad vi är anbefallda att minnas. Det finns därför anledning att ställa närgångna frågor kring mediernas och i synnerhet televisionens anspråk på att fokusera vårt intresse till minnet av händelserna. På vilka sätt ska vi förstå den minnesorgie som utspelades i de traditionella medierna kring tioårsdagen av den 11 september? Och vad avslöjar dessa minnespraktiker om relationen mellan medier och kollektivt respektive individuellt minne, i en tid när televisionens ställning som historieförmedlare utmanas av både sociala nätverk och digitala arkiv? Hur formulerar man sitt uppdrag i samband med årsdagen, när digitala minneskulturer utgörs av en oändlig mängd 'trådar' till, kommentarer kring och spår av det nära förflutna, i

en nebulös process som tycks framkalla en oöverblickbar mängd minnen? Den brännande frågan är på vilka sätt medierna – nya som äldre – är aktiva i, och formativa för, etableringen av vårt förhållande till det förflutna, och för *hur* vi minns, *vad* vi minns och kanske till och med för *minnets själva natur*.

I kölvattnet av digitaliseringen har sådana frågor under senare år hamnat i centrum för den tvärvetenskapliga minnesforskningen, men även för medie- och kommunikationsvetenskapen har behovet att på djupet förstå hur mediernas utveckling bidrar till vår tidsuppfattning och historiemedvetenhet blivit skriande. Den datorbaserade kommunikationen genererar en ögonblickstemporalitet som inverkar både på vardagslivet och samhället i stort. Det betyder också att för att idag ta sig an för medieforskningen mer etablerade frågor kring identitet, gemenskap och det politiska samtalets villkor, framstår det alltså som alltmer nödvändigt att förhålla sig till digitaliseringens konsekvenser för våra minnen och vårt minnande. Denna omständighet demonstreras i flera nya böcker på området. I antologin *Save As... Digital Memories*, (red. Joanne Garde-Hansen et al 2009) diskuteras det överflöd av versioner av det förflutna som cirkulerar och omsätts i den digitala kulturen, och den lätthet med vilken minnen kan skapas, revideras och spridas. I José van Dijcks banbrytande bok *Mediated Memories in the Digital Age* (2007) ställs uppluckringen mellan det personliga och det kollektiva minnet i centrum för analysen av hur våra personliga men ändå kulturellt präglade minnen, förr bevarade i en skokartong, nu i den digitala åldern når en sorts semioffentlighet som samtidigt är transnationell. Denna framväxande diskurs understryker därmed att medierna i dagens värld utgör, om än på ett icke entydigt och mångskiktat sätt, vad sociologen Maurice Halbwachs i sina klassiska studier av det kollektiva minnet kallade för 'sociala ramverk för minnet', inom vilka individuella minnen blir meningsfulla och kan (re)konstrueras. Detta gäller alltså inte enbart för återetablerandet av det nationella 'vi', som så länge stod i fokus för minnesstudierna. Idag, genom digitaliseringens och globaliseringens, inställer sig nya utmaningar för att studera hur minnet delas selektivt av människor transnationellt och kanske till och med globalt.

Dessa frågor får nu en ambitiös genomlysning i den nya antologin *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age* (Palgrave Macmillan Memory Studies, 2011, 300s. red. Motti Neiger, Oren Meyers och Eyal Zandberg) som tar medieringen till själva utgångspunkten för diskussionen om kulturellt minne. Med begreppet 'medieminnet' vill man fånga att medierna inte enbart är ett 'kärl' som

rymmer minnen, en minnesteknologi som producerar dem, eller inbegripna en process genom vilken kollektiva minnen blir synliga, utan *ett fenomen i sig självt*. Boken presenterar en rik översikt över minnesforskningens viktigaste epistemologiska och teoretiska grundvalar och introducerar samtidigt dessa för medieforskningen. Inledningsvis betonas att minnet alltid är en social och politisk konstruktion, som måste förstås som en mångriktad process där vi deltar i en kamp om att definiera det förflutna, vilken samtidigt bara kan studeras när den materialiserats i någon form: som monument, arkiv, i ceremonier eller i medierna. Målsättningen är att låta dessa två mångvetenskapliga fält brytas mot, mötas och lära av varandra: alltså att bidra till att synliggöra vad minnesforskningen kan lära medieforskningen och tvärtom.

Medierna är dock *inte* (som för övrigt så ofta idag när andra discipliner vaknar inför 'medialiseringens' genomslag), minnesstudiernas nya 'fluga'. Inom den flera decennier långa debatten om kulturellt minne har mediernas presumtivt negativa inverkan på minneskulturer inte sällan blivit föremål för kritiska debatter. Centrala namn som exempelvis litteraturvetaren Andreas Huyssen och historikern Pierre Nora, har ställt en samhällsdiagnos där medierna i senmoderniteten beskrivs som förgörande för våra autentiska och levda minnen. Dömda till minnesförlust blir vi därför, i mediesamhället, besatta av att minnas, och däri ligger förklaringen till vår fixering vid minnesplatser, årsdagar och arkiv.

Men frågan om mediernas ofrånkomliga betydelse för formandet av kollektiva minnen och minnespraktiker i vår värld, blir i medieforskarens händer inte primärt normativ. Den utgör ett verkligt tolkningsproblem inom ett större komplex av angelägna spörsmål som kan belysa trender inom såväl medierna själva, som deras omgivande kulturella och samhälleliga betingelser. *On Media Memory* intresserar sig för de processer genom vilka medierna konstituerar våra minnen samt hur relationen mellan det personliga och privata, och det kollektiva och delade, utformas och förhandlas. Barbie Zelizer, som under flera decennier studerat minnespraktiker inom journalistikens och bildjournalistikens fält, diskuterar i sitt bidrag den kannibalisering av lokala minnen som hon hävdar sker när minnet just kommersialiseras och globaliseras med medieföretagens profithunger som drivmedel. Så skedde t.ex. i samband med Tsunamin i december 2004, när de lokala förlusterna av hundrausentals indonesier, lankeser, thailändare etc. minimerades i rapporteringen, med konsekvensen att minnet av Tsunamin i väst istället handlar om de västerländska individer och turister som drabbades.

Dessutom formas ofta minnet av lokala katastrofer av västerländska journalister, genom etnocentriska liknelser ur historien och paralleller till Förintelsen etc. Slutligen får lokala och oändligt komplexa omständigheter ofta sammanfattas till en förenklad västerländsk representation – en signalbild – som t.ex. den pågående svälten i Afrika som upprepade gånger blir ihågkommen med hjälp av Kevin Carters berömda fotografi av en döende flicka i Sudan 1993.

Inte minst lyckas boken belysa också hur vissa medieformer faktiskt möjliggjort att tidigare undantäckta eller svåra minnen kunnat artikuleras. Detta exemplifieras i inledningen med hur överlevande från Förintelsen först i och med de videoupptagningar som gjordes på Yale-arkivet för att samla deras vittnesmål för eftervärlden, kom i kontakt med vissa minnen och kunde sätta ord på dem. Ett annat engagerande exempel presenteras i kapitlet av S. Elizabeth Bird som behandlar det lokala minnet av massakern på Igbo-folket i Asaba, vilket under Biafrakriget i Nigeria 1967 föll utanför radarn för västerländska journalister, men som nu med hjälp av Internet kan erövrats, erkännas och bearbetas. Boken öppnar också för en viktig diskussion kring de grannliga forskningsuppgifter som vi ställs inför när det kollektiva minnet, i den digitala kulturen, samtidigt tycks vara en fråga om åt vilket håll man tittar. Amit Pinchevski belyser relationen mellan trauma, minne och mediering utifrån de digitala arkivens roll för de nya minnespraktikerna. Dessa tycks kunna sammanfattas med att det publika *och* privata minnet idag blivit en fråga om val respektive valmöjlighet. Anna Reading belyser hur minnet i dagens värld dessutom, genom den rörelse vi brukar beteckna som globalisering, underkastats sex olika dynamiker inom vad hon kallar för ”det globala minnesfältet”, vilka inverkar på hur och vad vi minns. Mobila och digitala minnen är *transmediala*, de formas och sprids med enorm *hastighet*; *spridningsvidden* är större; minnesarbetet sker *multimodalt* (från det kroppsligt situerade ögonvittnet till e-postmeddelandet) och de är både mer *mångförgrenade* än förr och mer *flytande*. Andrew Hoskins argumenterar i sitt kapitel också för hur själva minnet måste omdefinieras, eftersom dessa förändringar av medierna konfronterar samhällen och stater liksom oss forskare, med den centrala frågan: Var tar det ’kollektiva’ vägen om det finns lika många sociala minnen som det finns Facebook-grupper?

Författarna demonstrerar att medierade minnen handlar om hela livet – från det vardagliga till det extraordinära, från det individuella till det kollektiva, från det imaginära till det faktiska, från det banala till det djupt politiska, traumatiska och existentiella. Den

vällovliga ambitionen att ringa in fältet i sin helhet har dessvärre en baksida. Volymen består i en ganska spretig samling texter, och även om redaktörerna gör sitt bästa för att gruppera dem inom relevanta taxonomier utifrån medieforskningens grundindelning i produktion, text och konsumtion, eller Cultural Studies-fältets centrala stridsämnen kring aktörskap, motstånd, auktoritet och kontext, kunde en snävare ämnesradie ha ökat antologins analytiska precision. Samtidigt balanserar *On Media Memory* förtjänstfullt de ’nya’ tendenser inom mediekulturen som så ofta hamnar i centrum, mot vad som faktiskt fortgår parallellt och uppstår under inflytande av det nya, i de traditionella medierna. På ett nytt och givande sätt belyser Paul Frosh relationerna mellan minne och fantasi med avstamp i masskommunikationserans centrala medium televisionen. Denna etablerar enligt Frosh en materiell och imaginär nod genom vilken själva idén om ett kollektiv fortfarande konstitueras. I SVT:s sändningar på tioårsdagen kommenterades just kriget i Irak som ’det första internetkriget’, där människor inte längre är som Marianne Rundström beskrev det ”utlämnade till medierna” för att få information. Kanske är det just i ljuset av denna ömsesidiga konkurrensrelation mellan de traditionella och de nyare medierna som man ska förstå det som utspelades under denna medieritual. TV kämpar för att vidmakthålla sitt existensberättigande och uppträdde därför på tioårsdagen just som den enande samlingspunkt vissa forskare hävdar faktiskt saknas i dagens digitala och sociala mediekulturer. Och mediet är även i vår digitala epok inblandat i minnets ”musealisering”, vilket José Carlos Rueda Laffond beskriver i sitt bidrag om historiska serier på spansk TV, genom att vara starkt självrefererande till sitt eget arkiv. Genom att TV upprepar händelser som har sänts på TV *som historiska*, blir de alltså just ”historiska.”

Som medieminne var den 11 september ett särpräglad televisuellt trauma. Som händelse var den extraordinär, och fick av förklarliga skäl extraordinär uppmärksamhet. Samtidigt som attackerna av det officiella USA reducerades till en historie- och kontextlös metaberrättelse om godhet kontra ondska, var detta den mest symboliskt förtätade – och samtidigt ogripbara – av händelser. Spöklik tycktes den träda ut ur fiktionen, som en rent filmisk illusionskapelse. Händelsen som därför tycktes ha ägt rum innan den inträffade är dessutom, vilket årsdagarna påminner oss om med sina repetitioner, ännu inte över. Även för medieforskare tycktes händelserna trotsa eller överträffa modeller och kriterier för både nyhetsvärdering och mediehändelser. Den 11 september, skriver därför Lilie Chouliarakis i sin bok *The Spectatorship of Suffering*, är en av dessa *extatiska*

nyheter med den olösliga oppgiften att förmedla en temporalitet där tiden står stilla og en minut varer en livstid. Med inspiration från Heideggers begrepp extatisk tid beskriver hon attackerna som präglade mest av allt av sin *obestämbarhet*. Kanske var det därför som SVT:s minnessändningar antog formen av en hybrid av officiös ritual vilken rymde affektiva og ideologiska register, journalistisk 'opartiskhet' og samtidigt erbjöd ett existentiellt rum för minnesarbete?

Som behövt korrektiv till hysterin kring den 11 september, påminner Jerome Bourdon i sitt bidrag till antologin om att fotoblixtminnen (synnerligen skarpa minnen som individer har kring var de var og vad de gjorde när de nåddes av nyheten om traumatiska händelser) inte har visat sig vara särskilt betydande för människor som intervjuas i efterhand om sina medieminnen. Deras livshistorier innehåller minnen av vardagens mediebruk, där medierna utgör en interiör gentemot vilken livets rutiner og dramer utspelas. Oavsett hur den 11 september kommer att se sig för den enskilde på sikt, befinner sig händelsen i centrum för relationen mellan medier og minnen på flera sätt. Händelserna inträffade på tröskeln mellan en mediekultur tidigare dominerad av TV og vår egen digitala epok. Minnesarbetet i de traditionella medierna pågår mitt i den digitala kulturens spänning

mellan minne og glömska, og i en situation när nya minnesgemenskaper, med anspråk på det förflutna, samtidigt tar form bortom de gamla. Som helhet bidrar *On Media Memory* till en viktig analys av den dynamik som innebär att minnespraktiker som ursprungligen hörde till masskommunikationseran og de som nu tar form i den digitala epoken konstitueras ömsesidigt, genom olika typer av remedieringsprocesser. Men boken belyser att medieminnen, med viktiga undantag, i mindre grad studerats i ett publikperspektiv. Ett sådant kommer att kunna visa vilka minnen som människor faktiskt har i *relation till* minnesindustriernas produkter og nyhetsmediernas 'stora händelser', men också hur de själva lever og skapar sina minnen i en ny medievardag. *On Media Memory* erbjuder en god översikt över vad som så här långt studerats og genomlysts inom detta framväxande forskningsområde, men också över vilka vägar på minnesfältet som återstår för medieforskningen att beträda.

Amanda Lagerkvist
Medie- og kommunikationsvetenskap
Södertörns högskola

Kirsten Drotner

Mediehistorier

Frederiksberg, Samfundslitteratur 2011, 261 s, ISBN: 978-87-593-1487-6

Det er med en viss spenning man åpner en bok med tittelen "Mediehistorier". Dreier den seg om mediens historie lagt ut som en rekke – avisens, telegrafens, fonografens osv. historie fortalt etter hverandre? Eller om en analyse – kanskje kritisk – av ulike måter å skrive mediehistorie på, historiene om historien?

Kirsten Drotners nye bok er egentlig ikke noe av dette, men en fremstilling i læreboks form av de teorier som er egnet til å beskrive og forklare alle medier gjennom alle tider – fra kile- og runeskrift til YouTube og Twitter, med en hovedvekt på de nyeste og mest moderne. Hovedsaken i denne boka er altså er teoriene, anvendt på en generell definisjon av mediene som teknologier som kan fastholde tekst, tall, lyd og bilder, "så de kan deles af dem, der anvender medierne" (s.14). Og hvem anvender? Alle, naturligvis – mediene henvender seg til og utgjør offentligheten;

de skaper, opprettholder og utvikler hele samfunn. Ja, med Raymond Williams defineres samfunnet som "a form of communication, through which experience is described, shared, modified, and preserved". Så mediene er med et lån fra James Carey de konkrete fysiske gjenstander som har den særlig egenskap at de oppbevarer, former og formidler tegn på tvers av tid og sted, tegn som kan gi mening til oss alle (s. 21-23).

En vanlig empirisk historie er dette altså ikke. Det er fagets teorier slik de kan anvendes og er anvendt på mediens historie, den konsentrerer seg om. Generelle historieteorier holdes stort sett utenfor. Innenfor mediens utvikling igjen er både begivenheter og prosesser behandlet, i hvert fall i utvalg. Slik sett får vi en fyldig gjennomgang av medieteorier, eksemplifisert med empiriske cases, beregnet som grunnbok for studenter ved universiteter og høyskoler.

Spørsmålet blir da: hvilken forståelse får studentene av det fortidige og dets betydning, både i seg selv og for de mediene de kjenner så vel i dag? Dette er en vanskelig avveining for enhver pedagog med mediehistorie på agendaen. Historien som fortelling, eller historien som metode? Denne bok søker å forklare begge sider, men med hovedvekt på det teoretiske. Empirien presenteres i hovedsak som rammetekster og lærestykker i den egentlige fremstilling: det første alfabet, de opprinnelige telegrafene, kinematografien, computeren osv. til sammen rundt 10-15 lærestykker hvor studentene får slike ting som årstall og oppfinnelser (teknologiske og sosiale) presentert. Men ellers flyter teksten som en fremstilling av "den teoretiske mediehistorie" (s.15).

Intensjonen fremgår kanskje tydeligst i hvordan boka er disponert. Den er for å si det slik, ikke som andre lærebøker hverken i mediehistorie eller i medieteorie, men fremgår av forfatterens egen lay out av det kunnskapsfelt hun vil dekke. Dette er da slik: Først får vi en gjennomgang av de fem kommunikasjonsmåter hun inndeler stoffet i – muntlighet, skrift, trykk, audiovisuelle og digitale medier, hver med sin kultur. Disse skisseres historisk, dvs. kronologisk, med hyppige referanser til unge mennesker i samtiden. Deretter får vi en gjennomgang av "mediene i historien", det vil si i rollen som moderniserende faktorer i det større samfunn, delt inn i feltene økonomi, demografi, politikk, sosiale forhold og kultur. Så et kapittel med analyse av ulike mediehistoriske tilnæringsmåter, delt i mikro-, meso- og makronivå, hvor det på hvert nivå gjennomgås hvordan henholdsvis avsender, medietekst og bruker er undersøkt/kan undersøkes. I dette kapitlet kommer også en 20 siders gjennomgang av metode- og kilde spørsmål når det spesielt angår det fortidige mediemateriale. Det følger så et kapittel om "mediernes mediehistorier", som sonder mellom de ulike diskurser som gjør seg gjeldende i medieforståelsen, i første rekke optimistiske/utiopiske versus pessimistiske/dystopiske forståelser. Det hele avrundes med en gjennomgang av medieforskningens teorihistorie, der den opprinnelige samfunnsvitenskapelige tilnærming er blitt supplert med en humanistisk, for så å gå opp i en høyere enhet – og blir global.

Som man ser: noe er spesifikt historisk, annet mer generelt. De to ordene "mediene" og "historie" forbindes likevel i overskriften på hvert av disse fem kapitlene, som derved fremtrer som mer beslektede

enn de kanskje i virkeligheten er. For reelt er det et stort spenn i tematikken, det fremgår tydelig av mengden distinksjoner og underkategorier som må til for å holde bygget sammen, og av den tilsvarende mengde litteraturhenvisninger som gis – forfatteren vil ha med alt, på sine 250 sider. Resultatet er imponerende for så vidt angår å få hele eller i alle fall store deler av medievitenskapens doxa innpasset på så begrenset plass. Som lærebok vil jeg tro at den egner seg som oversiktsverk ved siden av en muntlig forelesningsserie, snarere enn til selvstudium, men det kommer selvsagt an på fagets organisasjon ved hvert lærested.

Også for viderekomne byr boken på fine overraskelser, i tillegg til de pedagogiske grep som vil interessere mange. Hvem har hørt om Emilie Altenloh før? Eller tenkt på at Leibniz egentlig spiller en stor rolle i mediehistorien? At litteraturen, som oppgis i hvert kapittel for seg, blir overveldende angelsaksisk, er vel som ventet, men her er også en rimelig andel fransk og tysk. Klassikere som Platon osv. burde dog vært oppgitt med egne tekster og ikke som omtalt i moderne verk.

Med tanke på forfatterens egen forskning, er det med særlig forventning at man vender seg til kapitlet om medienes diskurshistorie. Hennes arbeider om mediepanikk m.m. er jo vel kjent. Og ganske riktig, her gis en fremstilling og en systematikk som engasjerer, støttet særlig til Peters' bok fra 1999. Vi får bare håpe at de studerende merker seg de kloke avslutningsord om at diskursanalysen om medienes teknologiske eller kulturelle betydning ikke angår det samme nivå som kulturanalysen av mediene i annen sammenheng innbyr til (s.189). Diskursen som behandles i dette kapitlet er selvfølgelig ikke en fagdiskurs forbeholdt (medie)historikere, men gjelder mer allmenne tanke- eller forestillingsmønstre – kanskje så allmenne at de bare svakt begrunner sin plass i en bok om mediehistorie?

Boken er gjennomført ordnet, og delikat produsert. Brølere som at det hebraiske alfabet er 1800 år gammelt, eller at den mest utskjelte engelske historiker heter David Erwing, blir sikkert rettet i neste utgave. Da blir den perfekt, for sitt formål.

*Hans Fredrik Dahl
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo*

Anker Brink Lund & Stig Andersen (red.)
Tilbageblik fra 2020. Hvad skete der med medierne?
Viborg: Gyldendal, 2011, 195 s., ISBN 9788702104592

Utgangspunktet for antologien, *Tilbageblik fra 2020. Hva skete der med medierne?*, er mediebransjens utfordringer frem mot 2020, slik et knippe sentrale danske forskere og eksperter ser det. Bokas prosjekt er relativt originalt: Bidragsyterne skriver seg inn i fremtiden, nærmere bestemt årstallet 2020, og ser seg så tilbake og beskriver hvordan og hvorfor medieutviklingen har gått som den har gått. Boka er altså ikke en fagbok i tradisjonell forstand, men en debattbok der fakta og fiksjon blandes og bygges inn i hverandre. Antologiens to redaktører, medieprofessor Anker Brink Lund og forlagsdirektør Stig Andersen, betegner prosjektet som ”handlingsorientert faksjon” og et ”kalejdoskipisk bilde af en mulig mediefremtid”. Prosjektet rommer derfor både optimistiske utopier og pessimistiske dystopier.

Boka er ikke metodisk avansert, men det skal kanskje heller ikke forventes av en fremtidsrettet debattbok. Isteden synes det som om bidragsyterne har fått relativt frie tøyler i å forestille seg en fremtidig medieutvikling, og deretter beskrive sentrale hendelser og utviklingsstrekk som har gjort denne utviklingen mulig. Dermed baserer antologien seg på en blanding av spådommer, fri fantasi, kvalifisert gjetting, noen ganger ønsketenkning og frykt, og anekdoter. For eksempel tegner antologien et bilde av en dansk mediefremtid der Murdoch har kjøpt TV 2, DR er privatisert og eid av Bonnier, de fleste journalister jobber som frilansere, og folk betaler for kvalitetsinnhold på nett.

Foruten innledningskapitlet er antologien strukturert rundt tolv tematiske kapitler om henholdsvis nyhetsformidling og journalistikk (Lasse Jensen), allmennkringkasting (Christian S. Nissen), offentlig debatt (Gitte Meyer), mediebruk (Lars Olsen), barn og unge (Birgitte Tufte), reklame (Ole E. Andersen), dagspressen (Erik Rasmussen), film (Claus Ladegaard), forskningskommunikasjon (Maja Horst), bokbransjen (Mattias Boström), bibliotekets forandring (Jens Thorhauge) og medieutvikling mer sett over ett (Anker Brink Lund).

Den tematiske inndelingen er oversiktlig og gjør at enkeltbidragene kan leses isolert. Samtidig gjør den trolig fremstillingen mindre original og leseverdigg enn den kanskje kunne vært. Antologien beskriver fremtidsutviklingen så å si sektor for sektor, heller enn å trekke linjer på tvers å la disse styre kapittelinnndelingen.

For det finnes flere slike tverrgående tematikker som kunne vært styrende for antologien. For eksempel beskriver flere av bidragsyterne en fragmentert

og polarisert utvikling, der sosiale skillelinjer opprettholdes og forsterkes til tross for et økt og tilsynelatende mer tilgjengelig medietilbud. Når mediekonsumet øker, forsvinner noen av de nasjonale fellesarenaene på bekostning av mer nisjeorienterte tilbud. En økning i tilbudet fører også med seg et større kompetansekrav hos publikum, som må kjenne til hvordan de skal delta og nyttiggjøre seg tilbudet. Lars Olsen tar i bruk betegnelsen ”det usynlige Danmark” for å beskrive en konsekvens av denne utviklingen, der store deler av den danske befolkningen havner utenfor medienes radar. Tilsvarende beskriver Birgitte Tufte hvordan også barn og unges mediebruk kan klassifiseres i ulike grupperinger, blant annet avhengig av dere sosioøkonomiske bakgrunn.

En annen tverrgående tematikk er knyttet til betydningen av ulike mediepolitiske virkemidler, ikke minst de medieøkonomiske støtteordningene. Særlig kapitlene om allmennkringkasting, film og dagspresse beskriver fremtidsutviklinger der mediepolitikken står sentralt og skaper endring – både av positiv og negativ karakter. Christian Nissen beskriver som sagt en mediefremtid der DR er privatisert og kjøpt av Bonnier og der lisensen er erstattet av brukerbetaling. Anker Brink Lund vektlegger samspillet mellom politikk, teknologi og markedsforhold, og trekker paralleller til spillet stein-saks-papir, der de ulike elementene står i forskjellig styrkeforhold til hverandre: Mediekapitalen blir jevnlig overtruffet av politisk tiltak, ny teknologi kan gjøre politikken utdatert, mens teknologien på sin side igjen er avhengig av risikovillig finansiering. En slik balansert vektlegging der også mediepolitikken står sentralt som samfunnskraft er ingen selvfølge, da fremtidsantologier generelt ofte vektlegger teknologiske muligheter fremfor politiske forhold.

Antologien er altså snedig anlagt – både tematisk og formatmessig – med et utradisjonelt utvalg bidragsytere. Det er en original ide å la ulike forskere og eksperter komme sammen på en slik måte for å fabulere om fremtiden. Trolig er dessuten resultatet langt mer interessant for en dansk leser enn for en norsk, som vil ha et mer bevisst forhold til de ulike bidragsyterne. En tilsvarende norsk antologi, med bidrag fra for eksempel Hans Tore Bjerkaas, Kristin Skog Lund, Thor Gjermund Eriksen, Alf Hildrum og Torry Pedersen ville nok vært av interesse for mange norske medieforskere av ulike grunner. Kanskje vil boka også være mer underholdende å lese etter 2020, når den kan leses opp mot den faktiske utviklingen.

Dessverre lykkes ikke prosjektet helt, og det er det særlig to grunner til. For det første er prosjektet for løst redigert, et problem denne boka deler med så mange andre antologier. Selv om mange av enkeltbidragene er lesverdige i seg selv, blir helheten for anekdotiske og tilfeldige, og for en norsk leser, av og til for intern. Noen tydeligere perspektiver eller problemformuleringer innledningsvis hadde trolig strukturert diskusjonen og gjort antologien mindre ujevn og anekdotisk. Når dette mangler, blir resultatet at enkeltdelene bidrar mindre til helheten enn de kunne gjort dersom prosjektet hadde hatt en strammere regi. Dette problemet blir også forsterket av at bidragsyterne ikke skisserer den samme fremtiden, og for en norsk leser, som sliter mellom å skille fiksjon fra fakta, kan bilde derfor bli noe forvirrende.

For det andre peker antologien i for liten grad på implikasjonene av de fremtidsperspektivene som trekkes opp, og en naturlig forklaring er selvfølgelig at bidragene ikke nødvendigvis peker i samme retning. Likevel savner jeg en diskusjon om hva utviklingene som skisseres betyr på et litt mer overordnet nivå, hvilke implikasjoner det har for publikum, bransjen og samfunnet, og hvorfor dette i det hele tatt er viktig. Mens antologien er rik på beskrivelser av avgrensede utviklingstrekk, er den altså mindre rik på overordnede samfunnsanalyser, selv om noen unntak finnes.

Antologiens fremste styrke er derfor kanskje at den sier noe om de personene som bidro inn i den og den tiden den ble skrevet i, altså om hvilke muligheter, utfordringer og forhåpninger sentrale danske forskere og eksperter hadde for fremtiden i 2011. Boka kan dermed leses som et historisk dokument, som avdekker den dominerende diskursen om medieutviklingen det første tiåret etter århundreskiftet. Her er det for eksempel tydelig at bidragsyterne ser media som en helt essensiell og stadig større del av samfunnet og samfunnsutviklingen. Dette sies ikke så mye eksplisitt, men det ligger mellom linjene som et udiskutabelt premiss i de ulike fremtidsbeskrivelsene. Boka forteller også at digitaliseringsprosessen begynner å bli en selvfølgelig og naturlig del av dansk (og norsk) mediehverdag, som ikke i like stor grad trengs å forklares eller beskrives, det bare er sånn. Lest slik er antologien interessant i seg selv, og den tegner slett ikke noe krisescenario for mediebransjen, selv om flere utfordringer skisseres.

*Vilde Schanke Sundet
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo*

Forskningsanslag 2011

Danmark

Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation

Stig Hjarvard

Københavns Universitet

Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

The mediatization of culture: The challenge of new media

7 629 792 DKK

Charlotte Kroløkke

Syddansk Universitet

Institut for Litteratur, Kultur og Medier

(Trans)formations of kinship: Travelling in search of relatedness

6 526 788 DKK

Ulrik Schmidt

Københavns Universitet

Institut for Kunst- og Kulturvidenskab

Digitale omgivelser: Aspekter af den æstetiske oplevelse i computerstyrede tidsrum

1 756 191 DKK

Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation – individuelle postdocstipendier

Anette Vandsø Aremark

Aarhus Universitet

Institut for Æstetik og Kommunikation

En verden i lyd. En undersøgelse af lydkunstens brug af medier

2 158 128 DKK

Det Frie Forskningsråd, Samfund og Erhverv

David Nicolas Hopmann

Syddansk Universitet

Institut for Statskundskab

Center for Journalistik

Gauging the Real Extent of Media Effects on Political Knowledge, Attitudes and Behaviour: Mediation and Moderation by Personal Communication Networks

2 396 032 DKK

Det Frie Forskningsråd, Sapere Aude

Anette Vandsø Aremark

Aarhus Universitet

Institut for Æstetik og Kommunikation

En verden i lyd. En undersøgelse af lydkunstens brug af medier

2 783 692 DKK

David Nicolas Hopmann

Syddansk Universitet

Institut for Statskundskab

Center for Journalistik

Gauging the Real Extent of Media Effects on Political Knowledge, Attitudes and Behaviour: Mediation and Moderation by Personal Communication Networks

3 394 061 DKK

Det Strategiske Forskningsråds Programkomite for Strategiske Vækstteknologier

Jan Larsen

DTU Informatics

CoSound – Kognitive systemer til interaktiv berigelse af lyd
Roadmap for dansk forskningsinfrastruktur

17 500 000 DKK

Aarhus Universitet

Digitalt Humaniora Laboratorium (DigHumLab)

30 000 000 DKK

Finland

Academy of Finland/Finlands Akademi

Bacon, Henry

University of Helsinki

Transnational history of the Finnish cinema

515357 € (2011-2014)

Mats Bergman

University of Helsinki

Kommunikativ pragmatism och resonlig pluralism

391 480 € (2012-2016)

Juri Mykkänen

University of Helsinki

Representations of economy in Finnish advertising and journalism

412 499 € (2010-2013)

Hannu Nieminen

University of Helsinki

Facing the coordination challenge : problems, policies and politics in media and communication regulation

594 505 € (2011-2015)

Kaarle Nordenstreng

University of Tampere

NETSO – network society as paradigm of the judicial and social thinking

Sinikka Torkkola

University of Tampere

Health communication in social media

289 998 € (2011-2014)

Maarit Valo

University of Jyväskylä

Interpersonal communication competence in virtual teams (InViTe)

549 999 € (2011-2014)

Helsingin Sanomat Foundation

Mats Bergman

Communication Research Center CRC

University of Helsinki

Pragmatic objectivity – towards new epistemology in journalism

210 000 €

Camilla Haavisto

McGill University

Foreign journalists and working life

40 500 €

Heikki Heikkilä

COMET Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication

University of Tampere

Wikileaks and journalism in the new information ecosystem

115 000 €

Ari Heinonen

COMET Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication
University of Tampere

Online presence and credibility of journalists in social media 174 899 €

Tablet journalism – now. State-of-the-art review of expert debate at the dawn of tablets 46 901 €

Heikki Luostarinen

COMET Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication
University of Tampere

Journalist's freedom (and obligation) of speech 160 000 €

Mari Maasilta

University of Westminster

Immigration-related political debate in 2011 parliamentary elections 47 000 €

Janne Matikainen & Mikko Villi

Communication Research Center CRC
University of Helsinki

Mobile social media and media organisations 345 768 €

Tuomo Mörä

University of Helsinki

Journalists' privilege to use confidential sources 168 000 €

Ville Pernaa

Centre for Parliamentary Studies
University of Turku

The media agenda of the Parliamentary Elections in Finland 2011 and the success of the True Finns 174 500 €

Taina Pihlajarinne

University of Helsinki

New technologies in providing and using content 120 000 €

Pentti Raittila

COMET Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication
University of Tampere

Aggressive conversation culture narrowing the freedom of speech 168 400 €

Transparency to journalism management 100 000 €

Esa Reunanen

COMET Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication
University of Tampere

The changing professional identity and expertise of young journalists 90 000 €

Katja Valaskivi & Johanna Sumiala

COMET Tampere Research Centre for Journalism, Media and Communication
University of Tampere
Communication Research Center CRC
University of Helsinki

Secularize of sacralize. Religion in the Finnish journalism and the challenge of globalization 219 200 €

Johanna Virkki

Tampere University of Technology

Internet of Things (IOT)

53 000 €

Norge

Norges forskningsråd

Margrethe Bruun Vaage

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

The Moral Spectator: Engagement in Morally Transgressive Characters in the Television Series Dexter, The Sopranos and The Wire

638 000 NOK

Asbjørn Grønstad

Universitetet i Bergen

Illicit Images: Contemporary Art Cinema and the Limits of Transgression.

301 000 NOK

Clotilde Boust

Digital film digitization and restoration

40 000 NOK

Knut Lundby

Universitetet i Oslo

Mediatized stories: Mediation perspectives on digital storytelling among youth

539 000 NOK

Lin Proitz

Universitetet i Oslo

*Kjønn, seksualitet og intimitet i autobiografiske digitale sjangere
Gender, sexuality and intimacy in autobiographical digital genres*

421 332 NOK

Hallvard Moe

Universitetet i Bergen

Online media participation and the transformation of the public sphere

597 000 NOK

Hilde Arntsen

Universitetet i Bergen

*Cyber Satire and the Quest for Alternative Communicative Spaces:
New Media in Zimbabwean Diasporas*

850 000 NOK

Martin Eide

Universitetet i Bergen

Journalistic Reorientations: The Online Challenge to Journalistic Ontology

1 442 000 NOK

Katarzyna Kopecka-Piech

New Media Environment: Media Convergence in Time and Space

30 000 NOK

Dag Elgesem

Universitetet i Bergen

*Climate Crossroads
Towards Precautionary Practices: Politics, Media and Climate Change*

2 056 000 NOK

Jakub Parnes

The rise of the cross-border local community? A study of the range of usage of Polish local internet media by Poles residing in Norway

52 000 NOK

Rådet for anvendt medieforskning

Ivar Andenæs

Institutt for journalistikk

Mediedekningen av terroren 22. juli 2011

50 000 NOK

Paul Bjerke

Høgskulen i Volda

To bilder – to rammer

50 000 NOK

Arne Blix

Adressavisen

Medierettslig og medieetisk arkiv

200 000 NOK

Peter Dahlén

Universitetet i Bergen

En resepsjonsanalyse av tenåringsgutters lesing av bilblad

180 000 NOK

Audun Engelstad

Høgskolen i Lillehammer

Filmprodusenten og det litterære feltet

39 000 NOK

Birgitte Kjos Fonn

Høgskolen i Oslo og Akershus

Norsk økonomijournalistikk i krisetider

200 000 NOK

Jo Helle-Valle

Statens institutt for forbruksforskning

Servicejournalistikken i NRK

250 000 NOK

Sigurd Høst/Landslaget for lokalaviser

Høgskulen i Volda

Ung & engasjert, evaluering og oppfølging

350 000 NOK

Roy Krøvel

Høgskolen i Oslo og Akershus

Diasporaungdom, krig og konflikt

250 000 NOK

Magnhild Landrø

Menighetsbladet – en overlevning eller en mulighet

50 000 NOK

Anders Sundnes Løvlie

Universitetet i Oslo

Nettdebatten etter 22. juli

300 000 NOK

Lars Nyre

Universitetet i Bergen

Norsk Medietidsskrift 2012

100 000 NOK

Ina Pillat

Pilot on – line dokumentasjonsarkiv

150 000 NOK

John Richard Sageng

Universitetet i Oslo

*Verdier og virkelighetsforståelse hos barn og ungdom i
spilling av dataspill*

65 000 NOK

Tanja Storsul

Universitetet i Oslo

App power – innovasjon i nye rammer

250 000 NOK

Oddgeir Tveiten

Universitetet i Agder

Norsk Medieforskerlags konferanse

50 000 NOK

Maria Utheim

Universitetet i Oslo

Etikken i mediedekningen av 22. juli

54 000 NOK

Margrethe Bruun Vaage

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

Symposium om fiksjonens moralpsykologi

30 000 NOK

Frank Aarebrot

Universitetet i Bergen

Skandinavisk medieundersøkelse 2012

100 000 NOK

Masterstipend

Anja Lekgang Høiby

*Å verdsette norsk film. Amandaprisen og det norske
Filmprislandskapet*

25 000 NOK

Maren Larsen

Filmsatsingen på barn og unge

25 000 NOK

Nora Mehse

*Forebygging av sexualisert vold utført av det kongolesiske
militæret gjennom et filmbasert opplysningsprosjekt*

25 000 NOK

Per Helge Måseide

22.7 – på jobb da det smalt

25 000 NOK

Sverige

Vetenskapsrådet

Miyase Christensen

Kungliga Tekniska Högskolan / KTH

Kosmopolitism från marginalerna. Expressivitet, socialt rum och kulturellt medborgarskap

5 796 000 SEK (2012-2014)

Göran Eriksson

Akademien för humaniora, utbildning och samhällsvetenskap
Örebro universitet

Vanliga människor på TV. En historisk studie av förändring, kontinuitet Och omvandling

4 527 000 SEK (2012-2014)

Ylva Habel

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

Dandy och Globetrotter: La SAPEs spatialiserade modepraktiker

1 728 000 SEK (2012-2014)

André Jansson

Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT
Karlstads universitet

Rörlighetens eliter. Medialisering av social tillhörighet och nära relationer Bland mobila klassfraktioner

5 844 000 SEK (2012-2014)

Erik van Ooijen

Institutionen för litteraturvetenskap
Stockholms universitet

Moraliska val i samtida narrativa tv-spel. Etik, representation och lek 1 496 000 SEK (2012-2013)

Anna-Maria Rimm

Litteraturvetenskapliga institutionen
Uppsala universitet

Böcker i omlopp. Den internationella bokhandeln i Sverige 1720-1820 2 259 000 SEK (2012-2014)

Stefan Sjöström

Institutionen för socialt arbete
Umeå universitet

Mellan organisationsintresse och demokratiskt uppdrag – utmaningar inom mediehantering i socialtjänst, polis och skola

4 058 000 SEK (2012-2014)

Malin Wahlberg

Filmvetenskapliga institutionen
Stockholms universitet

Filmen som vapen och vittnesmål. Sveriges television och Vietnamkriget

2 289 000 SEK (2012-2014)

Riksbankens Jubileumsfond

Ann-Marie Ekengren

Institutionen för samhällsvetenskaper
Linnéuniversitetet Kalmar Växjö

Medialisering av europeisk utrikespolitik – en jämförelse i tid och rum 2 575 000 SEK

Hillevi Ganetz

Institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap
Stockholms universitet

The prize of science. The science and media interface in the televised Nobel banquet 1 506 000 SEK

Sofia Johansson

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

Music use in the online media age. A qualitative study of music cultures among young people in Moscow and Stockholm 5 211 000 SEK

Lars Lundgren

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

Through the iron curtain. Early transnational broadcasting and television discourses 1 423 000 SEK

Jenny Sundén

Institutionen för genus, kultur och historia
Södertörns högskola

Urverk, mässing och korsetter. Politik och drömmar i steampunkkulturer 2 339 000 SEK

Forskningsrådet för arbetsliv och socialvetenskap/FAS

Klara Arnberg

Ekonomisk-historiska institutionen
Stockholms universitet

Postdoc-bidrag: Mad Women: Genus- och sexualitetsperspektiv på reklam och marknadsföring i Sverige 1850-2010 1 600 000 SEK (2012-2013)

Christian Christensen

Institutionen för informatik och media
Uppsala universitet

Den sociale journalisten. Nyhetsarbete och nyhetsorganisation i de sociala mediernas tid 2 700 000 SEK (2012-2014)

Carolina Lunde

Psykologiska institutionen
Göteborgs Univiersitet

"Ska gå ner sju (i alla fall fem) kilo innan jag opereras". Unga kvinnors användning av modebloggar, kroppsuppfattningsproblematik och attityder till skönhetsingrepp 2 400 000 SEK (2012-2014)

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap/MSB

Tomas Andersson Odén

Institutionen för journalistic, medier och kommunikation
Göteborgs universitet

*Krisinformation 2.0. Om nya mediers betydelse för kommunikation
i samband med samhälleliga kriser*

8 000 000 SEK (2011-2013)

Mats Heide

KOM – Institutionen för kommunikation och medier
Lunds universitet

*Intern kriskommunikation – strategier och metoder för
offentliga organisationers interna krishantering
(beviljat 2010)*

2 900 000 SEK (2011-2013)

Eva-Karin Olsson

KOM – Institutionen för kommunikation och medier
Lunds universitet

*Transboundary Crisis Communication – a study of how national
governments and authorities communicate in financial, cultural
and environmental crises
(beviljat 2010)*

3 700 000 SEK (2011-2013)

Cecilia Åse

Statsvetenskapliga institutionen
Stockholms universitet

*Från Norrmalmstorg till tsunamin.
Nationella kriser i svensk demokrati*

(2012-2013)

Östersjöstiftelsen

Gunnar Nygren

Institutionen för kommunikation medier och IT
Södertörns högskola

*Journalism in change – professional journalistic cultures in Russia,
Poland and Sweden
(beviljat 2010)*

2 096 000 SEK (2011-2014)

Stina Bengtsson

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

*Habitus och högre utbildning. Ett forskningsprojekt om medier,
smak och kulturell dissonans*

2 100 000 SEK (2012-2014)

Heiko Droste

Institutionen för genus, kultur och historia
Södertörns högskola

*Information Infrastructure in the Baltic Area.
Nodes, news and news agents ca 1650-1700*

1 450 000 SEK (2012-2014)

Johan Fornäs

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

Narratives of Europe: Perspectives from its North-East Periphery

1 850 000 SEK (2012-2014)

Cecilia von Feilitzen

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

*Mediernas diskurser om materiella och etniska klyftor.
En jämförande studie i St Petersburg Och Stockholm*

1 900 000 (2012-2014)

Heike Graf

Institutionen för kultur och kommunikation
Södertörns högskola

*Hur Diversity Management gör skillnad. En jämförande
studie om hur frågor om etnisk Och nationell mångfald
hanteras i Sverige och Tyskland*

370 000 SEK (2012-2014)

VINNOVA

Ester Appelgren

Institutionen för kommunikation, medier och IT
Södertörns högskola

Databasjournalistik

750 000 SEK (2011-2014)

Anne-Marie & Gustaf Anders Stiftelse för medieforskning

Åsa Thelander

KOM – Institutionen för kommunikation och medier
Lunds universitet

Nemo. Nya medier och demokrati

9 000 000 SEK (2012-2014)

Svensk Presshistorisk Förening

Karl-Olof Andersson

*Per Anders Fogelströms journalistiska verksamhet
under andra världskriget*

25 000 SEK

Mats Ekdahl

Carl-Adam Nycops publicistiska filosofi

25 000 SEK

Jenny Wiik

Med hjärta och hjärna. En studie av ledarsidor över tid

25 000 SEK

Ridderstads stiftelse

Stipendiater 2011

Anna Brismark, Merja Ellefson, Sophie Elsässer, Michael Funke, Orsi Husz, Miranda Landen, Martin Linde, Frans Lundgren, Kristina Lundgren, Birgitta Ney, Birgit Petersson, Lari Rantanen, Thomas Rydén, Niklas Stenlås, Jarl Torbacke, Gunilla Törnvall, Ida Maria Wedin, Leif Wegerman, Karin Ågren, Patrik Åker

Författarförbundet

Christoph Andersson

Journalistik

Södertörns Högskola

Ultrahögern och dess globala nätverk

75 000 SEK

Doktorsavhandlingar 2011

från Nordicoms databas NCOM

www.nordicom.gu.se/?portal=mr

Danmark

Dokumentalist: Maria Hvid Stenalt

Dindler, Camilla: *Christiansborg uden for citat*. København, Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Afdeling for Film- og Medievidenskab, 2011, 193 p.

Afhandlingen tager afsæt i, at man kan forstå journalistik og politik som gensidigt afhængige og gensidigt konstituerende institutioner. Med udgangspunkt i dette har hovedopgaven været at belyse og analysere, hvordan aspekter af dette kommer til udtryk i relationen mellem dagbladsjournalister, politikere og presserådgivere på Christiansborg og derved bidrager til udviklingen af politik og nyheder.

Fritsch, Jonas: *Affective experience as a theoretical foundation for interaction design*, 2011, 198 p.

The dissertation *Affective Experience as a Theoretical Foundation for Interaction Design* explores how the philosophy of Brian Massumi on affective experience can be used as a new theoretical foundation for interaction design. It is outlined how there is a need for interaction design to inquire into new philosophical accounts of how people experience interactive products and environments rather than what constitutes an experience. Affective experience is developed to describe a non-cognitive, pre-reflective, pre-conscious or what is termed a preindividual dimension of experience that modulates the potential for our actions in the world. Building on this, the dissertation describes how interactive technologies and digital architecture must always be understood in terms of what experiential conditions they offer on an affective level. The dissertation offers three general research contributions to the field of interaction design. The first contribution is a comprehensive overview of current research on the work on affect in HCI and interaction design. The second contribution consists of presenting an affective vocabulary based on Massumi's philosophy to be used as a new theoretical foundation for interaction design. Finally, the third and last contribution is a range of affective design concerns based on findings from four design experiments.

Givskov, Cecilie: *Looking for Europe: Film, politics and globalization in Denmark, 1997-2009*. København, Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Afdeling for Film- og Medievidenskab, 2011, 353 p.

With emphasis on film politics, *Looking for Europe* concerns how the Danish film field, in the context of European regionalization, related to globalization and how this influenced film production and film texts during the 1990s and 2000s. The main arguments of the dissertation have basis in the premise that the figuration of the United States and Europe plays a significant role with respect to Danish welfare and prosperity.

Hanghøj, Thorkild: *Playful knowledge: an explorative study of educational gaming*. Saarbrücken, Germany: Lambert Academic Publishing, 2011, 387 p., ISBN 978-3-8383-9381-0.

The dissertation is based on the hypothesis that the educational use of games generates a playful and unpredictable tension between different ways of enacting and validating knowledge. On the one hand, game scenarios may enable participants to explore specific hypotheses through engaging, creative and strategic decision-making processes in relation to relatively established goals, roles, frames and game resources. On the other hand, game-based knowledge forms, by definition, generate unpredictable outcomes that only partially coincide with the institutionalised knowledge criteria of educational systems concerning what "counts" as valid or relevant knowledge. This raises the following research question: How are game scenarios enacted and validated by teachers and students in relation to particular practices and knowledge forms?

Hartley, Jannie Møller: *Radikalisering af kampzonen: en analyse af netjournalistisk selvforståelse i spændingsfeltet mellem idealer og publikum*. Roskilde: Roskilde Universitet, Institut for kommunikation, virksomhed og informationsteknologier, 2011, 422 p.

Afhandlingen er en undersøgelse af netjournalistik praksis og selvforståelse. Med udgangspunkt i en kritik af den eksisterende forskning for at være teknologisk deterministisk analyseres netjournalistisk praksis på de tre netredaktioner, Pol.dk, Dr.dk og Nordjyske.dk. Dette gøres ud fra en udviklet sociologisk feltteoretisk, en nyhedssetnografisk ramme og en mere evolutionær forståelse af medieteknologier som værdisystemer i form af narrative diskursive rum, til cirkulation af symbolske goder, såsom journalistiske nyhedsartikler. Den empiriske data bag analyser består af etnografiske observationer på de tre netredaktioner, kvalitative interview med journalister og redaktører, samt analyser af indholdet på netmediernes foretaget med to års mellemrum.

Jensen, Sisse Siggaard: *Ways of virtual world-making*. Roskilde: Institut for kommunikation, virksomhed og informationsteknologier, RUC, 2011, 484 p.

In what ways do actors make sense of engaging with virtual worlds? This is the overall question which the author has set out to answer. The dissertation contributes an interpretive, constructivist and semiotic understanding of the virtual worlds of EverQuest and Second Life. In this study empirical analyses of different ways of engaging with virtual worlds have been conducted, which means that the actors' sense-making over time is at the very centre of analytical interest. Hence, the study is not primarily about the worlds with which the participat-

ing actors engage but about their engagement with the worlds.

Johanne Kortbek, Karen: *Staging as a holistic perspective on interaction design for public environments*. Aarhus, Aarhus Universitet, 2011

The author's focus was on examining how to utilise technologies such as two-dimensional barcodes, camera tracking, RFID tags (identification via radio waves) and various types of sensors to support new types of experiences. This makes school chores such as learning multiplication tables and German verbs much more fun, or accessing knowledge about an art exhibition or sporting event one is about to discover. The research contributions achieved add to understanding the challenges of designing interactive systems and user experiences in public domains.

Lillemose, Jacob: *Art as information tool – critical engagements in contemporary software culture*. København, Københavns Universitet, Institut for Kunst – og Kulturvidenskab, 2011

Afhandlingen behandler en gruppe af kunstværker og kunstpraksisser, der er fremkommet siden midten af 1990'erne inden for feltet af såkaldt "softwarekunst," det vil sige kunst der arbejder med software som udtryksform. Fælles for disse værker og praksisser er, at de har en værktøjskarakter, og afhandlingens fokus er således at forstå, analysere og perspektivere disse artistic software tools og deres særlige værktøjskarakter.

Lomborg, Stine: *Social Media. A Genre Perspective*. Aarhus, Aarhus Universitet, Institut for Informations- og Medievidenskab, 2011, 295 p.

The dissertation develops a framework for theorising social media and studying them empirically, by rethinking and adjusting key concepts from the tradition of audience studies – 'genre' and 'sensemaking' – to the study of internet-based communication between ordinary media users (as producers). The dissertation conceptualises and analyses social media as communicative genres constituted and negotiated at the junction of communicative characteristics configured and inscribed at the software and interface levels, and the users' actual communicative practices and engagement with social media in everyday life. The genre perspective is developed, applied, and refined in iterative moves between theory and two empirical case studies of everyday uses of personal blogs and Twitter as communicative genres.

Meldgaard, Betty Li Malvang: *Dangerous forms – playing by the visual rules*. Aalborg, Aalborg Universitet, 2011, 230 p.

The purpose of the dissertation is to create a framework within which it is possible to study the role of perception while playing videogames. Videogames are traditionally treated from other more media receptive perspectives and the perceptual aspects have largely been left out.

Merkelsen, Henrik: *The expert-lay controversy in risk research and management: Effects of Institutional Distances*. Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2011, 160 p., ISBN 9788759384572.

This thesis consists of four papers which address different aspects of risk. All the papers in the thesis relate one way or another to food risks, but food risks is not the core subject matter of the thesis. The overall theme is about how risks are defined, perceived, managed and communicated. However, the empirical focus on food risks is not a result of mere coincidence. During the past decades society has witnessed a number of food scares such as BSE, avian bird flu, E-Coli, Salmonella and Dioxin residues. New food risk topics related to novel foods and biotechnology such as GMO have added to the public concerns over food risks. Obesity and other consequences of lifestyle related food risks cause severe health problems. Recently the growing concern about climate changes has led to significant public concern and media attention to the environmental impacts of food miles and green house gas emissions in food production. As a consequence of this development consumer concerns over food safety have increased steadily since the 1970s. The sum of all these risks and the resulting societal anxiety are a politicization of food risks similar to that of risks related to new technologies. The politicization of food risks is accompanied by increased public demands for regulation, which, similar to the case of regulating new technologies, lead to the necessity of a better understanding of what factors drive public attitudes towards those risks. Subsequently the studies of public perceptions of 10 food risks have increased steadily over the past decades.

Possing, Dorte Høvids: *A politics of place. Computer-mediated communication among Muslim women in Denmark, Britain and the US*. København, Københavns Universitet, Institut for Tværkulturelle og Regionale Studier, 2011

Drawing from empirical research on Internet use among young Muslim women in Denmark, Britain, and the US the PhD thesis analyzes the ways in which young Muslim women connect to the localities and places in which they live. The thesis addresses the question of how we are to understand ideas of "belonging" and "home" among young Muslim women living in non-Muslim majority societies, and under which circumstances such ideas are affected by widespread patterns of changes in communication and mobility facilitated by the Internet. The PhD thesis focuses on Muslims' own perceptions of the social spaces and communities they consider themselves to be part of and points to a pattern of describing Internet use and online interactions as activities interrelated with one's experience of being in place and processes of globalization. Given this pattern, the thesis suggests that we look at young Muslims' Internet use as an activity involving the simultaneous connection to several different geographical scales and social spaces.

Rasmussen, Anders Bo: *The jeremiad over journalism: studies in americanization of Danish journalism*. Odense, Syddansk Universitet, Center for Journalistik, 2011, 262 p.

This dissertation examines American influence on Danish journalism. Utilizing a three-pronged approach focused on transmission, transnationalization and appropriation of American products and practices, as well as a content analysis of selected newspapers, the author attempts to answer one central question: How have structural and symbolic developments emanating from the United States influenced Danish journalism?

Rintoull, Robert Wayne: *Screening the Shakti*. København, Institut for Engelsk, Germansk og Romansk, Københavns Universitet, 2011.

In the last decade or more, the Western world has become part of the global phenomenon of Bollywood film. The thesis analyses this recent phenomenon, but not from the usual Hollywood/Bollywood nexus – i.e. that Bollywood is an adaptation of the Hollywood narrative and aesthetic with local ethnic Indian flavour. Instead, I have analysed Hindi cinema from its West Asian (especially Hindu) roots and its indigenous socio-religious icons and practises. The thesis also makes an in depth study of the feminine, as it appears in traditional Hindu iconography, particularly as regards the portrayal of the Goddess as Shakti (universal force) and as Devi-Mata (the Divine Mother). The themes of Shakti, along with globalisation and the study of Bollywood's West Asian roots, are the focus of the four chapters which comprise the main body of the thesis.

Svith, Flemming: *Nyhedsjournalistik – bedre end sit rygte? Et sociologisk og diskursanalytisk studium af forklarende journalistik i danske aviser gennem 40 år*. Aarhus, Politica, 2011, 488 p., ISBN 9788773351475.

Hvordan har journalisters forklarende praksis udviklet sig de seneste fire årtier, hvad kan forklare udviklingen, og hvad kan det betyde? Det er de grundlæggende spørgsmål, som søges besvaret i denne afhandling. Med udgangspunkt i journalisters forklarende praksis og nyhedsjournalistikens forklaringer giver afhandlingen et bud på, om nyhedsjournalistikken i danske betalingsaviser er bedre end sit rygte, der taler om tabloidisering, kommercialisering og forfældigelse. Forklaringer i nyhedsartikler er væsentlige af flere grunde. På den ene side kan de reducere oplevelsen af kompleksitet i samfundet eller i verden, og på den anden side er forklaringer ikke neutrale repræsentationer af virkeligheden, fordi de bidrager til at legitimere eller delegitimere eliteaktørers magt og positioner. Det er afhandlingens hovedargument, at den aktuelle nyhedsjournalistik i betalingsavisene anskuet ud fra sin forklarende karakter ser ud til at være bedre end sit renommé og bedre i dag end for 20

år eller 40 år siden og i den forstand bidrager mere til et diskursivt demokrati, end tilfældet har været tidligere.

Tue Sejrup, Jens: *Returns of the other: The roles of repetition and representation in mass media coverage of Japan-Taiwan relations*. København, Københavns Universitet, Institut for Tværkulturelle og Regionale Studier, 2011.

The dissertation is a thematic reading of 1,574 news items from four Japanese and three Taiwanese major daily newspapers published in the 2000-2008 period. It argues that the concepts of repetition and representation play key structural and narrative roles in the sources and outlines how these concepts operate and how they interrelate on a content level as well as on a level of larger media frameworks. Three types of repetition are discerned in the sources: the distinct motifs of continuity, imitation, and resurrection. Representation is also demonstrated to be operating in three distinct forms: representation by others, representation by synecdoche, and counter-representation. Together, these types of repetition and representation reveal fundamental assumptions in each society about what social characteristics and special features define it and its counterpart, and these assumptions then function as basic generative principles for the narrative construction of news presentations. These insights are then correlated to features of the mass media systems of Japan and Taiwan. The dissertation aims to pinpoint rhetorical and structural elements in the source texts and to establish insights into mass mediated narratives and interpretations in public discourse. The motifs of repetition and representation in the sources underline the importance of creative structuring for news presentations of what purportedly happened and why.

Vestergaard, Anne: *Distance and suffering: humanitarian discourse in the age of mediatization*. Frederiksberg, Samfundslitteratur, 2011, 201 p., ISBN 9788759384664, (PhD Series; 12.2011).

The thesis explores the history of humanitarian organizations as agents in public life. When taking on the role as mediators between Western publics and distant sufferers, what conception of social responsibility do humanitarian organizations promote? What are the consequences of the institutional context of these organizations on the form of social responsibility that they are able to promote? In a historical perspective, what changes in these conceptualizations can we observe and to what extent can we understand them as resulting from institutional changes? These questions are asked with the assumption that the discourse of humanitarian organizations is at once a reflection of and a force in the configuration of dispositions in target publics. Enquiring about the history of humanitarian organizations as agents in public life, thus, means enquiring about the ways in which over the past 40 years, these organizations have given mean-

ing to our relation to different sufferers and contributed to shaping our individual and collective conception of the scope and nature of our social responsibility.

Zajec, Spela: *Film cultures in the territories of the former Yugoslavia*. København, Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, 2011

The dissertation explores 'film cultures' in the environments at a 'historical juncture,' in the territories of the former Yugoslavia, with Bosnia and Herzegovina, Ser-

bia and Slovenia as the main case studies. More particularly, it deals with the film culture and the interrelationship between film and its socio-political context, the interplay between the home-grown film content and its environment in societies with radically shifting socio-political, economic and cultural conditions that have certainly exceeded the 'general' trends of intensified globalization in the last few decades. The dissertation's key theoretical and methodological framework is 'borrowed' from sociology and anthropology, political economy and cultural studies.

Finland

Dokumentalist: Päivi Lukin

Björk, Anna: *The politics of citizenship tests: time, integration and the contingent polity*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 123 p., ISBN 978-951-39-4597-8, ISBN (elektronisk) 978-951-39-4598-5, (Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research ; 431).

The study examines how the dynamics of the polity play out in debates on citizenship tests with a special focus on the concept of integration. Whereas citizenship tests as a phenomenon form the overall framework for the research, the detailed analysis is focused on the state parliaments of Hesse, primarily, and Bavaria, where the possibility of introducing such a test was introduced in spring 2006. These cases are of importance because of the effect they had on the issue on the federal level: prompted by the provocative questionnaire of Baden-Württemberg at the end of 2005, the initiatives of these states, especially Hesse, mainstreamed the debate and invoked enough enthusiasm for turning the testing practice into a federal option. In 2008, Germany launched the official test for the whole federation, which unified the practices for naturalisation procedures in the country. The conceptual background for these cases is linked to the history of Staatsangehörigkeit as a legal institution in Germany, most notably to the legislative reformation of 1913. Central issues in the contemporary debates, such as the avoidance of dual citizenship, the principle of jus sanguinis and the link between loyalty and citizenship were already debated in Kaiserreich. Furthermore, the more recent topics of Berufsverbot, Verfassungspatriotismus and Leitkultur, play their roles as references and clarifications for the party political dynamics visible in the debates. Despite the brief considerations on the historical debates and institutional developments, the main focus remains in the ongoing and vivid academic debate on the citizenship testing practice. The distinct approach toward the primary material constructed from the Hessian and Bavarian debates is temporality. This means that time is considered as an important resource of doing politics, especially when the issues at stake explicitly regard national images. The empirical analysis of the debates in the Länder is thus conducted as a temporal reading of political rhetoric, out of which three central temporal figures are constructed. These three, i.e. stability, breakage and becoming are then implemented into another level of analysis, in which the concept of integration is given a more specific reading as a relational concept linking the politics of citizens, noncitizens and the state, utilising another temporal apparatus of the politvocabulary. The conclusive discussion concerns the role of the tests in relation to these politics and the nation building mechanisms in temporal terms.

Breit, Eric: *On the discursive construction of corruption: a critical analysis of media texts*. Helsinki, Hanken School of Economics, 2011, 147 p., ISBN 978-952-232-123-7, ISBN (elektronisk) 978-952-232-124-4, (Ekonomi och samhälle; 227).

While extant studies have greatly advanced our understanding of corruption, it is known quite a little of the processes through which specific practices or events come to be labeled as corruption. In a time when public attention devoted to corruption and other forms of corporate misbehavior has exploded, this thesis raises – and seeks to answer – crucial questions related to how the phenomenon is socially and discursively constructed. What kinds of struggles are manifested in public disputes about corruption? How do constructions of corruption relate with broader conceptions of (il)legitimacy in and around organizations? What are the discursive dynamics involved in the emergence and evolution of corruption scandals? The thesis consists of four essays that each employ different research designs and tackle these questions in slightly different theoretical and methodological ways. The empirical focus is on the media coverage of a number of significant and widely discussed scandals in Norway in the period 2003-2008.

Cantell, Saara: *Timantiksi tiivistetty: dramaturgia ja kerronnalliset keinot lyhyessä fiktiivisessä lyhytelokuvassa* [Dramaturgy and means of story telling in short fiction film]. Helsinki, Taideteollinen korkeakoulu, 2011, 268 p., ISBN 978-952-60-0047-3.

Cools, Carine: *Relational dialectics in intercultural couples' relationships*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 282 p., ISBN 978-951-39-4572-5, (Jyväskylä studies in humanities; 171).

The main purpose of this study is to describe and to understand intercultural couples' relationships in Finland from the relational-dialectics perspective by Baxter & Montgomery (1996). Relational dialectics supports the idea that tensions (relational contradictions) are a fundamental feature of a relationship, and are thus distinct from conflict or problems. Following the interpretive research tradition, data in this qualitative study were collected from 18 heterosexual intercultural couples (36 persons), utilizing the multimethod approach. The multimethod approach in this study includes theme interviews (5 couples), concept map interviews (six couples) and e-mail interviews (seven couples). The data were analyzed following an inductive content analysis approach.

Fredman, Markku: *Julkisuus ja salaisuus oikeudenhoidon peruselementteinä* [Publicity and secrecy as basic elements in administration of justice]. Helsinki, Helsingin yliopisto, Oikeustieteellinen tiedekunta, 2011, 147 p. PhD thesis.

Freeman, Stephanie: *Constructing a community: myths and realities of the open development model*. Helsinki, University of Helsinki, 2011, 185 p., ISBN (elektronisk) 978-952-10-6993-2.

The open development model of software production has been characterized as the future model of knowledge production and distributed work. Open development model refers to publicly available source code ensured by an open source license, and the extensive and varied distributed participation of volunteers enabled by the Internet. Contemporary spokesmen of open source communities and academics view open source development as a new form of volunteer work activity characterized by hacker ethic and bazaar governance. The development of the Linux operating system is perhaps the best known example of such an open source project. It started as an effort by a user-developer and grew quickly into a large project with hundreds of user-developer as contributors. However, in hybrids, in which firms participate in open source projects oriented towards end-users, it seems that most users do not write code. The OpenOffice.org project, initiated by Sun Microsystems, in this study represents such a project. In addition, the Finnish public sector ICT decision-making concerning open source use is studied. The purpose is to explore the assumptions, theories and myths related to the open development model by analysing the discursive construction of the OpenOffice.org community: its developers, users and management. The qualitative study aims at shedding light on the dynamics and challenges of community construction and maintenance, and related power relations in hybrid open source, by asking two main research questions: How is the structure and membership constellation of the community, specifically the relation between developers and users linguistically constructed in hybrid open development? What characterizes Internet-mediated virtual communities and how can they be defined? How do they differ from hierarchical forms of knowledge production on one hand and from traditional volunteer communities on the other?

Hakola, Outi: *Rhetoric of death and generic addressing of viewers in American living dead films*. Turku, Turun yliopisto, 2011, 297 p., ISBN 978-951-29-4600-6, ISBN (elektronisk) 978-951-29-4601-3, (Turun yliopiston julkaisuja. Sarja B. Humaniora; 332).

This Ph.D. dissertation discusses the ways in which the American Living Dead Films – including mummy, zombie and vampire films – have addressed death through different narrative and rhetoric solutions during the 20th century. The fantastic existence of living dead and differentiated deaths has sought to open up and widen the understanding of modern death. The study has three goals: to create a picture of the tradition of living dead films; to discuss through textual analysis the cinematic processes of addressing the viewer in the living dead films; and thirdly, on the basis of these first two goals, to analyze films' socio-cultural negotiation with death in this specific genre. The change in debating modern

death from classical through transitional to postclassical periods provides the study its basic structure. The notion of modern death refers to mechanisms through which the American society has distanced death from the practices of everyday life. However, this marginalization was never total, but death was transferred to the media and fiction which have offered public arenas for encountering, imagining and fantasizing death. The narration of the living dead films has changed from marginalizing and rationalizing death to a refusal of distancing death and to a commercialization of death. At the same time, the strategies of addressing the viewer at the level of personal experience have gained momentum. Postclassical films deny the viewer a secure and detached position, pushing him/her towards participating in the death events physically, emotionally, and cognitively. The films present and even foresee the change from modern death to neo-modern death, which makes death return to the public arena through personalized experience and consumer choices.

Hankala, Mari: *Sanomalehdellä aktiiviseksi kansalaiseksi?: näkökulmia nuorten sanomalehtien lukijuuteen ja koulun sanomalehtiopetukseen* [Active citizenship through newspapers?: perspectives on young people's newspaper readership and on the use of newspapers in education]. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 222 p., ISBN 978-951-39-4176-5, ISBN (elektronisk) 978-951-39-4184-0, (Jyväskylä studies in humanities; 148).

Reading newspapers has been regarded as a characteristic of active, participative citizens in the society. The study examines the opportunities to promote newspaper reading through the use of newspapers in education and, consequently, active citizenship in a new media environment – one in which young people's newspapers reading is continuously decreasing and the supply and use of other media is increasing. The topic is examined from three perspectives. The first perspective locates the use of newspapers in education within the context of media education historically and presently on the basis of a literature review. The second perspective gathers and analyses earlier research on young people's newspaper reading and the utilization of newspapers in education. The third perspective examines subject-teacher students' newspaper readership and views on newspaper use in education. The data consist of questionnaire answers by 244 students.

Hellman, Matilda: *Construing and defining the out of control: forms of addiction in the media 1968-2008*. Helsinki, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2011, 146 p., ISBN (elektronisk) 987-952-10-5214-9, (SSKH skrifter; 28).

The article dissertation deals with new information on the presentation and construction of addiction in the mass media during the period 1968-2008. Diachronic surveys as well as quantitative and qualitative content analyses were undertaken to discern trends during the

period in question and to investigate underlying conceptions of the problems in contemporary media presentations. The research material for the three articles consists of a sample of 200 texts from Finland's biggest daily newspaper, Helsingin Sanomat, from the period 1968-2006. The fourth study examines English-language tabloid material published on the Internet in 2005-2008.

Hongisto, Ilona: *Soul of the documentary: expression and the capture of the real*. Turku, Turun yliopisto, 2011, 205 p., ISBN (elektronisk) 978-951-29-4631-0, (Annales Universitatis Turkuensis B; 334).

The dissertation discusses the operational preconditions of making documentaries by using of influences from ethics and aesthetics. It broadens the concept of what a documentary can do and shows how documentary films structures the reality in the means of imagination, storyline and affectivity.

Hyvärinen, Marja-Leena: *Alakohtainen vuorovaikutuskoulutus farmasiassa: Professionally-oriented communication education in the field of pharmacy*. Tampere, Tampere University Press, 2011, 116 p., ISBN 978-951-44-8412-4, ISBN (elektronisk) 978-951-44-8413-1, (Acta electronica Universitatis Tamperensis; 1064).

This study concerns professionally-oriented communication education in the field of pharmacy. The theoretical framework is based on a communication in the disciplines pedagogical model (CID). The CID pedagogy argues that learning to communicate in a particular discipline is a context-driven activity, where learning is intimately tied to the situated context and content within which the communication occurs. In order to promote discipline-specific learning outcomes, communication teaching and learning processes should be integral parts of discipline-specific norms and practices. As students engage in disciplinary activities, they become socialized into that discipline through the oral communication genres relevant to that discipline. The main aim of this study was to contribute to our understanding of the interpersonal communication competence of the special professions and provide tailored tools for teaching and assessing professional learning outcomes in CID programmes. One central aim was to develop a theoretical framework of CID pedagogy based on the prevailing pedagogical approaches and the results of this study.

Haavisto, Camilla: *Conditionally one of 'us': a study of print media, minorities and positioning practices*. Helsinki, University of Helsinki, 2011, ISBN (elektronisk) 978-952-10-5218-7.

This study deals with how ethnic minorities and immigrants are portrayed in the Finnish print media. The study also asks how media users of various ethnocultural backgrounds make sense of these mediated stories. A more general objective is to elucidate negotiations of belonging and positioning practices in an increasingly complex society. The empirical part of the study is

based on content analysis and qualitative close reading of 1,782 articles in five newspapers (Hufvudstadsbladet, Vasabladet, Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat) during various research periods between 1999 and 2007. Four case studies on print media content are followed up by a focus group study involving 33 newspaper readers of Bosnian, Somalian, Russian, and 'native' Finnish backgrounds. The study draws from different academic and intellectual traditions; mainly media and communication studies, sociology and social psychology. The main theoretical framework employed is positioning theory, as developed by Rom Harré and others. Building on this perspective, situational self-positioning, positioning by others, and media positioning are seen as central practices in the negotiation of belonging. In support of contemporary developments in social sciences, some of these negotiations are seen as occurring in a network type of communicative space. In this space, the media form one of the most powerful institutions in constructing, distributing and legitimising values and ideas of who belongs to 'us', and who does not. The notion of positioning always involves an exclusionary potential.

Ijäs-Kallio, Taru: *Patient participation in decision making process in primary care: a conversation analytic study*. Tampere, Tampere University Press, 2011, 168 p., ISBN 978-951-44-8493-3, (Acta Universitatis Tamperensis; 1630).

This study examines how patients participate in the diagnostic and treatment decision making in Finnish primary care consultations for upper respiratory tract infection. The study focuses on doctor-patient interaction in three phases of a consultation: problem presentation, diagnosis delivery and treatment decision making and examines how these phases are linked to each other, forming a process of diagnostic and treatment decision making within the consultation. The data of this study consist of ninety-eight video- and audio-recorded doctor patient encounters that were collected in nine municipal health centres in different parts of Finland in 2005-2006. Eighty-six encounters were selected into the detailed analysis: forty-six child patient encounters and forty adult patient encounters. The method of the study is ethnomethodological conversation analysis. The results are presented in four empirical articles that are published/accepted to be published in peer-reviewed scientific journals.

Johansson, Juhani: *"Pyörät eivät pyöri ilkivallan pelossa": diskurssianalyysi Keski-Uusimaa-lehden artikkeleista koskien lasten ja nuorten rikoksia* ["Wheels will not turn for fear of vandalism": a discourse analysis of Keski-Uusimaa newspaper articles concerning children and young people's crimes]. Helsinki, Diakonia-ammattikorkeakoulu, 2011, 90 p., ISBN 978-952-493-132-8, (Diakonia-ammattikorkeakoulun julkaisuja; 33). PhD thesis.

This study investigates what and how Keski-Uusimaa newspaper wrote about young people's risk of exclu-

sion, in particular criminality. The data for the study comprised articles of children and young people's risk of exclusion published in Keski-Uusimaa newspaper in 2006. The constructionist theory was used and the data were analysed using the analytical discursive method. The data were divided into three different discourses making it possible to observe the discussion of social exclusion from three different viewpoints: the discourse of being involved in a criminal incident, the discourse of threat to safety and the discourse of being relieved from responsibility.

Järvi, Ulla: *Media terveyden lähteillä: miten sairaus ja terveys rakentuvat 2000-luvun mediassa* [Media forces and health sources: study of sickness and health in the media]. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 209 p., ISBN 978-951-39-4183-3, ISBN (elektronisk) 978-951-39-4210-6, (Jyväskylä studies in humanities; 150).

The dissertation aims to have a theoretical and empirical peek behind the mask of medical information and to point when, where and how the media produces meanings of sickness and health. Not only journalistic texts are exposed in the study, but also the texts of societal institutions and commercial information providers. Additionally, journalists' view on health communication are being found out. The study bases on the impression of communication as a confirmation, a builder of community.

Kahma, Nina: *Yhteiskuntaluokka ja maku* [Social class and cultural taste]. Helsinki, 2011, 81 p., ISBN (elektronisk) 978-952-10-6699-3, (Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja).

The thesis, which consists of four original articles and a summarizing chapter, discusses homology between social class and cultural taste. Cultural taste is defined as the choices made in different areas of culture (television, cinema, reading, music, visual arts, sports, dining out, and leisure pursuits). Taste choices manifest themselves as likes and dislikes but also in what a person does. Social class is observed through occupational status, level of education, income and subjective views on class. The central research question concerns the relationship between social class and consumption of culture. The study aims to clarify what kind of class related differences can be found in cultural consumption, but also how these differences are connected to other factors stratifying the society such as gender, age and mother tongue. The data that is being analyzed consists of the data gathered by the project Cultural Capital and Social Differentiation in Contemporary Finland: An International Comparison. Class identification and the relation of cultural divisions to the socioeconomic ones are being analyzed using a nationally represent-ative survey data (N = 1388). Individual interviews (N = 25) and twenty focus group interviews (N = 20) on cultural consumption are also being analyzed.

Keinonen, Heidi: *Kamppailu yleisteleviosta: TES-TV:n, Mainos-TV:n ja Tesvision merkitykset suomalaisessa televisiokulttuurissa 1956-1964* [Commercial television in the Finnish television culture, 1956-1964.]. Tampere, Tampere University Press, 2011, 282 p., ISBN 978-951-44-8368-4, ISBN (elektronisk) 978-951-44-8369-1, (Acta electronica Universitatis Tamperensis), (Media studies).

This study examines the meanings of commercial television in the early Finnish television culture. The analysis focuses on three television companies, TES-TV, MTV (in Finnish Mainos-TV) and Tesvisio. TES-TV was the first to start regular television broadcasting in 1956. The station was owned by the Foundation for the Technology Promotion and funded by advertising and sponsored programming. In 1960, a company called Tesvisio was established to manage the programming of the channel. Broadcasting became more professional and commercial – Tesvisio even operated a network of three television stations. After ending up in a financial crisis, the company was bought by YLE, the Finnish public broadcasting company. MTV was established by advertising agencies and film companies in order to introduce television advertising in Finland. Regular broadcasts started in 1958. MTV did not have a channel of its own, but it leased broadcasting time from YLE's channel and was subject to YLE's programme policy. The research task is divided into three questions, which concern the meanings of commercial television in the television companies, in their programming and in the reception. The questions correspond the three dimensions of television culture: production, text and reception. Television is here studied as a cultural form produced by the discourses and uses of the medium. The dichotomy of public service television and commercial television is applied as a conceptual starting point. The empirical material consists of the interviews of the Finnish television pioneers, the programming of the companies (as published on tv guides), newspaper and magazine clippings (editorials, letters to the editor, columns), archived documents and contemporary writings.

Kivi, Antero: *Diffusion of mobile Internet services*. Espoo, Aalto University, Helsinki University of Technology, 2011, 72 p., ISBN (elektronisk) 978-952-60-4303-6, (AaltoUniversity publication series Doctoral Dissertations : 2011 ; 90).

Mobile Internet is an outcome of the merging of two significant domains of technological innovation over recent years: mobile/wireless and the Internet. This merging will lead to new forms of end-user behaviour and also provide business opportunities for companies from the converging telecommunications, IT/Internet, and media industries. The diffusion of technological innovations is widely discussed in the literature. However, applications of the diffusion theory to mobile services have mostly concentrated on mobile telephony, and considered this diffusion to result from end-user adoption decisions that are made independently of other innovations. In contrast,

the thesis of this article dissertation is that the diffusion of mobile Internet services as systemic technological innovations depends on a cluster of separate but interrelated technology components that diffuse interdependently due to both demand-driven adoption and supply-driven dissemination. This research was conducted using quantitative research data on mobile handsets and services collected from Finland during the years 2005-2009.

Koivisto, Johanna: *EU-artiklar som multimodala budskap: text, bild och begriplighet i rapporteringen om EU-utvidningen i finska och svenska morgontidningar år 2002 och 2004*. Tampere, Tampere University Press, 2011, 252 p., ISBN (elektronisk) 978-951-44-8505-3, (Acta Electronica Universitatis Tamperensis; 1096).

Multimodality is one of the most current words in communication research – nowadays communication uses increasingly many different communication channels at the same time. The study focuses on the reception of text and images in news dealing with the EU expansion. The research material consists of Finnish and Swedish morning newspaper articles.

Koskela, Heidi: *Constructing knowledge: epistemic practices in three television interview genres*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 354 p., ISBN (elektronisk) 978-951-39-4507-7, (Jyväskylä studies in humanities; 163).

This study analyses epistemic practices in broadcast television interviews, focusing on three different interview genres: celebrity interviews, sports interviews and political interviews. In the analysis the author examines the linguistic and interactional practices that are used to construct knowledge in the interviews. These practices include mobilization of different types of knowledge, use of assessments to invite first-hand knowledge, negotiation of epistemic stances while disaligning with the question, and use of assessments for claiming or contesting epistemic rights to authority and expertise. The study comprises four articles and a summary. The first article focuses on celebrity interviews and analyzes how different types of knowledge can be invoked by the participants in a way that enables them to manage the level of intimacy of the interview. Article II explores the interviewers' use of assessments and evaluations in sports interviews in eliciting athletes' personal experience regarding their preceding performance. Article III examines political interviews, focusing on instances where politicians, in their answering turns, resist some aspect of the question and negotiate an independent epistemic stance. Article IV also investigates political interviews, concentrating on assessments embedded in questioning sequences.

Laine, Antti: *Urheilujournalismin Suomi-Ruotsi-maottelu: vertaileva tutkimus suomalaisten ja ruotsalaisten iltapäivälehtien Ateenan 2004 ja Torinon 2006 olympiauutisoinnista* [A match in

sports journalism between Finland and Sweden: a comparative study of Finnish and Swedish tabloid coverage of the Athens 2004 and Turin 2006 Olympic Games]. Helsinki, Edita, 2011, 403 p., ISBN 978-951-37-6154-7

Lassila, Jussi: *Anticipating ideal youth in Putin's Russia: the web-texts, communicative demands, and symbolic capital of the youth movements "Nashi" and "Idushchie Vmeste"*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 341 p.

The study analyses the political communication of two pro-Putin youth movements – Nashi, and its predecessor Idushchie Vmeste – using the movements' foundational/recruitment documents, texts from their websites and interviews with activists. On the basis of Pierre Bourdieu's theory of the fields of cultural production the study understands the movements as anticipating 'ideal youth' within the framework of official national identity politics and seeking to mobilise youth within this framework. These twofold communicative demands create the major tension in the movements' discursive production of ideal youth. This tension, illustrates, on the one hand, the development of the communicative strategies from Idushchie Vmeste to Nashi, and, on the other, Nashi's continuous attempt to manage this tension by particular symbolic practices. The most wellknown activities by the movements – the Exchange of Books by Idushchie Vmeste, and The Bronze Soldier by Nashi – demonstrate how the movements' position between state-didactics and youth's distinctive stimulation vented as a form of carnivalism. This results as infelicitous anticipation of ideal youth. The study explores the socially controlled, conventionalized, and adopted communicative practices that are linked to post-Soviet national identity formation with the social and political activity of Russian youth.

Lehtisalo, Anneli: *Kuin elävinä edessämme: suomalaiset elämäkertaelokuvat populaarina historia-kulttuurina 1937-1955* [As if live before us: Finnish biographical films as popular historical culture 1937-1955]. Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura, 2011, 555 p., ISBN 978-952-222-269-5, (Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia; 1315), (Kansallisen audiovisuaalisen arkiston julkaisuja).

In this doctoral dissertation, film is examined as a producer, sustainer and reviser of the society's relation to the past through Finnish biographical films produced between 1937 and 1955. The study inquires what kind of historical culture the films produced in this particular period articulated. This question is based on the notion that a community's relation to its past, i.e. meanings and experiences stemming from the past, takes its shape in historical culture. The study shows how film as historical culture – as a forum for reworking public articulations of the past – induced discussion already at earlier times. In the mid 20th century, during the expansion of the entertainment industry, film was seen both as an interesting possibility and a threat. This recurring debate shows that

the relation to the past is in constant flux and an object of never-ending negotiation. It also shows how audiovisual media still retain their central role in defining the relation to the past. Thirteen Finnish biographical films produced between the years 1937 and 1955 function as the base material for the study. The meanings and experiences provided by the films and their interpretative framings are examined by "cross-reading" contexts, intermedially or intertextually film-related texts, contemporary public reception, and the films.

Lehtonen, Kimmo: *Rhetoric of the visual – metaphor in a still image*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, 2011, 176 p., ISBN 978-951-39-4546-6, (Jyväskylä studies in humanities; 16).

The study includes an introduction and six articles. The articles return to the problem of visual meaning as a content-intensive quality of an image. The elementary questions are in which ways does an image represent itself when it is published, and how much does the genre in a single visual presentation metaphorise itself before presenting its message, narrative or argument through the visual means? The texts look at a variety of theoretical disciplines, especially semiotics, rhetoric and to some extent, hermeneutics and various theories of art. The work comprises several approaches to the research topic. The focus is on the aesthetic qualities of multimodal images and their affiliation with different traditions in visual representation. The visual is understood as a basic element that constitutes social bonding and the sense of community in contemporary culture. The study discusses various concepts of metaphor in visual rhetoric through trope and predication. It also offers nine distinctive close-readings of images and their use of rhetorical operations representing three major genres in contemporary media.

Luhtakallio, Eeva: *Local politicizations: a comparison of Finns and French practicing democracy*. Helsinki, University of Helsinki, 2011, 258 p., ISBN 978-952-10-6297-1, (University of Helsinki. Department of Social Research. Sociology research reports; 265).

This study examines how do the processes of politicization differ in the Finnish and the French local contexts, and what kinds of consequences do these processes have on the local civic practices, the definitions and redefinitions of democracy and citizenship, the dynamics of power and resistance, and the ways of solving controversies in the public sphere. By means of comparative anthropology of the state, focusing on how democracy actually is practiced in different contexts, politicizations the processes of opening political arenas and recognizing controversy are analyzed. The focus of the study is on local activists engaged in different struggles on various levels of the local public spheres, and local politicians and civil servants participating in these struggles from their respective positions, in two middle-size European cities, Helsinki and Lyon. The empirical analyses

of the book compare different political actors and levels of practicing democracy simultaneously. The study is empirically based on four different bodies of material: Ethnographic notes taken during a fieldwork among the activities of several local activist groups; 47 interviews of local activists and politicians; images representing different levels of public portrayals from activist websites (Helsinki N=274, Lyon N=232) and from city information magazines (Helsinki-info N=208, Lyon Citoyen N= 357); and finally, newspaper articles concerning local conflict issues, and reporting on the encounters between local citizens and representatives of the cities (January-June in 2005; Helsingin Sanomat N=96 and Le Progrès N= 102).

Laakso, Kimmo: *Matkaviestinnän sääntely ja sen vaikutukset Suomessa 1985-2015* [The regulation of mobile communication and its effects in Finland 1985-2015]. Tampere, Tampere University of Technology, 2011, 251 p., ISBN 978-952-15-2570-4, ISBN (elektronisk) 978-952-15-2597-1, (Tampereen teknillinen yliopisto / Julkaisu; 965).

Mobile communication has grown beyond its original scope and scale, and at the same time it has become one of the most influential factors of change in society and the way people interact with each other. Mobile operators have played a significant role in this phenomenon. Twenty years ago mobile phones were used only for taking. SMS messages, downloadable ringstones, and the possibility of taking photos were developed in the 1990s. Nowadays, in addition to other purposes, mobile phones and other mobile devices can be used for web browsing, navigation services, and video streaming. since the mobile operator business in highly regulated, the effects of changes in the regulatory framework for the mobile operator industry in Finland have been analyzed. The potential effects in the years up to 2015 are also considered.

In Finland in the 1980s, the mobile operator industry was monopolized by a state institution. In the 90s, there was a duopoly, and finally since the beginning of the millenium, there have been several private mobile operators, while the public sector in no longer the main owner of any operator.

The method chosen for this study is Delphi.

Malmelin, Karoliina: *Arvojen markkinat: oikeuttavat arvomaailmat suomalaisten suuryritysten yritysvaluuttapuheessa* [Values of the market: an analysis of the Finnish companies' social responsibility rhetoric]. Helsinki, Helsingin yliopisto, Viestinnän oppiaine, 2011, 221 p., ISBN 978-952-10-7124-9, ISBN (elektronisk) 978-952-10-7125-6.

The research in this thesis addresses the question of corporate legitimation and values. It studies moral speech in Finnish companies' social responsibility reports and annual reports. The managerial rhetoric has been examined as a means of building and maintaining legitimacy. The companies studied are the ten biggest companies that reported on social responsibility in 2004, and the

analysed data consists of the companies' reporting from 1998 to 2008. The theoretical and analytical framework is provided by Luc Boltanski's and Laurent Thévenot's theory of justification. The theory is focused on systems of moral thinking and argumentation, so called "orders of worth". The study shows how these moral schemes were used in the legitimization process. Special attention is paid on the ways that compromises are made between different orders of worth, such as the market, civic and green order.

Miettinen, Mervi: *Superhero comics and the popular geopolitics of American identity*. Tampere, University of Tampere, 2011, 211 p. PhD thesis.

Nykvist, Ari: *Formaterade nyheter: studier i hur tv-nyheter formatmässigt editeras, gestaltas och tas emot*. Åbo, Åbo Akademis förlag, 2011, 271 p., ISBN (elektronisk) 978-951-765-577-4.

The dissertation is focused around the formats of television news in general and the format of public service TV news in particular. The author's main aims are to examine (1) what this widely spread news format consists of, (2) how it has changed, (3) if it has changed in a more tabloid direction and (4) how viewers react to different news formats such as a more tabloid one. Television news is a very good example to draw on when one wants to explain how mass media and journalism have changed during the past 25-30 years. The format of different types of news for example in newspapers, radio and television, has been more stabile and rigid than many other media formats. But due to general commercialization, new media markets and harder competition to draw viewers' attention in the so called medialized society, even TV news has changed. News items are said to have become more trivialized, tabloidized and therefore more focused on soft news and even entertainment. In many countries, public service television news professionals have tried not to give in to this trend by keeping up their own old news values, standards and formats. But with decreasing numbers of viewers and scanty financing, even public service news is affected by this rough change in the media market. Therefore it's interesting to examine exactly how this change is reflected in the news format of television news. In this dissertation the author argues that if one can identify clear changes in this public service television format, it's likely that TV news in general has changed in a more tabloid direction since the early 1980s. This should be true especially for the news format of the news broadcast named TV-nytt in the Swedish-language channel FST5 maintained by the Finnish public service company YLE. The only national news show in Swedish in Finland, TV-nytt can be used as a so called 'least likely case'. If TV-nytt has changed its news format during the past 25-30 years, it's probable that at least other public service news shows and most likely also commercial news shows have changed their news formats in a more tabloid direction.

The empirical part of the dissertation comprises three different studies. Firstly, it includes a content analysis of the audio-visually edited news format of TV-nytt divided into an analysis of individual news reports or news items and an analysis of whole news broadcasts as a news show. Secondly, it includes a content analysis of the journalistically content-and-matter framed format of the news reports and thirdly, a controlled laboratory experiment with a test audience treated with different news formats. In this last study, the results are mainly based on objective data obtained from a set of biosensors monitoring the psycho- and physiological reactions of the viewers. These three studies are next interconnected in a partly normative discussion of different aspects of news formats and their tabloidization.

Naarajärvi, Pia: *International co-production and collaborative agreements, the case of the Finnish film industry*. Espoo, Aalto University, School of Art and Design, 2011, 266 p., ISBN 978-952-60-4047-9, ISBN (elektronisk) 978-952-60-4048-6, (Aalto University publication series 2011; 15).

An often-used global model of international business (IB) cooperation in the film industry is 'international film co-production', consisting of two or more production companies from at least two different countries jointly producing a film. Based on their characteristics, international film co-productions can strongly be considered as international alliances between production companies, mainly coordinated and regulated by collaborative agreements called 'co-production agreements'. Accordingly, international film co-productions are not only interesting from the IB perspective, but also from the legal perspective, since there are both business and legal challenges relating to such IB cooperation. Regardless of the relevant topic, there is still little knowledge about the use of collaborative agreements in international alliances obtained through multidisciplinary study combining business and legal studies, and more specifically on how one specific international alliance is structured, based on, and managed by an alliance contract, which contractual provisions are included in the contract, and how the design of such contract could be approached and further applied to the film industry. The purpose and objective of this study is to contribute to the understanding of international alliances based on and regulated by alliance contracts, including various business and legal issues to be agreed upon between the alliance partners and influenced by the international legal environment, in the context of the Finnish film industry as the case, international film co-production as the international alliance, and coproduction agreement as the alliance contract.

This doctoral thesis explores the research topic through the case of the Finnish film industry by examining international film co-productions as alliances, the use and design of coproduction agreements as a basis for such international film co-production alliances, and the relevant and applicable legal regulation having influence on such alliances and co-production agreements. Moreo-

ver, this study follows a qualitative single-case study design, the primary empirical source of data consisting of ten interviews carried out in Finland in which Finnish film producers were the interviewees.

Ojala, Stina: *Towards an integrative information society: studies on individuality in speech and sign*. Turku, Turun yliopisto, 2011, 149 p., ISBN 978-952-12-2583-3.

The flow of information within modern information society has increased rapidly over the last decade. The major part of this information flow relies on the individual's abilities to handle text or speech input. For the majority of us it presents no problems, but there are some individuals who would benefit from other means of conveying information, e.g. signed information flow. During the last decades the new results from various disciplines have all suggested towards the common background and processing for sign and speech and this was one of the key issues that I wanted to investigate further in this thesis. The basis of this thesis is firmly within speech research and that is why I wanted to design analogous test batteries for widely used speech perception tests for signers – to find out whether the results for signers would be the same as in speakers' perception tests. One of the key findings within biology – and more precisely its effects on speech and communication research – is the mirror neuron system. That finding has enabled us to form new theories about evolution of communication, and it all seems to converge on the hypothesis that all communication has a common core within humans. In this thesis speech and sign are discussed as equal and analogical counterparts of communication and all research methods used in speech are modified for sign. Both speech and sign are thus investigated using similar test batteries. Furthermore, both production and perception of speech and sign are studied separately. An additional framework for studying production is given by gesture research using cry sounds.

Pakkanen, Irene: *Käydään juttukauppaa: freelancerin ja ostajan kohtaamisia journalismin kauppapaikalla* [Let's do story business : Encounters of freelancers and buyers at the marketplace of journalism]. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos, 2011, 207 p., ISBN (elektronisk) 978-951-39-4476-6, (Jyväskylä studies in humanities; 162).

This study explores the concept of selling and buying journalism in Finnish context. The study deals with two main issues: first building and theorizing the concept of "marketplace of journalism" and "story business" and second focusing into three culminations closely connected with journalistic working process. The culminations are classified from the material collected in the start of the study and named marketing & briefing, editing & feedback and pricing. The study defines "freelance-journalist" as combination of a journalist and an entrepreneur and examines its facilities and strategies in story business. The study finds this kind of combination

should be noticed when pricing the stories. The study uses The Union of Journalists in Finland's recommendation of pricing as a starting point. The recommendations are based on working time and the average salary in journalistic work. The categories of pricing are classified Branded, Fair Trade and Dumping. The study also defines "buyer's" strategies in story business and their demands and expectations for the freelancers. It seems that most thing the buyers require freelancers is being sensitive for the mediaconcept and also loyalty.

Pienimäki, Mari: *Valokuvien lajityypit ja merkitysrakenteet: työkaluja taide-, sanomalehti- ja mainosvalokuvien tulkintaan* [The genres and semiotics of photographs: tools for the interpretation of art, press and advertising photographs], 2011, 57 p. PhD thesis.

This licenciates thesis aim to develop the photograph research from the viewpoint of reception and interpretation. It also aims to produce practical tools for the interpretation of art, newspaper and advertisment photographs.

Pitkänen, Pertti: *Transparentti media: valokuva digitaalisen kuvantamisen aikakaudella : valokuvan moderni, postmoderni ja globaali tulkinta* [Transparent media: photograph in the era of digital imaging : the modern, postmodern and global interpretation of the photograph]. Rovaniemi, 2011, 240 p., ISBN 978-952-484-437-6, (Acta Universitatis Lapponiensis; 203).

Railo, Erkkä: *Henkilökohtainen on poliittista: neuvottelu politiikan sukupuolittuneesta työnjaosta Annan julkaisemissa poliitikkojen henkilökuviissa vuosina 1975-2005* [Personal is political: a negotiation of the gendered work practices in the Finnish political sphere manifested by the women magazine Anna in 1975-2005]. Turku, Turun yliopisto, 2011, 292 p., ISBN 978-951-29-4527-6, ISBN (elektronisk) 978-951-29-4528-3, (Turun yliopiston julkaisuja. Sarja C, Scripta lingua Fennica edita.; 310).

The study deals with men's and women's opportunities to participate in the politics manifested by the media and especially its change of the Finnish political publicity during the years 1975-2005. The research material consists of 339 feature stories about politicians published in the Finnish women magazine Anna. The stories are analyzed with the qualitative text analysis.

The political portrait interviews published in Anna can be divided into three distinct groups. The first and the largest group consists of interviews of female politicians, the second group focuses on male politicians and the third type of articles shows politicians with their families, children or spouses.

The study illustrates how the portrait interviews of politicians pose the question of who has the right to work in politics and what kind of politics women and men are allowed to participate in.

Rautkorpi, Tiina: *Televisiokeskustelu yhteiskehittelynä: tapaustutkimus tv-tuotannosta ja merkityksellistämisen taidosta* [Television conversations as co-configuration: A case study of television production and the art of meaning construction]. Tampere, Tampere University Press, 2011, 369 p., ISBN 978-951-44-8323-3, ISBN (elektronisk) 978-951-44-8324-0, (Acta Electronica Universitatis Tamperensis; 1036).

The study is concerned with the production of television talk shows as a programming genre and its development prospects. The author approaches television work as a collaborative process of meaning construction. A specific focus of this research is to study the production team's audience relationship within existing television productions by analysing the ways in which the audience is addressed. The target of the case study is the Finnish television talk show called T Club, which serves as an example of interactive television production. The data for the research consist of T Club productions broadcast in 2004–2006 on Teema, the Finnish Broadcasting Company's dedicated public service channel for science, culture and education. The primary data consist of two stimulated recall interviews with the programme director and one episode of the programme where the participants discuss television talk shows (the metaprogramme for this research). In addition, data sources include other T Club shows, observation data collected on the production team and interviews with people working in programme production.

Smolej, Mirka: *News media, crime and fear of violence*. Helsinki, Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos, 2011, 76 p., ISBN 978-951-704-402-8, (Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuksia; 257).

Finland witnessed a surge in crime news reporting during the 1990s. At the same time, there was a significant rise in the levels of fear of crime reported by surveys. The research examines whether and how the two phenomena: news media and fear of violence were associated with each other. The dissertation consists of five sub-studies and a summary article. The first sub-study is a review of crime reporting trends in Finland, in which the author has reviewed prior research and used existing Finnish datasets on media contents and crime news media exposure. The second study examines the association between crime media consumption and fear of crime when personal and vicarious victimization experiences have been held constant. Apart from analyzing the impact of crime news consumption on fear, media effects on general social trust are analyzed in the third sub-study. In the fourth sub-study it has been analyzed the contents of the Finnish Poliisi-TV programme and compared the consistency of the picture of violent crime between official data sources and the programme. In the fifth and final sub-study, the victim narratives of Poliisi-TV's violence news contents have been analyzed.

Soronen, Anne: *Tavallisuudesta tyylilykkyyteen?: sukupuoli ja maku kodinmuutosohjelmissa* [Gender and

taste in the Finnish home makeover shows]. Helsinki, University of Helsinki, 2011, ISBN (elektronisk) 978-952-10-7293-2.

Lifestyle television has become a very popular programming type during the first decade of the 21st century. It features programmes on interior decoration, cooking, gardening, grooming, traveling and shopping. An important sub-category of lifestyle television is makeover television, which refers to programmes based on a before-and-after structure that present information in an entertaining, consumer-oriented way. The focus is on presenting the self and working on the self. Typically, makeover television texts construct a divide between the experts and the 'lay' participants. This study focuses on the Finnish home makeover shows Inno (2004–) and Kodin kääntöpiiri (2001–2005) and their episodes broadcast in spring 2004. Inno is broadcast on the commercial channel Nelonen. Kodin kääntöpiiri was aired on YLE TV2 owned by the Finnish public broadcasting network. The research material also includes the official websites of both shows and messages concerning Inno from an online discussion forum. The research belongs to the field of feminist media studies. Its main focus is on home makeover shows' representations of the gendered self. As people decorate their homes and reflect on them, they engage in negotiations of taste and in the construction of the ideal self. The theoretical framework of the study combines Judith Butler's theory of gender performativity and Pierre Bourdieu's theory of taste. The main question of the study is: how are representations of the gendered self produced in home makeover shows? The aspects of self-representation are approached through questions of consumption, taste and ordinariness. The broader theoretical and methodological context of the study is based on intersectionality, or simultaneous study of different identity categories. In this study, the main focus is on the intersections of gender, class and sexuality. Hence, the secondary research question is: how do ways of doing gender intersect with producing the idea of class and sexuality in the representations of home makeover shows?

Stenvall, Maija: *Captured by conventions: on objectivity and factuality in international news agency discourse*. Helsinki, Helsinki University, 2011, 360 p., ISBN 978-952-10-6775-4, (PIC Monographs; 7).

The thesis explores the discourse of two global news agencies, the Associated Press (AP) and Reuters, which together with the French AFP are generally regarded as the world's leading news distributors. A glance at the guidelines given by AP and Reuters to their journalists shows that these two news agencies make a lot of effort to strive for objectivity the well-known journalistic ideal, which, however, is an almost indefinable concept. The thesis includes six case studies dealing with the following topics: metaphors in political reporting, terrorism discourse, terrorism fears, emotions more generally, unnamed sources as rhetorical constructs, and responsibility in the convention of attribution. The author's

linguistic analyses draws mainly on M.A.K. Halliday's Systemic Functional Grammar, on notions of transitivity, ergativity, nominalisation and grammatical metaphor. The Appraisal framework was a useful tool in the analyses, too.

Särelä, Mikko: *Bloom casting for publish/subscribe networks*. Espoo, Aalto University, Helsinki University of Technology, 2011, 79 p., ISBN 978-952-60-4148-3, (Aalto University publication series, Doctoral dissertations 2011 ; 49).

Publish/subscribe has been proposed as a way of addressing information as the primary named entity in the network. In this thesis, the authors develop and explore a network architecture based on publish/subscribe primitives, based on their work on PSIRP project. The work is divided into two areas: rendezvous and Bloomcasting, i.e. fast Bloom filter-based forwarding architecture for source-specific multicast. Taken together these are combined as a publish/subscribe architecture, where publisher and subscriber matching is done by the rendezvous and Bloom filter-based forwarding fabric is used for multicasting the published content.

Saarinen, Heli: *Valkoisen peuran myyttinen Lappi: Lappi-myytin tie keskiajan kuvastosta suomalaiseen elokuvaan* [The mythical Lapland of the White reindeer]. Rovaniemi, Lapland University Press, 2011, 372 p., ISBN 978-952-484-476-5, (Acta Universitatis Lapponiensis; 213).

The dissertation belongs to art historical studies and focuses on the mythic image of Lapland born in the Middle Ages compared to the present day. The research objects are illustrations of Lapland in Olaus Magnus's *Historia de gentibus septentrionalibus*, 1555 and visual elements of Lapland in Erik Blomberg's and Mirjami Kuosmanen's film *The White Reindeer* (1952).

Tervo, Heli: *Information technology incidents in the present information society: viewpoints of service providers, users, and the mass media*. Oulu, Oulu University Press, 2011, 38 p., ISBN 978-951-42-9698-7, (Acta Universitatis Ouluensis. A, Scientiae rerum naturalium; 588).

Our society relies increasingly on information technology (IT). In such a society, it is important that we, as citizens, trust and are satisfied with services utilizing IT. Unfortunately, IT problems in the use of services are part of our daily lives and, as such, are frequently reported by the mass media. While the information systems (IS) field has studied system and service acceptance, use, threats, and failures, we have found no studies that examine how these IT failures affect the system usage after a failure. This dissertation addresses this gap in research by study-

ing users' intentions after service degradation related to IT problems and providing a larger view of IT-based incidents in an information society from the viewpoints of the mass media and service providers. In order to do this, a newspaper survey was first conducted to ascertain a concept of the public perception of IT-based problems. Second, qualitative interviews were conducted to reach an understanding of service providers' viewpoints of IT problems. Third, users' attitudes and reactions to service degradation were studied through interviews.

Uotila, Pekka: *Projektin suunnittelun narratiivinen rakentuminen* [Narrative construction in project planning]. Vaasa, Vaasan yliopisto, 2011, ISBN 978-952-476-336-3, (Acta Wasaensia; 236), (Acta Wasaensia. Kielitiede. Soveltava kielitiede; 42).

This dissertation examines project planning. Two different interpretative approaches to projects are compared: the normative approach to projects and the narrative analysis of projects. As a result the dissertation describes the differences between these two approaches. The ability of projects to bring about a change is discussed. The research data consists of natural texts that were collected during the planning process of a project at the Mikkeli University of Applied Sciences. The texts and conversations were studied by using methods that are common in organisational discourse analysis and in narrative analysis in particular.

Vesterinen, Olli: *Media education in the Finnish school system: a conceptual analysis of the subject didactic dimension of media education*. Helsinki, University of Helsinki, 2011, ISBN (elektronisk) 978-952-10-6848-5.

The theoretical foundation of the dissertation is based on the idea of dividing the concept of media education into media and education. As two ends of the dimension, these two can be understood didactically as content and pedagogy respectively. In the middle, subject didactics is considered to have one form closer to content matter and another closer to general pedagogical questions. The empirical case studies of the dissertation are reported with foci on media literacy in the era of Web 2.0, teacher reasoning in media educational situations and the research methodological implications of the use of information and communication technologies at the school. As a conclusion, Media-Based Media Education and Cross-Curricular Media Education are presented as two subject didactic modes of media education in the school context. Episodic Media Education is discussed as the third mode of media education where less organised teaching, studying and learning related to media takes place, and situations without proper planning or thorough reflection are on focus.

Norge

Dokumentalist: Ragnhild Mølster

Diesen, Trygve Allister: *Being the director: maintaining your artistic vision while swimming with sharks*. Lillehammer, Høgskolen i Lillehammer, 2011.

Avhandlingen tar for seg hvordan man som filmregissør kan opprettholde sin kunstneriske visjon i en så vidt kollektiv og kommersiell kunstform som film. Avhandlingens kunstneriske del består av filmen "Red", TV-serien "Torpedo" og videodagboken "Being the Director". Diesen intervjuet også samarbeidspartnere og folk han hadde direkte link til, for å belyse egen rolle og jobb fra ulike perspektiver og ut fra ulike problemstillinger. Avhandlingen består i tillegg av en skriftlig refleksjon, et prosessnotat. How can a film director maintain and nourish a personal, artistic vision in such a collaborative and highly commercial art form? The dissertation discusses this question, amongst others, and also documents and discusses Diesen's own work and role as a director. His artistic work consists of the film "Red", the TV-series "Torpedo" and the videojournal "Being the Director". The aim is to document and discuss his own work and role as director – on video, in autoethnographic fashion, much of it as a video-diary/confessionals.

Hanssen, Tina Rigby: *Strategies of silence and background noise in artists' film and video*. Oslo, Universitetet i Oslo, Institutt for filosofi, ide- og kunsthistorie og klassiske språk, 2011, 249 p.

Lyd i film tas ofte for gitt. Likevel blir en film uten lyd aldri helt det samme. Men hvordan påvirker lyd vår opplevelse av tid og rom? Hvordan kan stillhet og bakgrunnslyd være med på å etablere nye former for lytting innenfor en gallerikontekst? Og hvordan kan organiseringen av lyd i gallerirommet fremme lytteprosessen? Tina Rigby Hanssen har i sitt doktorgradsarbeid tatt for seg den rolle og betydning lyd har i nyere film og videokunst. Sentralt står et utvalg film og videoinstallasjonsarbeider, samt et lydvandringssprosjekt. Hanssens avhandling ser spesielt på hvordan stillhet og bakgrunnslyd benyttes for å fremme ulike opplevelser av tid og rom, og hvordan lyd er med på å etablere en multisensorisk erfaring med ny medieteknologi. Et hovedargument er at stillhet og bakgrunnslyd er estetiske virkemidler som er med på å etablere økt oppmerksomhet omkring lytting og det auditive innenfor en gallerikontekst. Å lytte innebærer i større grad en kontinuerlig utveksling mellom ulike former for lytting og ulike oppmerksomhetsstrategier; fra ytre til indre lytting, fra konsentrert til allestedsnærværende lytting. Avhandlingen viser også hvordan gitte former for lydteknologi og presentasjonsformer bidrar til å skape nye betingelser for vår lytting i gallerirommet, og hvordan lyd på ulike måter benyttes for å bygge opp under vår forestillingsevne, hukommelse og produksjon av minner.

Hanssens avhandling bidrar med ny teoretisk og analytisk forståelse av hvordan lyd fungerer i relasjon til bevegelige bilder, og hvordan vi på ulike måter blir påvirket av lyd innenfor en gallerikontekst. Ved å betrakte gallerirommet som et særegent lydmiljø utvides forståelsen av film og videokunst som kun visuelt betinget til også å omfatte lytting, det auditive og de audio-visuelle relasjoner.

Larsen, Håkon: *Legitimizing av allmennkringkasting i Norge og Sverige*. Oslo, Unipub, no 255, Series of dissertations submitted to the Faculty of Social Sciences, University of Oslo 2011.

Hva kjennetegner den offentlige debatten om allmennkringkasting i Norge og Sverige? Hvordan legitimerer NRK og SVT sin rolle som lisensfinansiert allmennkringkaster? Og hvilken rolle tillegges allmennkringkasting fra kulturpolitisk hold i de to landene? Dette er sentrale spørsmål i avhandlingen.

Det går frem av analysene at debattene om allmennkringkasting er mer omfattende og prinsipielle i Sverige enn i Norge. Både fra kulturpolitisk hold og internt i kringkastingsinstitusjonen er folkeopplysning og kvalitet viktigere for legitimiteten i Sverige enn i Norge. I Norge baseres legitimiteten i større grad på den oppslutningen og tilliten NRK har i befolkningen. At NRK har høy oppslutning og tillit gjør også at et omfattende legitimeringsarbeid ikke er nødvendig.

Videre er man i Sverige opptatt av at SVT skal være et viktig innholdsmessig korrektiv til den globale kommersielle medieindustriens produkter. I Norge fokuserer man i stor grad på NRKs rolle som forvalter av norsk språk og kultur. Et internasjonalt perspektiv er viktigere for legitimering av allmennkringkasting i Sverige enn det er i Norge. Konklusjonene er basert på analyser av avisartikler, politiske og institusjonelle dokumenter, i tillegg til intervjuer med ledere i kringkastingsinstitusjonene og kulturpolitikere på Stortinget og i Riksdagen.

Løvlie, Anders Sundnes: *Textopia: Experiments with Locative Literature*. Oslo, Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon, 2011, 267 p.

Tenk deg at all verdens dikt og fortellinger var plassert på kartet, knyttet til de stedene de handler om. Du kan stå hvor som helst i verden – i gata der du bor, i din favorittkafe eller på Karl Johan – og få opplest en hvilken som helst tekst som har blitt skrevet om akkurat dette stedet. Hva har Ibsen eller Hamsun sagt om gata der du jobber? Litteraturhistorien blir et univers av tekster som du kan utforske til fots – gjennom den virkelige verden. Nettopp dette er mulig ved hjelp av det "lokative" systemet tekstopia, en mobil-app utviklet ved Universitetet i Oslo. Dette universet består ikke bare av døde forfattere, men også dine egne bidrag. Hva kan du tenke deg å si om gata der du jobber? tekstopia er et gratis, åpent system som

inviterer alle som har lyst til å være med å utvikle en helt ny litteratur: En som er skrevet for å oppleves gatelangs, og som baserer seg på den deltagende nettkulturen for å utforske de nye kreative mulighetene som oppstår når GPS-telefoner blir allemannseie. Tekstopia-prosjektet har arrangert en rekke eksperimenter for å utforske disse mulighetene – fra skrivespillet “flanør” til bestillingsverket “Grønland”, med lokative tekster skrevet av etablerte poeter som Kristine Næss, Inghill Johansen og Walid Al-Kubaisi. Prosjektet har over tre år tiltrukket seg et stort antall bidragsytere, og blitt omtalt i flere medier (bl.a. VG, NRK radio, TVNorge og Dagsavisen).

Moseng, Jo Sondre: *Himmel og helvete: ungdom i norsk film 1969-2010*. Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / NTNU, Institutt for kunst- og medievitenskap, 2011, 343 p., ISBN 978-82-471-3169-5, (Doktoravhandling ved NTNU: 298).

Avhandlingen tar utgangspunkt i 34 norske spillefilmer om ungdom fra 1969 og frem til 2010 og utforsker hvilke forestillinger om «ungdom» og «ungdomstid» man kan avlede fra disse. Filmmaterialet er en interessant kilde til å forstå tendenser og endringer i vår kulturs måte å fortolke stadig nye generasjoner av tenåringer på. Analyser av narrative og stilistiske valg i filmene suppleres med perspektiver hentet fra blant annet ungdomssosiologi, nyere identitetsteori og tilgjengelig statistikk over ungdoms levekår. I tillegg sees filmene opp mot den filmhistoriske konteksten de har vært del av, så vel som mot dagspressens anmeldelser. Avhandlingen viser blant annet at ungdomsfilmene turnerer et begrenset antall konfliktmønstre og handlingslinjer. Det handler om å mestre situasjoner som setter de unges personlige integritet på prøve: Nye roller skal testes ut, forventninger og krav skal leves opp til, og viktige valg må foretas. Med hensyn til hvilke temaer som bringes til torgs, er det relativt liten variasjon gjennom den undersøkte perioden. Løsningen på karakterenes utfordringer er i all hovedsak knyttet til selvrealiseringsideologien. Selv om filmene er solidarisk innstilt til sine hovedkarakterer, nærer de samtidig opp under forestillingen om at psykososiale utfordringer i ungdomstiden er noe som den enkelte tenåring må vokse seg ut av selv, og disse utfordringene presenteres som om de dypest sett skyldes forvirring og usikkerhet knyttet til egen identitetsutvikling. Ungdomsfilmene har dessuten vært lite sensitive overfor det bildet som empirisk forskning på virkelighetens norske tenåringer har tegnet. I stedet dveler filmene ved hvordan det føles å være et sårbart ungt menneske. Når de samme følelsene repeteres i film etter film skapes en emosjonell tidløshet som på nostalgisk vis bidrar til å romantisere, og dermed også avdramatisere, det som for den enkelte tenåring kan fortone seg som svært vanskelige situasjoner. Dermed nøytraliseres ethvert forsøk på å fremme samfunnskritikk, som i beste fall rammer narsissistiske og konforme tendenser i ungdomskulturen. De voksnes oppdrageridealer gjemmer seg bak sjangerens kollektive omfavelse av selvrealiseringsideologien,

som i det stille tar bolig i filmenes estetiske strukturer. Tendenser og variasjoner mellom ungdomsfilmene beror på to overordnede forhold, nemlig hvor eksplisitt og i hvilken grad identitetsproblematikken tematiseres og filmenes estetiske og markedsmessige henvendelse. Avhandlingen peker i så måte ut to hovedvarianter, som begge løper gjennom hele den undersøkte perioden. De generelt orienterte ungdomsfilmene kjennetegnes ved at ytre handling tones ned til fordel for introspektive skildringer av tenåringserfaringen, formidlet i et kunstnerisk ambisiøst filmspråk. Motsatt er den markedsrettede varianten handlingsmettet, har større karaktergallerier, og formidlet i et visuelt sett mettet filmspråk som er ment å tiltale det store ungdomspublikummet.

Sjøvaag, Helle: *Journalistic ideology: professional strategy, institutional authority and boundary maintenance in the digital news market*. Bergen, Universitetet i Bergen, 2011, 225 p., ISBN 978-82-308-1902-9.

Hvilke ressurser mobiliseres for å beskytte journalistikkens autoritet i et moderne medielandskap? Spørsmålet som tas opp i denne avhandlingen er hvordan samfunnsoppdraget utfordres av strukturelle endringer i nyhetsmarkedet. Avhandlingen beskriver slik sett hvordan yrkesideologien bidrar til å vedlikeholde institusjonelle grenser. Herunder analyseres TV 2s nyhetsstrategier i det digitale skiftet. Spørsmålet er hvordan kanalen anvender journalistikkens ideelle verdier i en konkurranseutsatt situasjon. Analysen tar utgangspunkt i at ideelle og økonomiske hensyn ikke nødvendigvis er motsetninger. De ideelle aspektene ved journalistikken kan altså utgjøre en reell økonomisk verdi på lik linje med yrkesidealenes institusjonelle verdi. Avhandlingen omfatter fire undersøkelser som til sammen danner en analyse av journalistikkens samfunnsoppdrag innenfor et strukturasjonsteoretisk perspektiv. En kvantitativ innholdsanalyse av TV 2 Nyhetskanalen ser på kanalens verdi som merkevare og på dens ideologiske og økonomiske betydning. En komparativ innholdsanalyse av terrordekning på NRK og TV 2 avdekker hvordan journalistisk metode fungerer strategisk i redaksjonens møte med amatørbidrag, mens en dokumentanalyse avdekker en økende markedslogikk i forhandlingen om TV 2s nye avtale med staten. Til slutt inneholder avhandlingen en teoretisk analyse av forholdet mellom samfunnskontrakten som journalistisk ideal og som politiskilosofisk konsept. Disse analysene leder frem mot et bilde av den journalistiske yrkesideologien som et høyst fleksibelt verdissystem som fungerer som grensevakt for yrkets profesjonelle status. Kontraktsmetaforen som beskriver journalistikkens kjerneideal bidrar dermed også til å beskytte og fremme profesjonens rolle i samfunnet.

Tiller, Asbjørn: *Opplevelse av rom: Kunstens lydeksperimenter og audiovisuelle uttrykk*. Trondheim, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / NTNU, Institutt for kunst- og medievitenskap, 2011, 302 p., ISBN 978-82-471-2810-7, ISBN (elektronisk) 978-82-471-2812-1, (Doktoravhandling ved NTNU: 135).

Avhandlingen diskuterer kunstens bruk av lyd, og hvordan man ved å benytte auditive teknologiske og estetiske virkemidler skaper en opplevelse av rom for tilhøreren. Spesifikt behandler avhandlingen den moderne kunstinstillasjonens inkludering av lyd som romlig virkemiddel. Avhandlingen består av to hoveddeler, hvor den første delen tar utgangspunkt i en teoretisk diskusjon. Diskusjonen klargjør et analytisk begrepsapparat som retter seg mot lydens romlige egenskaper. Begrepsapparatet er diskutert ut fra teoretiske møtepunkter mellom fagfelt som inkluderer musikkteori, akustikk, filmteori, og avhandlingen viser til psykoakustiske og fenomenologiske perspektiver for å forklare opplevelsen av lyd. Et sentralt aspekt i den første delen av avhandlingen dreier seg om hvordan man i kunsten, ved hjelp av teknologiske virkemidler, og spesifikt innspillingsteknologi, gjøres i stand til å forme hverdagens lyder på ulike måter. Hverdagens lyder fragmenteres og settes inn i nye og ukjente sammenhenger. Delen viser samtidig at lydens formbarhet er gjort mer fleksibel gjennom overgangen fra analoge til digitale teknologier. Samtidig med en slik endring i fleksibiliteten i forbarheten av lyd, viser diskusjonen at en del teknologiske og estetiske strategier i denne sammenhengen er overskridende i forhold til det analoge og digitale. Dette er vist gjennom et fokus på kunstneriske praksiser som omhandler database, montasje og sampling, og ved hjelp av praktiske eksempler som knytter teknologiske og estetiske utviklinger innen modernismen frem til samtidens lydeksperimenter i kunsten.

Avhandlingen viser hvordan man i kunsten skaper lydgjengivelser med utgangspunkt i hverdagens lyder. Disse gjengivelsene fremstår ikke bare som fragmenter av hverdagen, men fjerner seg i mange tilfeller fra sitt utgangspunkt gjennom den teknologiske behandlingen som blir foretatt av kunstnerne. Gjennom montasje settes disse gjengivelsene inn i nye sammenhenger som igjen skaper en type lydlandskaper vi ikke har erfaring med fra tidligere. Lydlandskapene i kunsten utgjøres av en kombinasjon av lydbildene som er skapt, og hvordan disse inngår i en kombinasjon med lydmiljøene hvor de er utstilt. Terminologien, samt det teoretiske og metodiske

rammeverket som etableres i den første delen, danner utgangspunkt for en omfattende verksanalyse av fire forskjellige moderne kunstinstillinger, som utgjør avhandlingens andre del. Dette spenner fra verk som er utstilt i kontrollerte lydomgivelser, via verk som er utstilt i det offentlige rom, til verk som er utstilt i symbolske rom. De fire verkene viser på ulike måter hvordan man skaper opplevelse av rom i selve lydbildene som utgjør verket, og samtidig hvordan verkets lydbilder virker sammen med lyd miljøene hvor de er utstilt. Avhandlingen viser at opplevelsen av rom er et vesentlig trekk ved alle kunstuttrykk som benytter seg av lyd. Diskusjonen omkring begreper og terminologi viser i tillegg at disse har en overføringsverdi mellom de fagfeltene de er hentet fra.

Wu, Heng: *Museum and change: regional museums in the People's Republic of China*. Bergen, Universitetet i Bergen, 2011, 389 p., ISBN 978-82-308-1827-5.

Chinese museums have experienced dramatic changes during the time of the People's Republic of China (1949 – present) at the same time as the country itself has undergone dramatic changes. This thesis explores the correlation between museum and political and policy changes in the Peoples Republic of China with selected regional museums as the research object. The objective is to study what changes have taken place in selected Chinese regional museums and understand what roles political and policy changes in the country have had on the process. Six regional museums from four regions are examined. Major focus is on the broad changes within the museums at the same time as close examination on the specific museum representations has been carried out. Pertinent issues include diversity and unity, regional identity and national identity, representation of identity, regional development policy and cultural tourism. The research revealed that policy has a strong influence on all the museums studied but there are also differences between regions. Museums are not only the targets but also the instruments of policy and government.

Sverige

Dokumentalist: Roger Palmqvist

Bäcke, Maria: *Power Games: Rules and Roles in Second Life*. Karlskrona, Malmö högskola, Konst, kultur och kommunikation / Blekinge tekniska högskola, Avdelningen för interaktion och systemdesign, 2011, 228 p., ISBN 978-91-7295-209-6, (Blekinge Institute of Technology Doctoral Dissertation Series; 9).

This study investigates how the members of four different role-playing communities on the online platform Second Life perform social as well as dramatic roles within their community. The trajectories of power influencing these roles are the main focus. Theoretically the author relying primarily on performance studies scholar Richard Schechner, sociologist Erving Goffman, and post-structuralists Michel Foucault, Gilles Deleuze and Felix Guattari. The methodological stance has its origin primarily within literature studies using text analysis as a preferred method, but the author also draw on the (cyber)ethnographical works of primarily T.L. Taylor, Celia Pearce, and Mikael Jakobsson.

In this dissertation the focus is on the relationship of the role-player to their chosen role especially in terms of the boundary between being in character, and as such removed from "reality," and the popping out of character, which instead highlights the negotiations of the social, sometimes make-belief, roles. Destabilising and problematising the dichotomy between the notion of the online as virtual and the offline as real, as well as the idea that everything is "real" regardless of context, the aim is to understand role-play in a digital realm in a new way, in which two modes of performance, dramatic and social, take place in a digital context online — or inworld as many SL residents call it.

Denward, Marie: *Pretend that it is real!: convergence culture in practice*. Malmö, Faculty of Culture and Society, Malmö, University, 2011, 349 p., ISBN (elektronisk) 978-91-7104-096-1, (Dissertation series in New Media, Public Spheres, and Forms of Expression; 1).

Media convergence has mainly been defined and explained as a technological and industrial phenomenon; as the process where new technologies are accommodated by existing media and communication industries and their cultures of production. One consequence of convergence in today's hybrid media landscape is that the previously distinct borders between production and consumption have become blurred. This means that convergence also takes place as a bottom-up social process initiated by media users that move almost anywhere and everywhere in search of entertainment experiences of their liking.

This thesis sheds light on the different types of media convergence that took place in the process of making the transmedia storytelling production *Sanningen om Marika*. The Swedish public service provider, SVT,

and the pervasive games upstart company, The company P, combined their expertise in broadcasting and games development to craft this 'participation drama'. During five months in 2007, the production offered Swedes nationwide rich possibilities to interact and participate, or just to watch or lurk on the production's various platforms. Using an ethnographic approach, field studies were conducted throughout the design, implementation and production phases.

Ekman, Mattias: *Den globala rättviserörelsen i svenska medier: hegemoniska formationer i relationen mellan journalistik och kapitalism*. Stockholm, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, 2011, 297 p., ISBN 978-91-7447-252-3, (Doktorsavhandlingar från JMK; 40).

The mobilisations against global summits towards the end of the last millennium, and the creation of the World Social Forum (WSF) in 2001, made an emerging global network of social movements visible. This thesis analyses media representations of the global justice movement, with the intention of exploring the relation between journalism and hegemonic formations in the capitalist system. The analysis includes representations of social mobilisations against global summits between 1999 and 2007, and the WSF between 2001 and 2007, in all Swedish daily newspapers. The analysis draws on theories of journalism as a social institution, and Gramsci's concept of hegemonic formations. Using critical discourse analysis (CDA), the dissertation reveals that the representation of protests subordinates political aspects to violence, and that discursive violence presupposes physical violence. The protests are generally defined from a hegemonic position of the political, but sometimes protest emerges in relation to legitimate political departure points. Simultaneously it is also downplayed as anti-political. The representation of WSF is more heterogeneous. It is portrayed as: an alternative, an anti-movement, and a carnival. Some aspects of violence are also highlighted through the presence of absent violence. The representations both reproduce a hegemonic order, and in some cases highlight hegemonic struggle.

Forsman, Michael: *Lokalradio och kommersiell radio 1975-2010: en mediehistorisk studie av produktion och konkurrens*. Stockholm, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, 2011, 416 p., ISBN 978-91-7447-272-1, (Doktorsavhandlingar från JMK; 39).

The main question in this dissertation is: How can the emergence of local and commercial radio and the ensuing changes within each be understood in relation to intermedial and intramedial competition? This overarching question is broken down into four research ques-

tions. What driving forces contributed to the implementation of local and commercial radio respectively? (How can the competitive context of these two radio forms be described and periodized? In what ways have the practices of producing radio output, radio audiences and brands changed during the period covered by this study? What similarities and differences have emerged between local radio and commercial radio over time? This study can be seen as an institutional media history, focusing on two distinctive periods in the history of Swedish radio and television, Decentralization (1977-1987) and Commercialization (1987 onwards). The empirical material consists of documents, press clippings and some forty semi-structured in-depth interviews. Theoretically the dissertation combines political economy with a cultural perspective on media production and institutional intentionality. The empirical content is a two-part study on local radio and on commercial radio, presented through narrative principles of chronology and periodization.

Gardeström, Elin: *Att fostra journalister: journalistutbildningens formering i Sverige 1944-1970*. Göteborg, Daidalos, 2011, 275 p., ISBN 978-91-7173-351-1, (Skeptronserien).

Avhandlingen analyserar spelet mellan olika intressen i det svenska samhället när den tidigare lärlingsvägen till journalistyrket skulle ersättas av en formaliserad journalistutbildning. I Sverige hade pressens organisationer svårt att enas om en utbildning och frågan diskuterades i över 50 år. Yrket sågs som en talang, en förmåga som vissa människor hade och det fanns ett motstånd mot en formaliserad utbildning. Den första delen av avhandlingen analyserar diskussionerna om en journalistutbildning ur en efterkrigskontext, såväl i Sverige som internationellt. Del två behandlar utredningsprocesser i Sverige när journalistutbildningens form förhandlades fram. Den tredje delen beskriver utvecklingen av och diskussionerna om de nystartade statliga journalistinstituten.

Med hjälp av Bourdieu tolkas den problematiska relationen mellan pressens fält och det akademiska fältet över utbildningen som en strid mellan två olika kapitalformer för vilken kunskap som ska värderas – en strid som utspelades när betyg och formella examina mötte en erfarenhetsbaserad självbildande tradition. På ett högre plan formuleras striden mellan akademi och press som en kamp om ett symboliskt herravälde över vilka värden som ska gälla för sanna i det offentliga samtalet.

Helgesson, Karin: *Platsannonser i tiden: den utbricade platsannonsern 1955-2005*. Göteborgs universitet, Institutionen för svenska språket, 2011, 331 p., ISBN 978-91-87850-43-1, (Göteborgsstudier i nordisk språkvetenskap; 15).

The aim of this thesis is to analyse potential changes in the genre of recruitment advertisement during the period 1955 to 2005, and investigate if changes in society can explain these changes in the genre. A study carried out on 2746 recruitment advertisements from the Swedish daily newspaper Dagens Nyheter shows that some con-

ventions regarding content, layout and style develop during the period. An important change is that information about the employer becomes an almost compulsory part of the advertisement by the end of the period. It also gets a salient place. The language/style is more conservative in some regards in the recruitment advertisements than in other genres. In the advertisement, an ideal applicant is constructed through the personal qualities asked for, the kind of benefits promised and information about preferred age and sex. During the whole period, one of the personal qualities most sought after is the ability to co-operate. This could be seen as a sign of the stability in Swedish working life. In the year of 2000, however, personal drive becomes the most desirable qualification instead of ability to co-operate. As the ideal candidate is constructed in the advertisement, so is the employer constructed as an attractive employer. The most common way of describing the employer during the whole period is as large, leading and expansive. At the end of the period there is a small but increasing amount of advertisements, which construct a new kind of employer identity, more focused on advantages for the employee. During a period of fifty years, conventions for content, visual design and style develop in the recruitment advertisement. Some of these conventions are no longer in use when Internet becomes a competitor to the printed daily newspaper, but some are still used in advertisements on Internet. What is changing most is the view of the ideal candidate and the good employer. The way these are presented also affects the genre.

Hellström, Martin: *Förpackningens förvandlingar: konsumtion och karneval i barnboken*. Stockholm, Carlsson Bokförlag, 2011, 229 p., ISBN 978-91-7331-417-6, (Linköping studies in arts and science; 523). (Studies in language and culture; 16). (Skrifter utgivna av Svenska barnboksinstitutet; 112).

Här studeras den massproducerade förpackningen som motiv inom ett flertal barnböcker, såsom Pippi Långstrump och Mio min Mio av Astrid Lindgren, Charlie and the Chocolate factory av Roald Dahl, In the Night Kitchen av Maurice Sendak, Korken flyger av Barbro Lindgren, samt ett flertal verk av Tove Jansson och Herge. I dessa verk ses förpackningen som den främsta symbolen för vårt konsumtionssamhälle. Detta samhälles konturer och sätt att fungera beskrivs i den teoretiska bakgrunden med främst Zygmunt Baumanns studier av hur människan i hög grad är underställd kravet att konsumera och snabbt förpassa tingen till soptippen, vilket också påverkar de mänskliga relationerna. Men genom de verk som här studeras ses de slängda konsumtionstingen, förpackningarna, med nya funktioner och värden. De representerar något annat än den vara som den hårbärgerar, eller skräpet då varan är förbrukad. Förpackningen förvandlas och upprättar därmed ett motstånd gentemot konsumtionssamhällets styrande principer. Skräpet förvägras vara skräp. Detta kan dels ses ha samhörighet med barnets egna lekar, men också med den karnevalstradition och de folkliga upptåg och

omtolkningar av tingen och av de hierarkiska strukturer som Michail Bachtin beskriver.

Karlsson, Martin: *Att projicera det förflutna : historiebrik och historieförmedling i svensk skolfilm 1970–2000 utifrån de regionala AV-centralernas utbud*. Sundsvall, Sisyfos förlag, 2011, 331 p., ISBN 978-91-974902-8-8.

This dissertation analyses a significant element of Swedish historical culture, namely how history was used, communicated and (re)constructed in films with historical themes, available to Swedish schools from 1970 to 2000. Another important purpose is to analyze the debate among teachers and educators that preceded the large scale use of film in Swedish schools in the 1970s that followed the establishment of the large regional audio-visual centers (Läns AV-centraler). The main material for this thesis consists of historical films of Swedish film centers, tasked with supplying schools with educational films, the majority of which are educational or documentary films.

The main focus of this dissertation is centered on four different themes or areas, namely the Holocaust, the Roman Empire, the Industrial Revolution (and, to a lesser extent, industrialization and modern industrialized society in general) and the portrayal of the early modern Swedish King (and national father figure) Gustavus Vasa. The shifting portrayal of these subjects during the 30-year-period is analyzed in detail and contrasted against the portrayal of history in the analyzed educational films as a whole during the time period in question. This qualitative analysis is complemented by a quantitative overview of the material, primarily focusing on what themes, time periods and geographical areas that are emphasized (or deemphasized) in the material as a whole.

Lindén, Johan: *TV-ledning i konkurrens: en studie av Sveriges televisions publicistiska ledning 1997–2000*. Stockholm, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, 2011, 350 p., ISBN 978-91-7447-395-7, (Doktorsavhandlingar från JMK; 41).

In the years around the turn of the century, the media landscape changed. This thesis studies how these challenges were met by Sveriges Television. The aim is to describe and analyse how SVT was managed and organized, between 1997 and 2000, and to describe how new strategies for the 2000s were developed. The analysis reveals that the organization is primarily concerned with those wielding political power and technological developments. Of central importance to SVT was to be perceived as an autonomous broadcasting company within the journalistic institution. The structure of SVT is complex as a result of creative needs, but equally the result of adapting to political demands. The analysis shows the lack of connection between the different objectives set by each decision-making level. It also shows how SVT by itself broadens the content objectives set by the

government in order to raise competitiveness towards commercial rivals. The central position of the planning function in the decision-making process is identified. In a political economic perspective, this is where the political intentions of public broadcasting are interpreted, and the funding allocated. When SVT management set out to change the organizational culture to adapt the organization to a market situation, they were also determined to change the institution's foundations. During the field study, clear tendencies towards so-called organizational structurally isomorphic behaviour were observed. Through the processes involved in organizational structural isomorphic behaviour, SVT's internal processes were integrated with market logic.

Nilsson Lindström, Kristina: *Den massmediala (re)produktionen av turismens platser: geografiska perspektiv på journalistikens uttryck och produktionsförhållanden*. Göteborg, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, 2011, 175 p., ISBN 91-86472-65-8, (Meddelanden från Göteborgs universitets geografiska institutioner, serie B; 119).

This thesis project deals with the connections between the media and the tourism industries from a geographical perspective. It addresses the growing interdependence between tourism and media actors, specifically focusing on the mass media's production processes, which include choosing, cultivating and presenting images of tourist destinations, i.e. media images in the form of newspaper articles, travelogues, etc. Two fundamental research issues are analyzed (in two separate studies): How are tourist destinations represented and under what conditions are these representations produced? In the first study the mass media representations applied to the tourist destination Mallorca in a selection of Swedish newspapers 1950–2000 are analyzed in terms of dedicated size, content and, evolution. The second study scrutinises the conditions, motivations, values, interaction and influence among travel journalists and their main sources.

The theoretical approach draws on literature in the fields of tourism and media, specifically focusing on journalism and human geography. The basic assumption about the media image is that it is a social construction of reality. Tourist destinations tend to be portrayed as spectacular, exotic and extraordinary, focusing the tourist paradise and the well-being of the tourists, neglecting the local society. Here travel journalism has a crucial position in the intersection between journalism and advertising. Furthermore, as the mass media has become more commercial and market-driven, the issue of influence has become even more complex.

The first study is a quantitative and qualitative content-analysis of 564 newspaper texts about Mallorca published in three daily Swedish newspapers 1950–2000. The text is analysed from a tourism-geographic perspective, focusing on how media images portray the tourism destination. The quantitative work involves analyzing the space allocated to the newspaper texts and

comprehensively categorizing the places, people, events and conditions noted in relation to Mallorca. The qualitative work involves an in-depth analysis of the newspaper texts, in order to give a refined picture of the content and rhetoric used in the presentation of Mallorca. The second study is based on semi-structured expert interviews with Swedish travel journalists at a number of important Swedish newspapers and their main sources, i.e. representatives of the three biggest tour operators on the Swedish market and local actors representing one important foreign tourist destination (Mallorca).

Norbäck, Maria: *Making Public Service Television: A Study of Institutional Work in Collaborative TV Productions*. Jönköping, Jönköping University, Jönköping International Business School, JIBS, Media Management and Transformation Centre, 2011, 311 p., ISBN 978-91-86345-24-2, (JIBS Dissertation Series).

This dissertation is about the institution of public service television as it is enacted in Sweden at the beginning of the 21st century. Public service broadcasting – first radio, then television – was introduced as a solution to the problems that arose at the beginning of the 20th century, namely how to control and organise the new broadcasting technology. Almost 100 years later public service TV is still around. What problems is it perceived to solve in the media landscape of today? How do the people making public service TV programmes understand it in relation to their work?

This study investigates public service TV as it is enacted in collaborative productions of public service TV programming by the Swedish public broadcaster SVT, commercial production companies and additional financiers. This is a setting that opens up for a negotiation of what public service TV is and should be, as well as which actors should have the right to produce it. The empirical material is generated through an extensive study of five collaboratively produced TV programmes involving mainly interviews, but also the study of media texts about public service TV, SVT and the collaborative productions of programmes, as well as field visits and observations.

The theoretical inspiration for this study comes from institutional theory, and the recent developments of the stream labelled institutional work. Within this theoretical framework scholars are interested in how actors can engage in practices that are aimed at “creating, maintaining and disrupting” institutions. This dissertation describes and interprets how the programme makers involved in the collaborative production of public service TV programmes do institutional work directed at maintaining, transforming and disrupting the public service TV institution and the institutional arrangements in the Swedish public service TV field.

Nybacka, Pamela Schultz: *Bookonomy: The Consumption Practice and Value of Book Reading*. Stockholm, Stockholms universitet, Företagsekonomiska institutionen, 2011, 437 p., ISBN 978-91-7447-278-3.

In contemporary society, book readers are increasingly being valued as consumers. Literacy and reading are often subjected to an economic logic and seen as constituting economic operations in themselves. The overall research objective is to explore whether and to what extent book reading as consumption practice belongs with traditional understandings of economy and culture, consumption and value. This entails studies on different levels: theoretical, methodological and meta-theoretical. The main thesis is that we need to envision another mode of economy related to books and reading, captured in the concept of “bookonomy”. The methodological problems connected to the empirical study of consumption practice can be dealt with constructively if we engage consumers in complementary experimental activities. Visual sessions can contribute directly by: 1.) contextualizing practices in everyday life; 2.) exhibiting visible, material aspects, etc.; 3) uncovering invisible aspects such as the art and logic of practice. Using an abductive approach to science and several types of qualitative data, the study puts consumption practice in a new light

Pallas, Hynek: *Vithet i svensk spelfilm 1989-2010*. Göteborg, Filmkonst, 2011, 188 p., ISBN 978-91-88282-87-3, (Filmkonst; 130).

This dissertation analyzes whiteness in Swedish fiction films between 1989 and 2010. It examines the relationship between whiteness and nation in Sweden, and whiteness as a national Swedish symbol and how this is reformulated at different times in history. The white bodies are analyzed with an intersectional perspective to see how whiteness is expressed throughout, and in relation to, gender, class and sexuality.

The purpose of the dissertation is to show and to mark whiteness, and show that whiteness matters when we talk about Sweden and Swedishness – and to create tools to discuss whiteness in filmic representations in this specific national context. The introduction addresses the situation regarding whiteness in Sweden, and gives an overview of whiteness-studies in Sweden and of their necessity. The first part focuses on theory, introducing the field of critical whiteness studies and studies on nation, nationalism and national film. The central theories on whiteness come from professor of film studies Richard Dyer and professor of race and cultural studies Sara Ahmed. The second part of the dissertation is a series of interwoven film analyzes, categorized around class, gender, sexuality and space, and formed as a discussion. The concept of a post-welfare-nostalgia is introduced; a melancholy element in the films that is tied to the loss of the welfare state.

Pamment, James: *The Limits of the New Public Diplomacy: Strategic communication and evaluation at the U.S. State Department, Foreign & Commonwealth Office, British Council, Swedish Foreign Ministry and Swedish Institute*. Stockholm, Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, media och kommunikation, 2011, 310 p., ISBN 978-91-7447-248-6, (Doktorsavhandlingar från JMK ; 37).

The new public diplomacy is a major paradigm shift in international political communication. Globalisation and a new media landscape challenge traditional foreign ministry 'gatekeeper' structures, and foreign ministries can no longer lay claim to being sole or dominant actors in communicating foreign policy. This demands new ways of communicating foreign policy to a range of nongovernmental international actors, and new ways of evaluating the influence of these communicative efforts. But where do the lines between old and new public diplomacies actually meet? How much current PD policy and practice conforms to older styles of communication, and how much can truly be considered new? What are the practical constraints upon the adoption of an entirely 'new' PD?

This PhD thesis investigates the methods and strategies used by 5 foreign ministries and cultural institutes in 3 countries as they attempt to adapt their PD practices to the demands of the new public diplomacy environment. The question is not simply of how government actors have phased out their archaic old PD practices, but of how the continual need for short-term influence – for discernable impact, outcomes, value-for-money – complicates the paradigm shift. The case studies are based around an analysis of US, British, and Swedish strategies. Each chapter covers national policy, evaluation methods, and examples of individual campaigns. Material consists of 25 interviews with PD practitioners, detailed policy studies, reconstructions of 5 PD campaigns, and analysis of communication models and evaluation methodologies

Peterson, Louise: *Values in play: interactional life with the Sim*. Göteborg, Göteborgs universitet, Institutionen för tillämpad IT, 2011, 238 p., ISBN 978-91-628-8233-4

This study arises from pedagogical discussion about learning potential with computer games – more precisely, that one game genre called open-ended (sandbox) games can make players explore the game content in such a way that they learn about a specific content or phenomenon while playing. These arguments are strong in the constructionist tradition but are seldom backed up by empirical results. This study scrutinizes the social activity of game play with OESG. Video recordings of 19 play sessions... mer in home environments generated the empirical data. The study comprises 39 players in groups of two or three, aged 10 to 14, as they were playing The Sims or The Sims 2 for one hour.

The theoretical tools in the analysis were assembled within a sociocultural perspective on learning and communication, and also by using Vygotsky's ideas on fantasy and creativity and Goffman's ideas on social interaction.

Strand, Cecilia: *Perilous silences and counterproductive narratives pertaining to HIV/AIDS in the Ugandan, Lesotho and Namibian press*. Uppsala, Uppsala universitet, Institutionen för informatik

och media, 2011, 88 p., ISBN 978-91-554-8134-6, (Digital Comprehensive Summaries of Uppsala Dissertations from the Faculty of Social Sciences ; 71).

Research on Western mainstream media's framing of HIV/AIDS in the 1980's showed that media narratives influenced audiences' understanding of the epidemic as well as society's responses. By analyzing a society's mass media and its framing of HIV/AIDS, it is possible to explore what understandings are given preferential treatment in society, as well as to explore what social changes those narratives indirectly or directly facilitate. Such an analysis is particularly important in Sub-Saharan Africa, which is the continent most affected by HIV/AIDS. It has continuously struggled to reverse the course of the epidemic.

This dissertation consists of five separate articles. They identify and describe media narratives on HIV/AIDS and the closely related topic of same-sex sexuality in three countries hard-hit by the epidemic: Lesotho, Namibia and Uganda. They also discuss the potential effects of persistent silences as well as narratives that are counterproductive to the countries' ability to respond to the epidemic. The research uses a combination of quantitative and qualitative approaches: – content analysis of independent and government-controlled print media, – semi-structured interviews with media practitioners and representatives from organizations that seek to influence the media agenda, – analysis of legislative and policy documents. The articles discuss a range of persistent silences and counterproductive narratives on HIV/AIDS in the three countries.

Wahlström, Eva Maria: *Fria flickor före Pippi : Ester Blenda Nordström och Karin Michaëlis – Astrid Lindgrens föregångare*. Göteborg, Makadam Förlag, 2011, 301 p., ISBN 978-91-7061-094-3, (Skrifter utgivna av Svenska barnboksinstitutet; 114).

The dissertation takes as a point of departure that 1945 is usually mentioned as a start for a new type of Swedish children's literature. In the majority of handbooks in and reviews of the history of Swedish children's literature this is repeated as a fact. A reason for this is that three famous authors of children's literature in Swedish all had their breakthrough this year: Lennart Hellsing, Tove Jansson and Astrid Lindgren. They are regarded as the most important examples of the new type of children's literature. Especially Astrid Lindgren's Pippi Långstrump [Pippi Longstocking] has been seen as a symbol for the free child and for the revolt against the adult world and the stiff rules of etiquette. At the same time as 1945 has been assigned as the birth date for a new children's literature the general view of the preceding period, between the two world wars, has been that it was stagnant and uninteresting.

In this study, the hypothesis was that the new did not emerge from an empty space. After extensive reading of children's literature from the time between the wars it was discovered that there were new tendencies in this literature similar to those ascribed to the literature from

the period after 1945. A more detailed analysis was performed comparing Astrid Lindgren's Pippi Långstrump with works by the Swedish author Ester Blenda Nordström and the Danish author Karin Michaëlis'.

A comparative analysis of the three authors is used as verification in the thesis. The main focus in this dissertation is a textual analysis against a background of social context analysis.

Oscar Westlund: *Cross-media News Work: Sense-making of the Mobile Media (R)evolution*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, 367 s., ISBN 978-91-88212-96-2, (Göteborgsstudier i Journalistik, medier och kommunikation; 64).

This dissertation makes a longitudinal study of transforming tensions in media production processes. It focuses on the thoughts and actions of new and mobile media in the interplay between staff from editorial-, business and IT departments in an organization coupled with the old newspaper medium. It makes the story of change processes in a relatively typical large regional newspaper organization in the Western world (Göteborgs-Posten, Sweden). This case-study from Sweden, a country with high newspaper and ICT-diffusion, contributes to expand the geographic gaze of research into journalism, business and technology in a digital era.

The aim of the dissertation is to study sensemaking of mobile media over time, which has been done through numerous in-depth interviews with a broad selection of media workers from 2008 to 2011. The sensemaking approach conceives interpretations and actions to take place in heterogeneous and circular patterns, and make possible for studying how media workers make sense by structuring and constructing unknown matters such as mobile media.

Widholm, Andreas: *Europe in transition: transnational television news and European identity*. Stockholm, Stockholm University, Department of Journalism, Media and Communication (JMK), 2011, 250 p., ISBN 978-91-7447-239-4, (Doktorsavhandlingar från JMK; 38).

Over the last two decades, Europe has experienced profound political transformations, resulting in new challenges for the relationship between national and transna-

tional identities. In parallel with these changes, national media systems across the world have been put under pressure from globalization, reflected in the vast increase in the number of transnational news channels operating on the global market. This dissertation explores the news content of two transnational broadcasters, BBC World News and Euronews, and analyzes discursive interconnections between political transformations and collective identity in news reporting.

The thesis is divided into two main parts. The initial part is devoted to news forms, and analyzes program scheduling, generic structures and thematic and geographical prioritizations, using both quantitative and qualitative methods. The subsequent part consists of two case studies of political transformations in Europe: The 2004 enlargement of the EU and the 'Orange Revolution' in Ukraine. Hereby critical discourse analysis (CDA) is used.

Wingård, Rikard: *Att sluta från början : tidigmodern läsning och folkbokens receptionestetik*. Bokenäset, Frondes, 2011, 428 p., ISBN 978-91-979587-0-7.

The thesis poses the question, why were Volksbücher read and loved by some people in the early modern period and at the same time criticized by others. By doing so three important goals are aimed at: 1) to arrive at a better and more stable definition of the concept of the Volksbuch; 2) to develop a better and more adequate reception theory for premodern and early modern culture, readers and literature, than has hitherto been conceived; 3) to get a better understanding of Volksbücher as literary objects, of their mode of expression.

Beginning with an analysis of the Swedish academic use of the concept of the Volksbuch from 1817 to present it is stated that non of the attempts to define the term have been very successful. It is proposed that a more promising definition of the Volksbuch concept is as a concept of historical reception. The reception history of the early modern Swedish Volksbücher is outlined, with comparisons to the Danish and German history. It is concluded that the history of the readership of the early modern Volksbuch in Sweden follows to a large extent that in neighbouring countries, and that the prevalence of lower class reading of Swedish Volksbücher during the 17th century should not be so easily dismissed as it has been by several scholars.

Nya skrifter från Nordicom

Exporting the Public Value Test

The Regulation of Public Broadcasters' New Media Services Across Europe

Karen Donders & Hallvard Moe (eds.) 2011, 188 p., ISBN 978-91-86523-26-8.



Public service broadcasters across Europe are venturing into the digital world, launching niche TV channels, building extensive websites, developing commercial services, entering into partnerships with external actors, and exploring new ways to reach users. Recently, the so-called public value test has emerged as the focal point for these discussions. This collection

of short essays from academics, regulators, public broadcasters and private media representatives, provides thought-provoking perspectives on the state of play of public value tests in a range of European states

Contents: *Ex Ante Tests in Europe. From Diverging Perspectives to Infinite Conclusions* (Hallvard Moe & Karen Donders), *In Search of the Holy Grail? Comparative Analysis in Public Broadcasting Research* (Tim Raats & Caroline Pauwels), *The Public Value Test. A Reasoned Response or Panic Reaction?* (Karen Donders), *Ex Ante Regulations, the EU and its Member States. Back to Brussels?* (Ross Biggam), *Public Value, the BBC and Humpty Dumpty Words – does Public Value Management Mean What it Says?* (Richard Collins), *The Three-step Test. Three Steps Forwards or Backwards for Public Service Broadcasting in Germany?* (Irina Katsirea), *The ZDF Three-step Test. A Dynamic Tool of Governance* (Renate Dörr), *ZDF's Three-step Test as a Societal Debate about the Future of Public Service Broadcasting* (Stoyan Radoslavov, Barbara Thomass), *The Public Service Remit in Norway: What's In and What's Out?* (Marie Therese Lilleborge) *Ex Ante Limits Public Broadcasting and Gives the Public Less Attractive Services* (Hilde Thoresen, Erik Bolstad), *Two Steps Towards a Public Value Test. Danish Public Service Broadcasting Between Two Lines of Control* (Erik Nordahl Svendsen), *Swedish Pre-screening of New Services. Treading Lightly* (Nina Wormbs), *Dutch Public Service Broadcasting Between Bureaucratic Burden and Political Choice. Implementing the Amsterdam Test in the Netherlands* (Jo Bardoel, Marit Vochteloo), *Publishers'*

Fight for Fair Competition in the Digital Era (Herman Wolswinkel), *Ex Ante Test in Flanders. Making Ends Meet?* (Hilde Van den Bulck), *Long Live the Ex Ante Test. The Ex Ante Test Is Dead* (Ben Appel!), *Ex Ante Assessments for Public Broadcasters in Southern Europe. Delayed Europeanization?* (Benedetta Brevini)

Scandalous!

The Mediated Construction of Political Scandals in Four Nordic Countries

Sigurd Allern & Ester Pollack (eds) 2012, 209 p., ISBN 978-91-86523-27-5.



The purpose of this book is to spotlight the way in which political scandals in four Nordic countries have been launched, directed, dramatized and interpreted through different genres of journalism – in an interactive tug-of-war between editors and various political actors.

Scandalous! is based on case studies and content analyses of mediated political scandals in Denmark, Finland, Norway and Sweden, including an analysis of the frequencies, types, characteristics and consequences of national political scandals during the period 1980-2010.

Contents: *Mediated Scandals* (Sigurd Allern & Ester Pollack), *Increased Scandalization. Nordic Political Scandals 1980-2010* (Sigurd Allern, Anu Kantola, Ester Pollack & Mark Blach-Ørsten), *Ten Commandments for the Scandalization of Political Opponents* (Anders Todal Jensen & Audun Fladmoe), *Warriors for Democracy. Scandal as a Strategic Ritual of Journalism* (Anu Kantola), *Pundits and Political Scandals. A Study of Political Commentators in Norway and Sweden* (Lars Nord, Gunn Enli & Elisabeth Stúr), *Security Scandals in the Age of Mediated War* (Mark Blach-Ørsten & Anker Brink Lund), *From Tiara to Toblerone. The Rise and Fall of Mona Sahlin* (Mia-Marie Hammarlin & Gunilla Jarlbro), *When Women Have to Apologize. Female Apologia and Political Scandals* (Elin Strand Hornnes), *Do Mediated Political Scandals Affect Party Popularity in Norway?* (Tor Midtbø), *Media Victims and Media Morals* (Paul Bjerke), *The Marketplace of Scandals* (Sigurd Allern & Ester Pollack)

We Love to Hate Each Other

Mediated Football Fan Culture

Roy Krøvel & Thore Roksvold (eds) 2012, 323 p., ISBN 978-91-86523-35-0.



Football fans are often portrayed as enthusiastic, loyal, critical and sometimes violent. But what is it about football that appeals to them? How do the media – newspaper, radio, TV, blogs and web forums – accommodate the needs of fans, and what connections – if any – is there between the imagined community of football fans and the broader society? These are

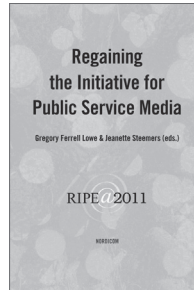
the questions explored by 20 well-known and merited researchers from 8 countries in this anthology about the mediation of football fandom.

Contents: *Introduction* (Thore Roksvold & Roy Krøvel), *What is a Football Fan?* (Hans K. Hognestad), *Social Media Sport? Journalism, Public Relations and Sport* (Raymond Boyle), Section I. Mediated Fan Culture in Newspapers *An Exemplary Model. The Religious Significance of the Brann 2007 Norwegian Football Championship as Told by the Media* (Peter Dahlén), *A Hundred Years of Football Reporting in Norwegian Newspapers* (Thore Roksvold), *Framing the Football Fan as Consumer. A Content Analysis of the Coverage of Supporters in The Star During the 2010 World Cup* (Rune Ottosen, Nathalie Hyde-Clarke & Toby Miller), *Scottish Football Fans. Home and Away* (Hugh O'Donnell), Section II. Social Media and Mediated Fan Culture *Battling for Belonging. How Club and Supporter Identities are Created in the Mediation of an Oslo Derby* (Harald Hornmoen), *The New Media and Hooliganism. Constructing Media Identities* (Aage Radmann), *"Jaysus! Is Janno a Bird?" A Study of Femininity and Football Fans in Online Forums* (Deirdre Hynes), *Conversing the Fans. "Coveritlive" and the Social Function of Journalism* (Steen Steensen), *Football Nationalism in the Blogosphere. Carew, Riise and the Frames of Common Sense* (Andreas Ytterstad), *Communicating in Search of Understanding. A Case Study of Fans, Supporters and Islam* (Roy Krøvel), Section III. Documentary Film and Television *Documenting the Narrative of Arab Identity in a Jewish State Through Football. Between National 'Multi-Existence' and its Impossibility* (Alina Bernstein, Lea Mandelzis & Inbar Shenhar), *Learning to Become a Football Star. Representations of Football Fan Culture in Swedish Public Service Television for Youth* (Britt-Marie Ringfjord), *"Truly a Fan Experience"? The Cultural Politics of the Live Site* (David Rowe & Stephanie Alice Baker).

Regaining the Initiative for Public Service Media

RIPE@2011

Gregory Ferrell Lowe & Jeanette Steemers (eds) 2012, 257 p., ISBN 978-91-86523-33-6.



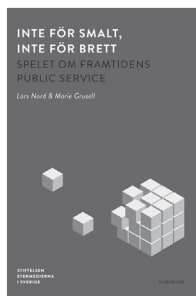
Public service media is today challenged on every front. In Europe the institution has not yet presented a coherent and convincing strategy attuned for relevance in the 21st century. PSM has lost or is in danger of losing the initiative. At the same time, there are promising efforts to develop PSM in regions and countries lacking a domestic history with PSB – to gain the

initiative for building PSM. This 5th RIPE Reader incorporates a wider purview as an outgrowth of proceedings from the RIPE@2010 conference that convened to address the theme, 'Public Service Media After the Recession'.

Contents: *Regaining the Initiative for Public Service Media* (Gregory Ferrell Lowe & Jeanette Steemers). Section I. Policy Case-Making in the Heartland of PSB *The Changing Nature of Political Case-Making for Public Service Broadcasters* (Robert G. Picard), *Losing the Battle, Winning the War. Public Service Media Debate in Scandinavia 2000-2010* (Lars Nord), *High Noon. The BBC Meets "The West's Most Daring Government"* (Peter Goodwin) Section II. Responding to Environmental Pressures *Ex Ante Tests. A Means to an End or the End for Public Service Media?* (Karen Donders & Caroline Pauwels), *PSB Policymaking in Comparative Perspective. The BBC and France Télévisions* (David A.L. Levy), *Changing Regimes of Regulation. Implications For Public Service Broadcasting* (Peter Lunt, Sonia Livingstone, Benedetta Brevini) Section III. Taking the Initiative at the Frontiers of PSM *Born into Crisis. Public Service Broadcasters in South East Europe* (Sally Broughton Micova), *Public Cultural Service. New Paradigms of Broadcasting Policy and Reform in the People's Republic of China* (Yik Chan Chin & Matthew D. Johnson), *Breaking the Mold with New Media. Making Way for a Public Service Provider in Mexico?* (Julio Juárez-Gámiz & Gregory Ferrell Lowe), *Public Service Initiatives in Arab Media Today* (Naomi Sakr) Section IV. Public Service Media in Practice *Broadcast Journalism and Impartiality in the Digital Age. Six Fallacies and a Counter-Factual* (Steven Barnett), *A 360° Public Service Sector? The Role of Independent Production in the UK's Public Service Broadcasting Landscape* (James Bennett & Paul Kerr), *Expectations, Experiences & Exceptions. Promises and Realities of Participation on Websites* (Piet Bakker)

Inte för smalt, inte för brett**Spelet om framtidens public service**

Lars Nord & Marie Grusell, Nordicom i samarbete med Stiftelsen Etermedierna i Sverige, 2012, 116 p., ISBN 978-91-86523-36-7.

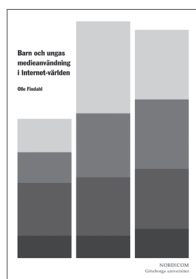


Public service är ett begrepp som nästan uteslutande förknippas med radio och tv, men med den snabba medieutvecklingen på olika digitala plattformar ställs nya frågor om uppdraget för public service och relationen till kommersiella konkurrenter. Hur bör uppdraget för Sveriges Radio och Sveriges Television se ut i en digital tid? vad bör dessa företag erbjuda publiken

på nätet och i mobilen? I forskningsprojektet "Flerkanal-publicering" inom Stiftelsen Etermedierna i Sverige har Lars Nord och Marie Grusell undersökt public service-mediernas utveckling och strategier på nya plattformar de senaste åren. De har också analyserat de viktigaste argumenten från programbolag, konkurrenter och politiker i den aktuella debatten om framtidens public service i Sverige. Studien bygger både på analyser av skriftligt material och på intervjuer med berörda aktörer.

Barn och ungas medieanvändning i Internet-världen

Olle Findahl, 2012, 64 p., ISBN 978-91-86523-38-1



Inte sedan televisionens introduktion för femtio år sedan har det skett så genomgripande förändringar av de ungas mediekultur som under de senaste tio åren. Undersökningar som Nordicoms Mediebarometer och Internet och svenskarna från World Internet Institute ger möjligheter till en fördjupad kunskap på området. I rapporten Barn och unga i Internet-

världen redovisar professor Olle Findahl resultat från bearbetningar av dessa undersökningar. Han beskriver och analyserar förändringarna under de senaste tio åren fram till idag och placerar även in de ungas medievanor i ett längre samhälleligt perspektiv.

Open Access**Nyhetsbrev****Medier i Norden**

Nyhetsbrev från NORDICOM



Terje Flisen (red) Nordicom, Nr 3-4, 2011, 12 p. Full text (pdf): http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/152_min_MiN3-4-2011.pdf

Medier i Norden är ett oavhengig internet-baserat nyhetsbrev som följer den politiska, ekonomiska och teknologiska utvecklingen på medieområdet. Aktuelle temaer og trender belyses i artikler og notiser.

Nordic Media Policy

A Newsletter from NORDICOM



Terje Flisen (ed) Nordicom, Nr 3-4, 2011, 12 p. Full text (pdf): http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/153_min_NMP3-4-2011.pdf

Nordic Media Policy is an independent Internet-based newsletter that follows the political, economic and technological development in the media field. Current issues and trends are explored in articles and notices.

European Media Policy

A Newsletter from NORDICOM



Anna Celsing (ed) Nordicom, Nr 3, 2011, 12 p. Full text (pdf): www.nordicom.gu.se/mt/filer/emp0311.pdf

From the contents:? Content Flat-Rate – a Solution to Illegal Filesharing? A study on this subject was presented at the European Parliament Culture Committee meeting on 10 november. The study examines the feasibility, from both a political and economic perspective, of setting up a content flat-rate for rights holders to provide consumers with the possibility to do P2P legally. To this end, the study provides an analysis of the evolution of the market for music and audiovisual entertainment products and services in the last 10 years as well as information about online piracy trends. Then it goes on to present the key objectives of a content flat-rate approach as well as scenarios for such a flat-rate and other alternatives.

Anna Celsing (ed) Nordicom, Nr 2, 2011, 12 p., fulltext (pdf): www.nordicom.gu.se/mt/letter_OTA.php

From the contents:

There has been intense wrangling over internet governance in recent months. Who should make the decisions? Policymakers in the EU as well as the US vow to promote Internet freedom worldwide.

There is increasing concern about privacy on the Internet. Such issues have been much discussed in various contexts lately.

Newsletter on

Children, Youth & Media *in the World*

Catharina Bucht (ed.) The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, No. 2, 2011. Full text: <http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php>

This issue includes a variety of articles on topics such as children as young citizens in times of elections, young people's consumption of TV fiction and children's use of internet with contributions from India, Spain, Brazil, and Ukraine as well as news briefs on recent reports and research.

Publikationer

Den svenska mediemarknaden 2011

Staffan Sundin, Nordicom 2011, 86 p., ISBN 978-91-86523-34-3, (MedieNotiser; 3 2011) – ISSN 1101-4539. Fulltext (pdf): http://www.nordicom.gu.se/?portal=mr&main=info_publ2.php&ex=346



Den svenska mediemarknaden 2011 är en faktsammanställning rörande de större svenska medieföretagen med uppgifter om ekonomiska utfall, marknadsandelar, ägarförhållanden, m m. Liknande uppgifter lämnas också för de största utländska medieföretagen. Sammanställningen inleds med en analys av medieägandet

där förändringar och trender vad gäller mediemarknaden diskuteras. Rapporten finns endast tillgänglig i pdf, och är kostnadsfri att ladda hem via länken här ovan.

Nordicom Review

Ulla Carlsson (ed.) Nordicom, 2011, 144 p., (Nordicom Review; 2), ISSN 1403-1108, ISBN 978-91-86523-29-9. Full text (pdf): http://www.nordicom.gu.se/?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=345&me=2

Contents: *Social Representations Theory. A New Theory for Media Research* (Birgitta Höijer), *Sports Broadcasting. An Accelerator of Business Integration in the Media Industry* (Harry Arne Solberg, Knut Helland), *Public Service Broadcasting as an Object for Cultural Policy in Norway and Sweden. A Policy Tool and an End in Itself* (Håkon Larsen), *The Featurization of Journalism* (Steen Steensen), *Challenges in Covering Innovation Topics. Experiences of Journalists in the US, Japan and Finland* (Maria Lassila-Merisalo), *Borders, Barriers and Grievable Lives. The Discursive Production of Self and Other in Film and Other Audio-Visual Media* (Holger Pötzsch), *Time and Space in Early Norwegian Radio. Technology, Textuality, and Discursive Roles and Relations* (Wenche Vagle), *Tensions of Consumer Individualism. Norwegian Identity in the Context of Globalization* (Trine Kvidal).

Konferenser 2012-2013

Ett urval hämtade från Nordicom's konferenskalendarium www.nordicom.gu.se

- IAMCR 2012: South-North Conversations***
July 15-19
Durban, South Africa
The theme reflects the asymmetry of global communication flows, but without implying the negatives that usually accompany discussions of the 'digital divide'.
The University of KwaZulu-Natal (UKZN) and the South African Communication Association (SACOMM) will host the 2012 IAMCR Conference.
For more information:
International Association for Media and Communication Research / IAMCR
<http://www.iamcr2012.ukzn.ac.za/>
- Power & Knowledge***
August 27-29
Tampere, Finland
The 3rd international conference on power and knowledge, this year, in Tampere, the conference will concentrate on linkages between power and difference.
For more information:
University of Tampere
power2012@uta.fi
<http://www.uta.fi/yky/power2012/index.html>
- FINCOM2012: Communicating the Future / Future of Communication***
August 30-31
Jyväskylä, Finland
Future brings opportunities and challenges to all areas of communication and media. This conference will comprise workgroups, panels and formal and informal discussions. Keynote presenters are Professor Karin Becker (Stockholm University), Professor William H. Dutton (Oxford Internet Institute, University of Oxford), and Professor Vibodh Parthasarathi (Jamia Millia Islamia University, Delhi).
For more information:
FINCOM2012
fincom2012@jyu.fi
<http://fincom2012.net/call-for-papers/>
- EMMA Doctoral Summer School***
September 3-8
Zurich, Switzerland
The emma doctoral summer school is a biannual event, aimed at doctoral students providing an opportunity to learn from some of the best educators in the field of media management and receive individual feedback on their dissertation proposals and research.
For more information:
European Media Management Education Association / EMMA
b.vonrimscha@ipmz.uzh.ch
<http://www.media-management.eu>

- September 5-7
Sydney, Australia
- RIPE@2012: Value for Public Money; Money for Public Value***
- For the 6th RIPE conference the focus is specific attention on research that demonstrates how and why the public receives good value for the money spent on public service media provision. The conference is co-hosted by the University of Sydney and the Australian Broadcasting Corporation (ABC).
- For more information:*
RIPE@2012
glowe@pp.inet.fi
<http://www.ripeat.org>
- September 7
Oxford, UK
- Fear, Horror and Terror***
- This inter-disciplinary and multi-disciplinary conference seeks to examine and explore issues which lie at the interface of fear, horror and terror.
- For more information:*
Inter-Disciplinary.Net
shs@inter-disciplinary.net
<http://goo.gl/3rf8i>
- September 10-14
Sunny Beach,
Bulgaria
- Media and Value Priorities of Society***
- Topics: Mass media as a modern sociocultural phenomenon, Mass media and cultural interaction in society, Cultural priorities in mass communication, Journalism as a cultural value. The symposium is supported by The National Association of Mass Media Researchers, Russia and The Russian Communication Association.
- For more information:*
media@sciencebg.net.
<http://goo.gl/GNMcA>
- September 11-13
Oxford, UK
- 7th Global Conference: The Erotic***
- The conference is part of the Gender and Sexuality series of research projects, which in turn belong to the At the Interface programmes of Inter-Disciplinary.Net. It aims to bring together people from different areas and interests to share ideas and explore discussions which are innovative and challenging.
- For more information:*
Inter-disciplinary.net
nkiv@inter-disciplinary.net
<http://goo.gl/5dVVa>
- September 12-14
Rouen, France
- CFP: TV Series Redux: Recycling, Remaking, Resuming***
- This interdisciplinary conference will examine the question of recycling, remaking and re-summing in TV series.
- For more information:*
University of Rouen
seriestv.rouen2012@univ-rouen.fr
<http://goo.gl/wh5ag>

Critical and Cultural Theory at Södertörn University

September 13
Huddinge, Stockholm

Södertörn University will host this symposium devoted to key issues in this dynamic and interdisciplinary field. Collaborating units include the departments of Aesthetics, Art History, Gender Studies, Literature, Media & Communication Studies, Philosophy and Studies in Practical Knowledge.

For more information:

Södertörn University
ekaterina.kalinina@sh.se
<http://www.sh.se/symposium2012>

Explorations in Ethnography, Language and Communication: Analysis and Impact in Linguistic Ethnography

September 13-14
Copenhagen,
Denmark

The focus at this conference is on what kinds of results can be achieved with an ethnographic approach to linguistic and communicative data.

For more information:

Depart. of Scandinavian Studies and Linguistics, Univ of Copenhagen
EELC eelc4@hum.ku.dk
<http://eelc4.ku.dk>

Strategy Work in the Media – Building Practically Relevant Theory

September 13-14
Jönköping, Sweden

This workshop will allow media management scholars to present research projects for collaborative feedback by media management scholars, strategic management scholars, and media managers. The workshop will also feature keynotes by theorists and practitioners.

For more information:

Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School
barbara.eklof@jibs.hj.se
<http://goo.gl/KWssT>

History, Genre, Narrative. Newspapers and the Construction of the Twentieth Century

September 14
Sheffield, UK

This conference takes up Frank Mort's recent challenge (History Workshop Journal, Issue 72) for scholars to develop a firmer grasp of the 'genres through which the press codified cultural and political change for popular consumption, within the confines of their operation as marketable commodities'.

For more information:

The Centre for the Study of Journalism and History, University of Sheffield
adrian.bingham@sheffield.ac.uk

Matters of Journalism - Understanding Professional Challenges and Dilemmas

September 14-15
Gdansk, Poland

The aim of this conference is to contribute to our understanding of powers that influence journalism standards and routines. Hence, the participants of the conference will concentrate on such traditional issues as: relations between politics and journalism, market – related aspects of journalism, organizational and professional factors.

For more information:

The Polish Communication Association and University of Gdansk
conference@ptks.pl
<http://www.ptks.pl>

- September 19-21
Braga, Portugal
- Communication, Cognition and Media. Political and Economic Discourse***
- The conference aims to promote interdisciplinary research into the cognitive, socio-cultural, functional-pragmatic, linguistic and semiotic dimensions of political and economic discourse, organizational and businesses discourse, including their various, new and traditional genres and underlining empirical methodologies.
- For more information:*
Catholic University of Portugal
cicom2012@gmail.com
<http://www.cicom2012.org>
- September 20-22
Istanbul, Turkey
- Euprera Annual Congress 2012: Researching the Changing Profession of Public Relations***
- Istanbul University Faculty of Communication is hosting the Euprera 2012 Congress to discuss the change that PR is experiencing, from a variety of perspectives.
- For more information:*
European Public Relations Education and Research Association / EUPRERA
<http://www.euprera.org/congress2012>
- September 27-28
Oxford, UK
- Journalism Ethics: Individual, Institutional or Cultural?***
- The conference will explore whether journalism ethics are individually, institutionally or cultural based, links between ethics and professionalism, the efficacy of organisational promotional ethical values, and tensions between ethics, freedom, and informational needs.
- For more information:*
The Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford
robert.picard@politics.ox.ac.uk
<http://goo.gl/iWaVx>
- September 27-29
Krasnoyarsk, Russia
- Communication in a Changing Society***
- The 6th RCA Conference is aimed at uniting researchers from different countries and various domains, of various genres and types of human communication to form a multidisciplinary paradigm of contemporary communication studies.
- For more information:*
Russian Communication Association / RCA
rozina@iubip.ru
<http://conf.sfu-kras.ru/conf/communication-2012?locale=en>
- October 3-4
Brussels, Belgium
- Towards Neo-Journalism? Redefining, Extending or Reconfiguring a Profession***
- The aim of the conference is to allow researchers working on online journalism from a variety of disciplines to meet and share research experiences and findings.
- For more information:*
University of Louvain / UCL and the University of Namur / FUNDP
<http://www.neo-journalism.org>

- October 5-6
Roskilde, Denmark
- Human[ities] Perspective 2012: Empowerment in a Globalized Society***
An academic conference and career orientation event supported by the DG of Education and Culture of the European Commission. As part of the REALISE IT joint initiative between the Erasmus Mundus Association (EMA) and OCEANS Network, this conference aims to facilitate a collective reflection on some of the key challenges facing the Humanities in the 21st century in Europe among young academics, professionals, and professors.
- For more information:*
Roskilde University
prog.humanities2012@gmail.com
<http://goo.gl/a72Xb>
- October 18
Bruxelles, Belgique
- La communication publique en tension***
La communication publique est en plein essor et ce à tous les niveaux de pouvoir : local, régional, territorial, fédéral, national, ou européen. Elle connaît une certaine reconnaissance qui se traduit, notamment, par une professionnalisation des communicateurs du secteur. Ses pratiques, ses enjeux, ses contraintes restent néanmoins peu connus et peu étudiés.
- For more information:*
Centre d'Etudes et de Recherches en Administration Publique / CERAP
cicp@uclouvain-mons.be
<http://www.cerap.be>
- October 18-19
Kristiansand, Norge
- Norsk Medieforskerkonferanse***
Temaet er Medienes virkelighetsbilder: nye medier – nye prosesser – nye tekster. Medieutviklingen innebærer endringer av både kommunikasjonsprosesser og sjangerformer. Gamle aktører møter nye på medienes arenaer, og kjente tekstformer suppleres med nye, ofte komplekse uttrykksformer. Hvilke konsekvenser får dette for de bilder av virkeligheten som konstrueres og formidles?
- For more information:*
Norsk medieforskerlag
oddgeir.tveiten@uia.no
<http://www.medieforskerlaget.no/archives/205>
- October 18-20
Bilbao, Spain
- Communication, Crisis, and Critique in Contemporary Capitalism***
The overall goal of this conference is to foster scholarly presentations, networking, and exchange on the question of which transitions media and communication and media sociology are undergoing in contemporary society.
- For more information:*
The European Sociological Association's Research Network
bilbao.conference@yahoo.com
<http://http://www.europeansociology.org/>
- October 24-27
Istanbul, Turkey
- ECREA 2012: Social Media And Global Voices***
The conference aims to open up a vibrant discussion in the European academic scene in the areas of: new media, peace and conflict journalism, network society, convergence culture, among others.
- For more information:*
European Communication Research and Education Association / ECREA
<http://www.ecrea2012istanbul.eu/>

- November 2
Lincoln, UK
- Bridging the Gap. Public Service Broadcasters, Diasporic Media and Audience Engagement***
- The Media of Diaspora Research Group at the Lincoln School of Journalism invites scholars and practitioners of public service and diasporic media to discuss whether public service remits should be universally applied as we reach a critical junction in the global public sphere.
- For more information:*
University of Lincoln
<http://mediaofdiaspora.blogs.lincoln.ac.uk>
- November 4-6
Salzburg, Austria
- Communication and Conflict***
- This inter- and multi-disciplinary conference project seeks to explore topics and create dialogue about communication and conflict.
- For more information:*
Iner-Disciplinary.Net
<http://tinyurl.com/6mva9th>
- November 7-9
Madrid, Spain
- Hispanic Cinemas: In Transition***
- The conference is the idea of transition as a place of debate to approach the changes taking place in the history of Hispanic media.
- For more information:*
Department of Journalism and Media Studies at the Universidad Carlos III de Madrid
congreso2012@congresoentransicion.es
http://congresoentransicion.es/comunicaciones_e.html
- November 8-9
Odense, Danmark
- Nordisk konferanse om avvikling av partipressen***
- De pressehistoriske miljøene i Norden planlegger en nordisk konferanse om avvikling av partipressen i de nordiske land. Programmet vil bestå av en invitert innleder fra hvert av de fem nordiske landene.
- For more information:*
Svensk Pressehistorisk Förening, Norsk Pressehistorisk Forening, Dansk mediemuseum
lars-ake.engblom@hik.hj.se
<http://www.medieforskerlaget.no/archives/1916>
- November 15-16
Danmark
- SMIDs årsmøde 2012***
- SMID afholder årsmøde og temaet for årsmødet er 'Media and Civic Engagement'. Stedet er ikke endnu på plads.
- For more information:*
Sammenslutningen av medieforskere i Danmark / SMID
<http://www.smid.dk/wordpress/>
- June 15-19
2013
London, UK
- ICA 63rd Annual Conference***
- The 2013 International Communication Association Conference / ICA Conference will be held in London.
- For more information:*
International Communication Association / ICA
<http://www.icaHQ.org>

**För fler konferenser se:
www.nordicom.gu.se/?portal=conf**