

NORDICOM

Medie- och kommunikationsforskning i Norden

INFORMATION

MEDIEFORSKNING I SAMHÄLLET

Relationen mellan bransch och akademi

"Vi må komme oss ut av elfenbenstårnet,
men uten dermed å og bli arbeidere
i bransjens produksjonslinje."

Lars Nyre, s. 7

"Universities are publicly funded, and
we are obligated to pay back by
disseminating our results."

Elza Dunkels, s. 67

"I vissa humsam-fält är företagssamarbete
närmast att betrakta som en
oanständighet som inkräktar
på forskningens integritet."

Mikolaj Dymek, s. 32

Redaktörer: Maarit Jaakkola & Ragnhild Mølster

2017 nr 1 | årgång 39

Redaktör

Maarit Jaakkola, PhD
Nordicom, Göteborgs universitet, Sverige

Biträdande redaktör

Ragnhild Mølster, PhD
Nordicom, Universitetet i Bergen, Norge

Redaktionsråd

Karin Poulsen, Nordicom,
Göteborgs universitet, Sverige
Eija Poteri, Nordicom,
Tammerfors universitet, Finland
Mogens Verstergaard Kjeldsen, Nordicom,
Statsbiblioteket i Århus, Danmark
Friðrik Þór Guðmundsson, Nordicom,
Islands universitet

Koordinering av produktion

Maarit Jaakkola

Korrektur

Karin Poulsen, Johannes Bjerling

Teknisk redigering och layout

Per Nilsson, Maarit Jaakkola

Prenumerationsärenden

Anne Claesson,
anne.claesson@nordicom.gu.se
Nordicom, Göteborgs universitet

Tryck

Ale Tryckteam AB, Bohus 2017



ISSN 0349-5949
ISBN 978-91-87957-59-8

Nordicom-Information är en tidskrift på de nordiska språken, som utges både tryckt och online. Hösten 2015 bytte den redaktörer, form och innehåll.

Ambitionen med *Nordicom-Information* är att den ska kunna fungera som en mötesplats för akademien, mediebranschen och politiken inom de nordiska länderna. Det finns såväl likheter som skillnader mellan de fem nordiska länderna samt Grönland, Färöarna och Åland. På ett övergripande plan är det möjligt att tala om en stark samhörighet som bland annat manifesterar sig i det nordiska samarbetet. Skillnaderna är ofta inte större än att det finns ett intresse och en potential att lära av varandra.

Nordicom-Information utkommer två gånger per år. Innehållet är tematiskt, och skribenterna är personer verksamma inom akademien, politiken och/eller medieindustrin, beroende på ämnesområde.

Utöver de två reguljärt utkommande utgåvorna varje år är det möjligt att ge ut specialnummer av *Nordicom-Information*. Även dessa är tematiska, men helt forskningsinriktade. Avsikten är att forskare inom de nordiska länderna ska kunna publicera sig på sitt eget modersmål, med en formell granskningsprocess. Sådana specialnummer kan utkomma flera gånger per år.

Nordicom-Information publiceras som open access på <http://nordicom.gu.se/sv/publikationer/nordicom-information>.

Nordicom är ett nordiskt kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet. Med utgångspunkt i forskningen insamlar, bearbetar och förmedlar Nordicom kunskap till olika brukargrupper i Norden, Europa och övriga världen.

Medieforskning i samhället

Innehåll

I Introduktion

Introduction

- 3 *Maarit Jaakkola & Ragnhild Mølster*
Elfenbenstorn under ombyggnad
- 5 *Piet Bakker*
Academia and "real life" – two different worlds?

II Samarbeten mellan akademi och bransch

Collaborations between academy and industry

- 7 *Lars Nyre*
Bygg kontrolltårnet nå! En kritikk av den analytiske medievitenskapen
- 12 *Lennart Weibull*
Mediebransch och medieforskning 1965-1980: några erfarenheter och perspektiv
- 24 *Maarit Jaakkola*
Building bridges in societal debates: Conciliatory journalism as a way of covering conflict-sensitive issues
- 28 *Turo Uskali, Heli Vääätäjä & Esa Sirkkunen*
Virtual reality prototyping in journalism: How to best collaborate with agile methods
- 32 *Mikolaj Dymek*
Vägar som bär eller broar som brister? Reflektion över forskningsprojekt i gränslandet akademisk-kommunikationsbranschen
- 36 *Riikka Haikarainen*
"We want you to feel possible": Three lessons from a journalist who switched to academia
- 42 *Maria Lassila-Merisalo*
Commentary: Fellowship year abroad – a career springboard for journalists

III Forskare i offentlig debatt

Researchers in the public debate

- 44 *Anu Koivunen*
#Sipilägate and the break-up of the political romance: Crisis in the relationship between Finnish media and politicians
- 52 *Andreas Ytterstad*
Kan medieforskningen bidra till att lösa den globala klimakrisen? Forskere som motkrefter til "alternative fakta"

- 56 *Palle Schantz Lauridsen*
Forskning, formidling og medier: idealer og virkelighed
- 59 *Maarit Jaakkola*
The scholarly use of social media: How to make the most of it?
- 72 *Jörgen Löwenfeldt*
Vi sparar viktiga ettor och nollor: så byggdes Internetmuseum
- 75 *Niklas Nylund*
Commentary: Media museums, research, and the preservation of the immaterial heritage

IV Forskningspolitiska aspekter ***Aspects of the politics of research***

- 80 *Tuomas Heikkilä & Ilkka Niiniluoto*
The value and role of humanities research: Review of the contemporary status and suggestions for future
- 87 *Ragnhild Mølster & Maarit Jaakkola*
What is high-quality media and communication research? Questions to the research councils in the Nordic countries
- 92 *Henrik Schjerning*
Forskningsformidling i bogform: et forlagssyn på videnskabelig publicering
- 97 *Jessica Parland-von Essen*
Från Open Access till Open Science: framväxten av öppen forskning och vetenskap

V Forskningsprojekt och litteratur ***Research projects and literature***

- 104 Utvalda forskningsprojekt –
Selected research projects
- 124 *Svein Brurås*:
Mark Blach-Ørsten & Ida Willig: Den fælles dagsorden og alle de andre
- 127 *Emil Edenborg*:
Gunnar Nygren & Jöran Hök (red.): Ukraina och informationskriget
- 130 *Ulrika Andersson*:
Birgit Røe Mathisen & Lisbeth Morlandstø (red.): Kommentaren – en sjanger i endring
- 133 *Bent Fausing*:
Lin Prøitz: Selvbilde – fra selvportret til #selfie

Medieforskning i samhället

Elfenbenstorn under ombyggnad

S om vi alla vet, finns elfenbenstorn inte på riktigt. Kanske just därför har det blivit en klassisk och outslitlig metafor för akademins intellektuella avskildhet, för att undkomma den olärda massans uppmärksamhet.

Tornen, liksom Saurons och Sarumans torn ur *Härskarringen*, speglar isolering, ickekommunikativitet, makt, rädsla. Man kan inte komma åt den som sitter i tornet.

Inte helt oväntat aktualiserades begreppet när vi bad akademiker skriva om relationen mellan akademien och branschen – temat i detta nummer. Forskare refererade gärna till detta nedsättande uttryck för akademien som vill isolera sig.

Steven Shapin¹, som har utfört en begreppshistorisk analys om ordets kulturhistoriska användningar, menar att ordet har brukats i religiösa, konstnärliga och militära sammanhang och inte alltid betytt något negativt.

Eftersom elfenbenstornet är en imaginär konstruktion så kan vi genom målmedvetet idéarbete påverka dess skepnad. Vi kan bygga om det. Men hur?

Konsten att göra sig relevant

Under produktionen av detta nummer har det framkommit att det finns förvånansvärt mycket diskussion om medieforskning och dess relevans i samhället. Då och då dyker någon tråd upp i sociala medier där medieforskarna själva betraktar sin verksamhet självkritiskt eller försvarar den mot andra.

Journalistforskaren Nikki Usher Layser² sammanfattade nyligen några vanliga missuppfattningar: akademisk forskning påverkar inte industrin, mediepraktiker kan inte engagera sig för forskare eftersom ett gemensamt språk fattas, forskningsresultaten försvinner bakom betalväggar som ställs upp av de stora vetenskapliga förläggarna.

Både intern och extern reflektion behövs då forskning inom medie- och kommunikationsbranschen har ett klivet förhållande till branschen och samhället. Å ena sidan är det lätt att skapa dialog mellan akademien och samhället då medier utgör en del av människors och organisationers vardag. Att forska om medier är ju relevant, och samhället törstar efter ny information. Men samtidigt bör man värja sig mot att bekräfta existerande maktstrukturer och sanningar, vilket alltför lätt händer om man okritiskt tar ny teknologisk utveckling eller den allmänna opinionen som utgångspunkt.

Medie- och kommunikationsforskning kan göra sig relevant på många sätt och vis: genom att dokumentera dagsläget och utvecklingen kring medier, få fram ny information, att skapa ordning och ge tolkningsberedskap, samt att utveckla, lösa problem, påpeka missförhållanden, bidra till utveckling och att visa vad som kan vara möjligt. Ett av de mest frekventa klagomålen är att forskarna misslyckas med den sista uppgiften: de blir passiva åskådare utan någon vision eller påverkansförmåga. Men gränsen till politiskt engagemang är kanske något som gör många forskare försiktiga.

1. Shapin, Steven (2012). The Ivory Tower: The history of a figure of speech and its cultural uses. *British Journal of the History of Science* 45(1): 1-27.

2. Usher Layser, Nikki (2017). Does anyone care about journalism research? (No, really). *Poynter* April 5, 2017. Available at <http://www.poynter.org/2017/does-anyone-care-about-journalism-research-no-really/454806/>.

Å andra sidan är det inte heller alltid lätt att få fram forskningsresultat i offentligheten. Medier vill inte lyfta kritik mot de egna verksamheterna. Det kan även vara svårt att identifiera medie- och kommunikationsforskarens kompetenser: vad vet de mer än någon som har praktisk erfarenhet? Medie- och kommunikationsforskning är också ofta kopplad till andra forskningsfrågor, vilket gör att också forskare från andra discipliner kommenterar mediefrågor och det blir svårt att skapa en tydlig och klart avgränsad offentlig bild av medieforskning.

Som Lennart Weibull redovisar i sin artikel i detta nummer (s. 12) har medieforskning aldrig varit något sammanhållet ämnesområde. Det kan också vara medie- och kommunikationsforskningens styrka: att kunna visa stor variation i tillvägagångssätt och därmed ge bränsle till den pågående diskussionen.

Nya former och plattformar

Den tredje uppgiften, som slår fast att universiteten och högskolorna enligt lag – vid sidan av forskning och undervisning – bör vara samhällsaktiva, tolkas annorlunda idag än för ett par decennier sedan.

Medan det i 1977 års Högskolelag (1977: 218) postuleras att universitet och högskolor ska ”sprida kännedom om forskning och utvecklingsarbete”, formuleras det i den nyaste ändringsförordningen att de ska ”samverka med det omgivande samhället och informera om sin verksamhet samt verka för att forskningsresultat tillkomna vid högskolan kommer till nytta” (2009:45). Fokus har skiftat från att sprida något fullbordat till att samskapa; själva forskningen ska uppstå i interaktion med olika partier utanför den traditionella akademien. Således handlar det inte längre bara om att popularisera vetenskap utan att göra kunskapsformandet till en gemensam sak, utan att förlora expertis och auktoritet.

Framväxten av nya miljöer underlättar samverkan. Nya former av tvärvetenskapligt engagemang utvecklar sig i nya mötesplatser mellan industrin och forskarvärlden, ofta genom att studenter involveras. Sociala medier ger forskare en möjlighet till självvald proaktiv

närvaro i diskussionen om samhällsfrågorna. Elfenbenstornet har blivit mera tillgängligt genom att mediepraktiker väljer akademiska studieprogram som erbjuder dem en möjlighet att forska. Forskare själva kan underlätta publikens tillgång till och medvetenhet om forskningens resultat och processer genom öppenhet som beskrivs i en artikel.

Tillbakadragande behövs

Samhällsnytta, det som kallas *impact*, *utility* och *outreach* i det anglosaxiska området, har blivit ett allt viktigare element även hos de stora forskningsfinansiärerna i varje nordiskt land.

Trots många insatser och ansträngningar torde det ändå fortfarande kännas demotiverande för många forskare att samarbete med branschen inte belönas i en modell där juvelen i kronan är den vetenskapliga artikeln i en internationell referentgranskad journal och forskningsresultaten presenteras till en avlägsen publik ofta på alltför komplicerad engelska.

Med tanke på de mångsidiga möjligheterna kan nutidens medie- och kommunikationsforskare ändå knappast beskrivas med den pejorativa meningen att sitta i ett elfenbenstorn. Exempel som presenteras i detta nummer visar att det (post)moderna tornet kan ha väggar av glas, vara uppfört av återvinningsbart material och ha flyttbart möblemang. Och medieforskarna är inte enbart elfenbenstornsboende, utan även aktivister, konsulter, lärare och medborgare: de rör sig fram och tillbaka mellan akademien och samhället.

I akademien med den engagerade forskaren som ett ideal har elfenbenstornets avskildhet snarare blivit ett ideal som är svårare att uppnå. Vi behöver också ensamhet för att kunna ta distans till forskningsobjekt och få tid att tänka.

Det gäller således att ta vara på tillfällena att beundra utsikten från elfenbenstornet så ofta man kan. Man blir inte Sauron för det.

Göteborg och Bergen i april 2017

Maarit Jaakkola & Ragnhild Mølster

Piet Bakker

Academia and "real life" – two different worlds?

Some years ago, I overheard a conversation between one of my colleagues and a student. "What do academics actually do?" the student asked, "They write articles, and go to conferences to talk about these articles with other academics", my colleague said. "And?" the student asked, "Well, that's about it", the academic replied, somewhat puzzled.

Academics – at least some of them – do more than that. Some of us are extremely popular sources for the media. If they are "suitable" and "available", as described by Herbert Gans in *Deciding What's News* (1979), they are used to explain developments, predict future events and provide media items with a general "seal of approval". On the other hand, it is not so easy for an academic, in particular from social sciences, to get research into the media. It lacks the "news angle", is too complicated or not recent enough.

Media researchers find their inspiration usually in "real life"; media policy, the portrayal of groups and minorities, the value of journalism for society, freedom of speech, the digital challenges for media, user-generated content, social media, democracy and the media, media use by young people... All of these and many more subjects lead to research but only occasionally this research leads to publicity in the media for the general public.

Too dull

That wouldn't be a problem if the research indeed would be too dull, too old, too uninter-

Piet Bakker, Professor of Journalism and Digitalisation, School of Journalism, Hogeschool Utrecht. Worked at the Amsterdam School of Communication Research (AS-CoR) until 2006, a former journalist.

esting, too complicated and lack any form of newsworthiness. But I'm afraid that isn't the case. A lot of research is actually interesting and relevant. Academics are just usually not very good at making research visible, at "selling" their research.

Ten years ago, I left the University of Amsterdam to head the small research department of the School of Journalism in Utrecht. Some colleagues frowned at the change, and not only because of leaving Amsterdam for the provincial town. The "School" was considered to be a step down compared to a real University. But one of the things that convinced me was the research policy at the School.

It was rather simple and consisted of three elements. Research and publications should be relevant for the *community of practice* (media, journalists, government), for *education* (the curriculum, teaching) and for *academia* (conferences, publications). No minimum number of peer-reviewed articles in journals with a high impact number. It meant that we mostly stayed away from theoretical and fundamental research, and concentrated on questions that media and journalist had.

An important decision at the research group was to change *the order of publications*. The academic peer-reviewed article was no longer the only thing that mattered. Research was published in all stages of the process, in trade magazines, presented at media-conferences, at other schools, at discussions with media or on our own blog. At the end a presentation at conference or publication of an academic article was a possibility.

This policy did not lead to less publications but to more. And to more visibility and better relations with our environment.

Blogs and social media

Publications in Dutch were encouraged. This, of course, could be at odds with publishing in peer-reviewed journals. The rules on dissertations (demanding several published articles in peer-reviewed journals) means that PhD students have to publish in English, except when they publish a monograph. English is not off-limits, but the native tongue is encouraged. The logic of covering national subjects only in English always escaped me.

Blogging and the use social media like Twitter and Facebook substantially raised visibility and made research available to the community of practice. This is not only a publication-strategy but also a communication-strategy that fosters our network. There were complaints: "That's a lot of work". No, not "a lot" but it's work. However, compared to writing an article; writing a blogpost and sharing that on Twitter, Facebook and LinkedIn is a marginal effort. The results, however, are much bigger than the effort.

We have a preference for *open-access journals* for publication. In practice this is not always possible, but even then, sharing content is not impossible. Some publishers offer the possibility to share up to 50 copies free online and I always send people the PDFs of published articles if they ask for it (stipulating that they don't share it online).

We try to do research *together with media*. Often, we need research partners for audience research, need "real" news items for tests or want to get insights in business models and new tools for journalism. We hardly use students as "lab rats". News media are interested in results, so why not engage them from the beginning on. For some bigger projects, we also have an "advisory board" with media representatives.

Teaching

Teaching is also practical work and being-in-touch with the real world. We don't employ researchers that don't teach. Academics often brag about "not teaching" or explain how they manage to get all their teaching done by others. Maybe people who don't want to teach should not work at universities.

We prefer conferences in our own country – or Western Europe – to large worldwide events. Going to Puerto Rico, San Diego or Kyoto means that your personal budget for that particular year is as good as gone. Building a network with researchers that target the same cultural and demographic area is much more valuable than discussing research in remote places in the world. What happens in Denmark in terms of media and journalism is much more relevant than the experiences of the *New York Times*.

We encourage researchers to *mingle with the real world*. Be a member of a vocational organisation, sit on Advisory Boards, speak at practitioners' meetings, be a jury member of a media prize contest. It takes time. Everything takes time. But it pays off.

So called research

Does this help? Does a policy of opening up lead to a better network, to more impact and more relevant research? I like to think so.

But I'm not always sure. Discussing results with the industry or sharing the stage with a practitioner can have side-effects. People might not agree, or your research is publicly denounced as irrelevant or badly executed. They might accuse you of living in an "ivory tower" and have no feeling for the real world whatsoever, they might question the fact that public money is spend on "this so-called research". They might attack you on social media. I could leave out "might" – it all happened to me.

It's the price you pay for leaving the ivory tower. But it's definitely more fun. And sometimes, expectations are just too high. After discussing the research that has been done on building a viable online business model with the editors of a national daily, the editor-in-chief concluded: "So, you don't know the answer either".

I happily biked back to my ivory tower.

Lars Nyre

Bygg kontrolltårnet nå!

En kritikk av den analytiske medievitenskapen

Marshall McLuhan sa allerede på 1960-tallet at medieforskerne må flytte fra elfenbenstårnet til kontrolltårnet, men de sitter fortsatt i vinduet og observerer. Jeg synes det er på tide å bygge et kontrolltårn nå. Mediesamfunnet preges av en akkumulert teknologitvilling som er hinsides menneskelig kontroll, der elektronikk, digitale data, kunstig intelligens og automatisering bare er noen stikkord. Samtidig står den etablerte medievitenskapen ved nordiske universiteter på sidelinjen og bare observerer tilstanden.

Dette essayet foreslår en type medievitenskapelig teknologitvilling som trengs dersom vårt fag skal kunne være relevant for medieutviklingen i samfunnet. Forskerne kan ikke bare betrakte verden og komme med spredte råd, vi må peke ut retninger og finne løsninger for samfunnet basert på våre innsikter.

Det trengs et paradigmeskift

Jeg vil først minne om en kritikk som allerede er velkjent. Medievitenskapen henger etter i skapelsen av nytteverdi på mediefeltet på grunn av sin rent observerende og kritiske funksjon. Selvsagt kommer medievitenskapen med fornuftige bidrag, men de tar hovedsakelig form av forslag til hvordan man skal forstå det som allerede har skjedd. Medieforskerne sier lite om hva som trolig vil skje i fremtiden, eller hvordan ting bør være i fremtiden. Pål Aam skriver at medieforskerne arbeider i et analytisk-kritisk paradigme, og hovedsakelig leverer nøytrale analyser eller kritiske vurderinger av et trekk ved samfunnet.² Selv om dette kan være bra i seg selv, så har det nå ført til

det Aam polemisk kaller *paradigme-paralyse*: en sykdom som kommer av for stor trygghet og rutine, og som fører til at alternative metoder fra andre vitenskapsområdet lett blir forkastet. Medieforskningen står i fare for å bli en rent administrativ oversikt over de komplekse endringsprosessene der ute i samfunnet. En slik kritikk av unnfalleshhet overfor fremtiden er også formulert av andre forskere.³

Jeg anbefaler et paradigmeskift i medievitenskapen; en bevegelse som tar oss fra elfenbenstårnet til kontrolltårnet; fra verdiskapning som analyse til verdiskapning som instruksjon; fra en tilbakeskuende historisering til fremtidsorientert teknologibygging.⁴ Det finnes naturligvis institutter som er organisert for å lage prototyper på nye medier, og MIT Media Lab er det ikoniske eksempelet. Men teknologitvilling er likevel ikke en del av den normalvitenskapelige atferden ved medievitenskapelige institutter i Norden. Da er det annerledes i andre, tyngre akademiske sektorer. Medisinsk forskning har en svært direkte påvirkning på samfunnet ved å produsere nye viktige medisiner, instrumenter og prosedyrer. Pedagogikkforskningen har påvirket mange millioner skolebarns og læreres hverdag.

Det foreslåtte paradigmeskiftet låner metoder for teknologitvilling fra informasjons-

Lars Nyre, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen.

vitenskap og teorier om kommunikasjon fra medievitenskapen.⁵ Denne kombinasjonen vil gjøre medievitenskap mer relevant for samfunnet, og forandre den til en sterkere samfunnsaktør.

Det er et historisk akutt behov for slik forskning. Det ser jeg etter ca. ti års erfaring med å lage prototyper på nye medier sammen med informasjonsvitere (dataloger), interaksjonsdesignere, og praktisk orienterte medieforskere. Jeg har nærkontakt med mediebransjen på grunn av praksisutplassering av studenter, søknader knyttet til samarbeid med virksomheter i Media City Bergen, og deltakelse i en EU Innovation Action. Akademiets selvstendige bidrag blir i liten grad tematisert i disse prosjektene. Jeg ser et stort utprøvd potensial for en spesifikt *akademisk* teknologitviking som en stimulans til mediebransjen.

Problem: Medieforskning versus mediebransje

En realistisk analyse av den akademiske institusjonen viser at den godt kan kalles et ”elfenbenstårn” som er hevet over resten av verden. I en kronikk i *Bergens Tidende*⁶ skilte jeg mellom de to institusjonelle feltene medievitenskap og mediebransje. Jeg tok utgangspunkt i hvordan de to feltene appellerer til studenter under utdanning, og brukte medieklyngen (”media cluster”) Media City Bergen som eksempel. Dette blir en kampplass der to ulike verdissystemer strider om hva studentene skal gjøre og tenke mens de er under utdanning. Studentene kommer til å bli dratt mellom økonomiske behov i mediebransjen og intellektuelle, demokratiske verdier på universitetet. Noen vil mene det er unødvendig konfliktskapende å sette opp et så tydelig skille, men jeg mener det er viktige, ja fundamentale, forskjeller mellom de to institusjonene, og at de bør dyrkes istedenfor å jevnes ut.

Lisbeth Morlandstø og Arne Krumsvik deler verdiskapingen i to grove kategorier: ”Det ene er å skape verdier for egen bedrift, og da gjerne økonomiske verdier, det andre er [...] verdiskaping i form av demokrati, trivsel, bærekraftige lokalsamfunn og styrking av

mellommenneskelige relasjoner”.⁷ Økonomisk verdiskaping betyr at målet er profitt, effektivitet, vekst. Næringslivet og mediebedrifter vil typisk score best på denne kvaliteten, fordi de har store publikumsgrupper som betaler for tjenestene. Kommunikativ verdiskaping betyr høyere kvalitet på faktainformasjon, kritisk analyse, nye forståelsesmåter, nye teorier. Akademiets verdiskaping har tradisjonelt vært av den kommunikative typen, og særlig innen humaniora og samfunnsvitenskap.

Akademia har stor uavhengighet fra krav om profitt, mer enn noen annen bransje enten man jobber privat eller offentlig. Akademia er fri fra å være nasjonalt relevant på kort sikt, og kan fordype seg i teoretiske problemstillinger som kanskje aldri skaper samfunnsnytte. Denne vitenskapelige selvstendigheten skaper stor avstand til de rådende behovene i samfunnet, men dette er likevel katedralen på sitt vakreste. På motsatt fløy finner vi børsen, og der vil økonomiske forhold alltid veie tyngst. ”You can’t tame a tiger” sa den britiske medieprofessoren Colin Sparks om mediebransjen. Det er ingen vits i å tenke bort de økonomiske behovene hos aktører i mediene, eller på andre måter forsøke å få dem til å forandre seg bort fra fokuset på seertall, inntjening, suksess og merkevaregjenkjenning.

Mediebransjen er naturligvis stor og heterogen. Den inkluderer avisene, radio og TV-stasjoner, sosiale medier, dataspill, allmennkringkasterne og mere. Men tross sine indre forskjeller er alle disse aktørene mer lik hverandre enn de er lik academia. Det finnes en rekke jobber som er typiske for mediebransjen, for eksempel journalist, fotograf, produsent, reklameforfatter, regissør, sosiale medier-strateg, etc. Alle disse arbeiderne har sterkere identitet på tvers enn de har overfor academia. De samme konjunkturene i samfunnet setter jobbene deres på spill, de er lojale overfor profesjonsidentiteter, store konglomerat, enkeltfirma og de har tilhørighet til byer og tettsteder. Bransjen forsvaret den rådende tilstanden og forsvaret seg med alle våpen mot nedgang, og i denne sammenheng er medieforskningen en svak aktør.

Svak aktør

Akademias autonomi er under konstant press fra utsiden. De siste tretti årene har new public management og målstyring sørget for at den økonomiske verdiskapingen – som tradisjonelt ikke vedkommer akademien, nå også dominerer i akademien. Det er stor vekt på å skape økonomisk nytte for næringslivet, og internasjonal konkurransedyktighet er også et viktig kriterium. Dette skaper en polarisering der forskerne enten er svært autonome i forhold til bransjen, og altså holder seg trygt i elfenbenstårnet, eller samarbeider i et slags en-til-en forhold med mediefirmaer og blir en del av produksjonslinjen. Begge deler er ugunstig dersom målet er å skape en spesifikt akademisk nytteverdi. I dagens akademiske klima virker det som forskerne er strategisk vage om sine verdier, slik at en verdi kan bli satt på dagsorden en stund, og deretter erstattes av en annen. Vekten på økonomisk verdiskaping gir grobunn for en moralsk opportuniste der de verdene som blir prioritert av finansieringskildene (forskningsrådene) også blir prioritert av forskerne. Jeg har tidligere omtalt slike ettergivende holdninger som ”apologetisk medievitenskap”⁸ og ”samtidsopportuniste”⁹.

Akademias svakhet er særlig tydelig innenfor undervisning i praktiske medieferdigheter. Her styrer bransjen behovsanalysen, og tendensen vil trolig styrke seg. I løpet av 2017 flytter en del av den medievitenskapelige staben ved Universitetet i Bergen inn i Media City Bergen sammen med en rekke mediefirmaer. Vi skal forske og undervise midt i en næringsklynge knyttet til opp til mediebransjen. Da blir de utfordringene jeg snakker om helt akutte.

Løsning:

Ansvarlig teknologiutvikling

Hvis vi vender tilbake til spørsmålet om nytteverdi er det klart at det er nyttig for samfunnet med kommunikative verdier. Det kan være verdier som sannferdig informasjon, demokratisk grunnholdning, inkludering og høy kvalitet på læring – og alt dette er medieforskningen god til.¹⁰ Likevel er det klart at en

gitt forskningsinnsikt vil ha større sjanse for å bli verdifull og nyttig for samfunnet ved å bli *operasjonalisert som en testbar medieteknologi*, enn hvis den kun finnes i form av tekster, foredrag og debatt. Medieforskerne må lage medier. Så enkelt er det. Ansvarlig teknologiutvikling må ikke oppfattes som en ekspertise på linje med andre, men som den spede begynnelsen på et paradigmeskift.

Det finnes en vitenskapsteori som setter stiller krav til forskningens relevans på en måte som passer her. Responsible Research and Innovation (RRI) er innrettet på ansvarlighet overfor samfunnet i bred forstand. Basert på Strand (2015) vil jeg nevne tre viktige kriterier for RRI.

1) *Samfunnsnytte*. Prosjektet må ta for seg en ”grand challenge”. Det kan være store nasjonale prosjekter for infrastruktur eller kulturproduksjon, eller det kan være å lage nye bærekraftige løsninger med høy kommunikativ verdi. Det finnes et mål som alle parter kan streve etter: journalistikk av høyere kvalitet til en lavere kostnad enn før. Denne fanger opp både det kommunikative (bedre journalistikk) og det økonomiske (lavere kostnad), og den skulle dermed være attraktiv både for akademikere og bransjefolk. Det er dessuten genuint vanskelig å lage høyere kvalitet til lavere pris, noe som kan vekke faglig nysgjerrighet. Det er en grand challenge, og ville gitt samfunnet svært stor ”return on investment” hvis det lykket.

2) *Gjensidig samarbeid*. Det er viktig at både forskere og de ulike samfunnsaktørene har gjensidig god kommunikasjon, og likebyrdig påvirkning på utviklingsprosessen. Dette kan kalles ”participatory design” og ”critical design”. Alle sentrale aktører i mediasamfunnet bør ideelt sett være med i dialogen. Alle parter tar en risiko ved å være med på noe slikt, akademikernes risiko er å åpne forskningen sin for påvirkning og kritikk fra det praktiske liv.

3) *God gammeldags effektivisering*. Et ansvarlig utviklingsprosjekt bør også strebe etter å kunne effektivisere eksisterende prosesser med kommunikativ verdi, for å sikre at de overlever ved siden av nye kvaliteter.

Utsikten fra kontrolltårnet

Ansvarlig medietutvikling må foregå med et meta-perspektiv. Det vil si at forskeren er hevet over samfunnet slik metaforen om elfenbenstårn forutsetter, men nå foregår arbeidet i et kontrolltårn. Akademias spesialitet er å kunne relatere seg til alle deler av samfunnet, og å se samfunnsmaskineriet som et hele til enhver tid. For medievitenskapen betyr dette at vi må forstå og interagere med *alle* interesser som kan knyttes til medietutvikling, design og innovasjon. Dersom akademia klarer å forstå og praktisere verdiskaping i alle relevante sektorene har vi inntatt kontrolltårnet på ekte. Jeg vil gå systematisk gjennom seks sektorer som medieforskerne nå til dags må forholde oss til.

1. *Start-up-firma* leverer nye designforslag til samfunnet. De har stor risiko, og må arbeide kortsiktig for å lage en medieteknologi. Entreprenørene er tidlig ute med nye trender og tilbud, og håper å treffe early adapters på rett tidspunkt med et disruptivt produkt. Den tiden det tar å omdisponere arbeidsinnsatsen er veldig dyr. Firmaet kan raskt bli dømt til å jobbe med vedlikehold- og problemløsning.

2. *Legacy-medier* leverer journalistikk, allmennkringkasting og andre former for etablert medieinnhold i en rekke sjangre. De har ganske stor risiko, men sitter også på tunge kommunikative verdier som de kan forvalte mer eller mindre godt. I mange år har store medier som Berlingske Tidende eller TV2 tapt terreng til gratisnyheter på internett, sosiale medium, YouTube og lignende trusler mot forretningsmodellen deres. De ønsker å holde fast på etablerte kommunikasjonsverdier, men må likevel tjene pengene sine i et nytt økonomisk verdensbilde der de er ganske svake aktører. De blir tvunget inn på start-up-firmaenes område, og kan i ytterste fall gå konkurs.

3. *Anvendt medietutvikling* og -forskning får de nødvendige handlingene til å bli gjort raskt og effektivt, med relativt høy kvalitet og uten en selvstendig verdiorientering. Dette gjelder designbyråer, konsulentfirmaer og for den del også meningsmålingsbyråer som utfører forsknings- og utviklingstjenester på vegne av

en klient. Denne typen innovasjon er ikke særlig autonom, men må forholde seg skarpt til behovene slik de er formulert av oppdragsgiveren.

4. *Studentprosjekter* er viktige aktører i innovasjonssammenheng. De suger opp det nye mye raskere enn fullvoksne folk i arbeidslivet. Studentene er nyttige for alle involverte som et uttrykk for fremtiden. Studentprosjekter er preget av en salig blanding av økonomiske og kommunikative verdier. Studentene hører litt på alle, og blir på denne måten brobyggere mellom mediebransjen og akademia. Studenter er også ofte "early adopters", og har en åpenhet og naivitet som gjør at de kan lage virkelig spennende prototyper og tjenester.

5. *Eksternt finansiert medieforskning* har relativt stor autonomi. Forskerne er vanligvis statsansatte, og fritatt fra direkte omgang med markedskreftene. Forskerne er derfor hverken helt for eller helt imot økonomisk verdiskaping, og framstår ofte som markedsagnostiske.

6. *Internt finansiert medieforskning* har størst autonomi. Nå for tiden er akademia mest autonom når forskerne holder på for seg selv, med undervisning og forskning. Slik forskning foregår uten noen innblanding utover at staten finansierer den gjennom lønn. Den kan preges av samfunnskritikk, enorm detaljrikdom, stor abstraksjon og historisk forankring. Denne typen analyser er ofte historisk informerte og orienterte, og kan ha så langsiktige og/eller abstrakte perspektiv at det blir urimelig å be om nytteverdi.

Konklusjon

Forskerne må stagge sin hang til autonomi og bedriftslederen må stagge sin hang til profit. Partene må lære seg å samarbeide om noe som er nyttig fra begge hold samtidig. For at medieforskningen skal kunne bli mer samfunnsrelevant må den samkjøres med de sektorene som driver med medieinnovasjon, men uten dermed å overta deres verdier eller formål. Akademia må gjenfinne sine egne verdier i et nytt landskap der medieinnovasjonen foregår med en slik teknologisk brutalitet at medieforskerne i utgangspunktet er svake aktører.

Vi må komme oss ut av elfenbenstårnet, men uten dermed å tre ned i samfunnet og bli arbeidere i bransjens produksjonslinje. Vi må finne en ny organisasjonsform som sikrer at vi har et meta-perspektiv på samfunnet og samtidig er i stand til å gripe inn i det med konkrete teknologiske løsninger.

Jeg har liten tro på at etablerte forskere er interessert i dette skiftet, men medieviten-

skapen er en fleksibel institusjonell ordning som forandrer seg over tid, særlig gjennom rekrutteringen av nye forskere til faget. Derfor vil jeg særlig appellere til unge folk; til masterstudenter, PhD-kandidater og post-docs innen medievitenskap, interaksjonsdesign og informasjonsvitenskap. Dere må bli med å bygge det kontrolltårnet Marshall McLuhan foreslo å lage allerede på 1960-tallet.

Noter

1. Grossweiler, 1998: 90
2. Aam (2013).
3. Liestøl (2009), Nyre (2012; 2014b) og Fagerjord (2012).
4. Nyre (2009).
5. Nyre (2014a).
6. Nyre (2014b).
7. Morlandstø og Krumsvik (2013, s. 25).
8. Nyre (2004).
9. Nyre (1998).
10. Nyre (2009).

Referanser

- Fagerjord, Anders (2012). Design som medievitenskapelig metode. *Norsk medietidsskrift* 9(3): 198-215.
- Grossweiler, Paul (1998). *Method is the Message. Rethinking McLuhan Through Critical Theory*. Montreal: Rose Books.
- Liestøl, Gunnar (2009). Situated Simulations: A Prototyped Augmented Reality Genre for Learning on the iPhone. *International Journal of Interactive Mobile Technologies* IMCL2009 3(Special Issue).
- Morlandstø, Lisbeth & Krumsvik, Arne (2013). Hva påvirker innovasjon og verdiskaping i lokale medier?, pp. 19-32 i Morlandstø, Lisbeth & Krumsvik, Arne (red). *Innovasjon og verdiskaping i lokale medier*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Nyre, Lars (1998). Opprop mot samtidsoppotunisme. *Syn og Segn* 1/1998.
- Nyre, Lars (2004). Apologetisk medieforskning. *Norsk medietidsskrift* 5(4): 358-361.
- Nyre, Lars (2009). Normative Media Research: Moving from the Ivory Tower to the Control Tower. *Nordicom Review* 30(2): 3-17.
- Nyre, Lars (2012). Offentleg mediedesign. *Norsk Medietidsskrift*, 9(3): 196-197.
- Nyre, Lars (2014a). Media Design Method. *Journal of Media Innovations* 1(1): 86-109.
- Nyre, Lars (2014b). Børs mot katedral i mediebyen. *Bergens Tidende*, 21. mai 2014. [Online.] Available at <<http://larsnyre.no/mediedesign/bors-mot-katedral-i-mediebyen>>. [Accessed 20 March 2017.]
- Strand, Roger (2015). *Indicators for promoting and monitoring Responsible Research and Innovation*. [Online.] Available at <http://ec.europa.eu/research/swafs/pdf/pub_rri/rri_indicators_final_version.pdf>. [Accessed 20 March 2017.]
- Aam, Pål (2013). *Fjernsynsforskaren – frå kritikal til innovatør. Som døme: mediedesign av interaktiv journalistikk med levande bilde*. Ph.d. avhandling. Trondheim: Institutt for kunst- og medievitenskap, Norges Tekniske Naturvitenskapelige Universitet (NTNU).

Lennart Weibull

Mediebransch och medieforskning 1965-1980

Några erfarenheter och perspektiv

Svensk forskning om massmedier fick sitt stora genombrott under 1970-talet. Framväxten påverkades framför allt av utvecklingen inom det samhällsvetenskapliga området, men det fanns många faktorer som stimulerade medieforskningen. Det kritiska opinionsklimatet och expansionen inom medieområdet medförde ett ökat intresse för studier av press, radio och tv. Medieforskare medverkade i offentliga utredningar och arbetade ofta i nära kontakt med mediebranschen. Under perioden utvecklades även det akademiska medieämnet. I det följande är det min avsikt att belysa detta samspel i ljuset av periodens samhällsförändringar.¹

År 1969 hölls ett heldagsseminarium om medieforskning på dåvarande Hotell Standard i Norrköping. Jag var vid den tiden ännu inte klar med min kandidatexamen men hade enrollerats i ett presshistoriskt projekt vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Projektansvarig var docent Stig Hadenius, senare professor i journalistik vid Stockholms universitet, och på hans initiativ och i hans bil åkte projektgruppen till seminariet.

Norrköpingsseminariet var anordnat av Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU). Det hade föregåtts av en inventering av aktuell svensk forskning om press, radio och tv.² De inbjudna kom från institutioner och grupper som identifierats som tillhörande fältet. Jag minns inte så mycket av anförandena utom att Karl Erik Wärneryd, senare professor i ekonomisk psykologi vid Handelshögskolan i Stockholm, höll en föreläsning där hans huvudtes var vikten av att göra en distinktion mellan den strukturorienterade massmedieforsk-

ningen och den processororienterade masskommunikationsforskningen.

I ett längre perspektiv är det intressanta att initiativet till både kartläggningen och seminariet kom från branschorganisationen Svenska tidningsutgivareföreningen (TU) och genomfördes av TU:s kommitté för masskommunikationsforskning. Arbetet hade initierats av dess forskningsintresserade direktör Ivar Hallvig. Seminariet blev en plattform för kontakter mellan forskare och mellan forskning och bransch. Seminariet är därför en bra utgångspunkt för några iakttagelser om mediebranschens betydelse för medieforskningens framväxt i Sverige.

Men för att bilden ska bli fullständig är det viktigt att först säga något om den svenska massmedieforskningens framväxt.

Tidig svensk massmedieforskning

Vad som läggs i begreppet medieforskning är givetvis bestämt av vad man menar med medier. Forskning om medier är inte med nödvändighet knuten till något enskilt ämne. Medier kan studeras från språklig eller litterär syn-

Lennart Weibull, professor emeritus i massmedieforskning och seniorprofessor vid SOM-institutet, Göteborgs universitet.

punkt, liksom deras ekonomiska, politiska och tekniska villkor kan analyseras. Det var också inom sådana etablerade ämnesinstitutioner som det första studiet av medier växte fram.

Litteraturvetenskapen står för den längsta traditionen av mediestudier i Sverige. Det handlade vanligen om historiska studier av dagspress. Redan 1896 publicerade litteraturvetaren Otto Sylwan vid Lunds universitet en historisk översikt av den svenska pressen, men han gjorde senare även jämförande analyser av den aktuella tidningsstrukturen i olika länder. Den äldre traditionen av mediestudier fördes vidare av litteraturvetenskapen, framför allt vid Lunds universitet som 1965 skapade en avdelning för pressforskning. Det hindrade inte att studier av medier förekom även inom historia och språkvetenskap.³

Medan den äldre humanistiska traditionen hade en tonvikt på mediernas framväxt och innehåll hade de samhällsvetenskapliga ämnena ett markerat intresse för samtiden och för publikens beteende. Skillnaden hade även en administrativ sida genom att samhällsvetenskap skiljdes ut som egen fakultet 1964. Bakgrunden var delvis en skillnad i metodansats: redan 1942 hade Statens råd för samhällsforskning etablerats med det uttalade motivet att nya, kvantitativa metoder krävde annan kompetens och ökade resurser.

Internationella influenser

Eftersom massmedier och masskommunikation uppfattades som viktiga element i efterkrigstidens samhälle var det naturligt att samhällsvetare var intresserade av att studera dess betydelse. Synsättet var påverkat av nordamerikanska mediestudier och det var därifrån de nya perspektiven hämtades både teoretiskt och metodologiskt. Eftersom massmedierna betraktades som en central del av samhällets kommunikationssystem gällde forskningsfrågorna hur människor använde medierna, hur de påverkades av deras innehåll samt vilka budskap medierna förmedlar och vad som bestämmer dem. Svenska samhällsforskare var i hög grad påverkade av de nordamerikanska synsätten hos forskare som Shannon

och Weaver,⁴ Hovland,⁵ Schramm⁶ samt Katz och Lazarsfeld.⁷

I den nya terminologin var masskommunikation, efter engelskspråklig förebild, det centrala begreppet: massmedierna är del i en process mellan sändare och mottagare, betraktad i ett socialt sammanhang. De teoretiska perspektiven utvecklades och undersökningstekniken förfinades. Det nya perspektivet krävde nya metoder, där surveyundersökningar och kvantitativa innehållsanalyser blev de nya redskapen och svenska forskare besökte USA för att lära sig.⁸

Erfarenheter från USA kom att påverka även forskningsorganisationen. Ensamforskaren fick nu ge vika för projektgrupper efter USA-modell. Den första svenska läroboken på området – *Masskommunikation* – kom 1965 och skrevs av sociologiprofessorn Gunnar Boalt, Stockholms universitet, och snart följdes den av av Kjell Nowaks och Karl Erik Wärneryds introduktionsbok *Kommunikation och påverkan* (1968).

Samtidigt är det viktigt att påminna sig att de nya strömningarna bidrog till att även utveckla tillämpade massmediestudier utanför akademien. Såväl den statliga Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, som Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning och den expanderande kommersiella undersökningssektorn tog till sig de nya metoderna. Beredskapsnämnden initierade efter förebild från USA studier av medier och propaganda.⁹ Marknadsforskning om konsumentbeteende växte snabbt liksom den kommersiella opinionsforskningen på exempelvis Sifo och Marknadssociologen skapade det som kom att bli den dominerande kommersiella mediemätningen i Sverige, Orvesto, som formellt startade 1972.¹⁰

Forskare och forskningsområden

Även om samhällsvetenskapen kom att präglats mycket av den nya medieforskningen blev den inget sammanhållet ämnesområde. Det karaktäristiska för forskning om massmedier vid svenska universitet och högskolor under 1960- och 1970-talen var att den inte hörde hemma inom en egen disciplin, utan medier

studerades inom olika ämnen och vanligen i relation till det egna ämnets frågeställningar. Dessutom bedrevs medieforskning utan att forskarna hade någon större kontakt med varandra. De var litteratur- eller språkvetare, filmvetare, ekonomer, statsvetare eller sociologer som alla hade sin egen ämnestradition och sina vetenskapliga fora. Deras medieforskning speglade främst ett personligt intresse för området, låt vara att det efter hand även utvecklades en disciplinöverskridande, tvärvetenskaplig forskning.

En kartläggning av svensk medieforskning för åren 1965-1975, genomförd inom ramen för en statlig utredning, visade att det fanns 271 personer vid universitet eller högskolor som var forskningsaktiva minst något under den studerade tioårsperioden. Det var en knapp övervikt av medieforskare från det humanistiska ämnesområdet. Dessa kom främst från litteraturvetenskap som också var det enskilt största ämnesområdet. Inom samhällsvetenskap var statsvetenskap och sociologi i stort sett jämnstora. Inom den så kallade sektorn fanns knappt ett hundra forskare, varav närmare hälften fanns inom Sveriges Radios publik- och programforskning (PUB).

När det gällde forskningens objekt handlade det framför om vad som kallades ”Kommunikation i flera medier eller masskommunikation allmänt”, därnäst pressmedier, medan studier av radio-tv utgjorde en förhållandevis liten del av den akademiska forskningen. En stor del av projekten hade fokus på studier av tidningsinnehåll, främst kultur och politik.

De största finansierarna var i kronor räknat de statliga forskningsråden, offentliga myndigheter samt stiftelser och fonder. Forskningsråden stod för drygt 40 procent, myndighetssektorn för en fjärdedel och stiftelserna för en femtedel. Mindre andelar föll på offentliga utredningar och enskilda företag.

Det har senare gjorts flera uppföljningar av hur medieforskningen utvecklats, inte minst genom Nordicoms försorg, och de visar i huvudsak samma mönster.¹¹ Det var inom de samhällsvetenskapliga ämnesinstitutionerna, främst sociologi och statsvetenskap, och vid Handelshögskolan i Stockholm som svensk

massmedieforskning fortsatte sin expansion under slutet av 1970-talet och 1980-talet. Forskningen bedrevs nu allt oftare inom ramen för stora projekt och finansieringen sker både genom akademiska rådsmedel och genom bidrag från mediebranschen.¹²

Under 1980-talet skedde en förskjutning av perspektivet genom att medie- och kommunikationsvetenskap – något senare även journalistik – inrättades som akademiskt ämne, först i Göteborg och senare i Lund, Stockholm och Umeå. Ämnesetableringen hade på samtliga universitetsorter föregåtts av en ökad lokal samverkan över traditionella ämnesgränser. Det senare var ett uttryck för att medieforskarna stärkts i sin ämnesidentitet. Genom att det inrättades professurer blev det nu möjligt att bedriva forskarutbildning. Det ändrade villkoren och det kom efter hand att skapas större medieforskningsmiljöer.¹³

Mediebranschen och forskningen

När det gäller frågan om branschens roll i medieforskningens framväxt har det ofta framförts att den tidiga samhällsvetenskapliga massmedieforskningen i Sverige till stor del byggde på uppdrag – från politik, myndigheter och medieföretag. Visserligen visar den relativt höga andelen extern finansiering att det kan finnas visst stöd för påståendet, men bilden är betydligt mer komplex.

Redan det inledningsvis nämnda forskarseminariet år 1969 illustrerar att branschintresset hade andra former. För en branschorganisation som TU handlade möten med forskare om att orientera sig om ett nytt och viktigt område, för forskarna om ett intresse att skapa legitimitet för medieforskning.

Samtidigt påverkades samspelet mellan forskning och bransch på 1970-talet av många gynnsamma faktorer. I det följande ska jag försöka ge min bild av vad som kännetecknade perioden fram till mitten 1980-talet.¹⁴

En tid av samhällsförändring

Både mediernas och medieforskningens utveckling från slutet av 1960-talet var i hög

grad påverkad av dåtidens opinionsvindar. Under 1950-talet växte framtidsoptimismen i ett expansivt Sverige och 1960-talet har ofta beskrivits som rekordåren. Både samhälle och medier expanderade. I det optimistiska opinionsklimatet passade de nya teorier och metoder som importerats från USA väl in. Visserligen kom opinionsvinden att svänga under slutet av decenniet och mycket av de tidigare värderingarna kom att ifrågasättas, inte minst i en ström av mediekritiska debattböcker.¹⁵ Men det mest utmärkande för opinionsklimatet var att mycket i samhället var i rörelse.¹⁶ Det kritiska opinionsklimatet stimulerade samhällsforskningen i allmänhet, samtidigt som debattens fokus på medierna ökade intresset för medieforskning.

Det var även en tid av snabb medieexpansion. Tillkomsten av TV2 1969 innebar att en ny generation medarbetare nu tog plats.¹⁷ Men förändringens vindar gällde inte bara radio och tv utan professionaliseringen av journalistiken skedde även inom dagspressen. Visserligen var tidningsnedläggelserna många men införandet av det statliga presstödet gav förhoppningar om framtiden för dagspressen.¹⁸ Förändringarna kom på olika sätt att stimulera branschintresset för den akademiska medieforskningen.

Också inom universitet och högskolor pågick ett generationsskifte. Stora grupper av unga samhällsengagerade studenter ville pröva nya arbetsmodeller och göra det i samverkan med samhället. Under andra hälften av 1970-talet skedde stora förändringar av svensk högskolepolitik. Universiteten fick i ökande grad möjlighet att själva bestämma över både utbildningsutbud och utbildningsinnehåll, vilket gjorde att man på ett helt annat sätt än tidigare kunde profilera sig. Särskilt högskolans informations-, medie- och journalistikutbildningar växte kraftigt och ställde krav på vetenskapligt grundad kunskap.

Forskningspolitiskt blev det på 1970-talet vanligt att tala om sektorsforskning. Med det menades forskning som framför allt myndigheter beställde från universitet för att utveckla sina respektive politikområden. Tanken med sådan forskning var att myndigheterna skulle

bygga upp en kunskapskultur som i sin tur skulle stärka deras kompetens.¹⁹

Mest offentlig sektor

Den expanderande samhällsforskningen hade lätt att fogas in i en sådan ram. Både samhällsrelevans och metodik gjorde att medieforskningen blev mycket efterfrågad.²⁰ Det blev den offentliga sektorn som till en början kom att dominera medieforskarnas externa projekt. Flera av de största projekten enligt forskningsöversikten 1965-1975 passar in i en sådan bild. Projektet Effekter av trafikinformation hade stöd från den statliga högertrafikkommissionen som administrerade omläggningen till högertrafik 1967, projektet Informationsstrategier – analys och utvärdering av u-landsinformation studerade opinionsbildning i u-landsfrågor med stöd från biståndsorganet Sida och det så kallade Propan-projektet hade stöd från Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar för analyser av utlandspropaganda riktad mot Sverige. Beredskapsnämnden lade dessutom ut undersökningsuppdrag på sociologer och statsvetare på universiteten.

Medieforskare medverkade dessutom i tidens många medieutredningar. Redan i den första pressutredningen, tillkallad 1962, kom statsvetaren Jörgen Westerståhls studier av förhållandet mellan politik och press att prägla kunskapsbilden,²¹ i den andra var det ekonomisk-historikern Lars Furhoff som initierade en frågeundersökning om svenskarnas medievanor²² och i den tredje medverkade forskare från ekonomisk-psykologi, företagsekonomi, sociologi och statsvetenskap i flera olika projekt.²³ Inom reklamutredningen genomförde främst ekonomer och ekonomisk-psykologiska forskare studier av bland annat tv-reklam²⁴ och 1974 års radioutredning anlätade forskare för att belysa olika problemställningar, exempelvis internationella nyheter i radio och tv.²⁵ Medieforskare var också efterfrågade i utredningar av vad som kallades nya medier. Studier av hur lokal kabel-tv fungerade genomfördes av en grupp sociologiska forskare vid Umeå universitet i samverkan med publikforskare från PUB.²⁶

Och forskningen om film hade nära kontakt med filmpolitiken.²⁷

Men givetvis fanns det även forskningsuppdrag som kom direkt från medieföretag. Ett av de tidiga exemplen var ett projekt inom den av Karl Erik Wärneryd bildade forskargruppen i ekonomisk psykologi vid Handelshögskolan i Stockholm. Forskare vid Handelshögskolan var engagerade i studier av mediepåverkan och medievanor. Projekten finansierades av bland annat Bonnierägda veckotidningsförlaget Åhlén & Åkerlund och en större annonsbyrå. Ekonomiska forskningsinstitutet (EFI) vid Handelshögskolan gav ut resultaten i två stora volymer. Dessa sammanfattade forskningsläget i fråga om mediepåverkan och medieanvändning.²⁸ Huvudresultaten från den senare utgavs även i en populärversion direkt anpassad för branschen med den tidtypiska titeln *Vårt behov av press, radio och tv*.²⁹

Branschnära forskning i offentlig regi

Handelshögskolans forskargrupp utgör ett undantag när det gäller forskningsfinansiering genom mediebranschen. Det som möjligen kan överraska är att branschintresset verkar ha varit så begränsat, i varje fall mätt i ekonomiska bidrag. Det är inte minst oväntat med tanke på vad som ibland sagts om kommersialiseringen av medieforskningen.

Förklaringen till de enskilda medieföretagens relativa frånvaro är att mediasystemet i 1960- och 1970-talens Sverige inte var särskilt kommersiellt. Radion och televisionen hade ensamrätt och var offentligt reglerad.³⁰ Visserligen hade dagspressen på 1950- och 1960-talen kännetecknats av många tidningsnedläggningar och ökande lokal marknadskoncentration men den partipolitiska traditionen inom svensk dagspress innebar att förändringar på tidningsmarknaden i stor utsträckning mer blev en politisk än en ekonomisk fråga. Under perioden resulterade det i tre pressutredningar som samtliga lade ut forskning, inte minst 1972 års utredning.³¹ Som vi sett var det inte sällan statsvetare och sociologer som engagerades men ekonomer från akademien

kom att ge avgörande bidrag för förståelsen av tidningsmarknadens mekanismer.³²

Forskningen inom de olika utredningarna skedde dessutom i mycket nära kontakt med branschen. Både i press- och radioutredningarna medverkade representanter för branschen som hade direkt tillgång till de studier som forskarna genomförde. Det handlade således om en branschnära forskning, ofta i samverkan med branschen, men den skedde formellt i offentlig regi. Utredningsforskningen gällde inte bara dagspress. I själva verket var forskare engagerade på många medieområden. Det gällde bland annat kabel-tv och video. De projekt som lades ut från de många utredningarna kom i sin tur att få stor betydelse för etableringen av mediastudier som forskningsområde, både kunskapsmässigt, ekonomiskt och organisatoriskt.

Forskningen om radio och tv skiljde ut sig något. För public serviceverksamhetens behov hade det redan på 1950-talet skapats en särskild avdelning för publik- och programforskning (PUB) inom Sveriges Radio. Inom PUB bedrevs studier med stor bredd. Det rörde sig om allt från traditionella publikräkningar, om än inte löpande, till avancerade studier av nyhetsförståelse och studier av hur publiken väljer program. Ett stort projekt gällde hur tv-publiken valde mellan TV1 och TV2.³³

Till skillnad från den utredningsfinansierade forskningen var PUB-studierna inte alltid offentligt tillgängliga. Det fanns en oro inom public serviceverksamheten att den kunde missbrukas. Som en följd av de pågående medieförändringarna ökade dock kontakterna mellan PUB och akademien och i mitten av 1970-talet initierades även gemensamma projekt om bland annat lokal kabel-tv och lokal radio.

En kommersiell sektor

Att om medieforskningen under perioden inte fick några större finansiella bidrag från privata aktörer har delvis sin förklaring i att det efter hand byggdes upp en relativt stark kommersiell undersökningssektor i Sverige med framför allt Sifo och Marknadssociologen, senare Tes-

tologen. Avståndet till akademien var ofta inte särskilt långt. Sociologen Hans L Zetterberg, med en akademisk karriär från USA, blev 1970 forskningschef på Sifo, där han bland annat introducerade olika mediemätningar.³⁴ Marknadssociologens undersökningsmodell byggde på grundarens avhandling i sociologi.³⁵

Undersökningsföretagen Testologen och Sifo användes av både dags- och veckopressföretag för studier av exempelvis dagstidningsläsning och effekter av annonskampanjer. Testologen introducerade genom sin Orvestomätning en årlig studie av pressens räckvidd. Däremot genomfördes inga studier av radio och tv.

Den kommersiella undersökningssektorn hade även kontakter med akademiska forskare för olika analyser, mest när det gällde metodfrågor. Däremot fanns det knappast någon formell koppling till forskningen vid universitet och högskolor utom i enskilda fall – Sifochefen sociologen Hans Zetterberg rörde sig exempelvis regelbundet mellan kommers och akademi.

Branschens betydelse

Den indikator som ofta har använts för att bedöma mediebranschens forskningsintresse har varit finansiering av projekt. Men projektbidrag är givetvis bara en typ av samverkan. Om vi ännu en gång vänder tillbaka till det Norrköpingsseminarium som nämndes i början så var det finansierat av branschorganisationen TU. TU hade dessutom inför seminariet haft en forskare anställd som gjort en sammanställning av svensk forskning om press, radio och tv som utgavs i TU:s skriftserie.³⁶

Seminariet och förarbetet var ett klart uttryck för branschorganisationens forskningsintresse, men det speglade nog framför allt TU-direktören Ivar Hallvigs engagemang. Han hade initierat en kommitté för masskommunikationsforskning. Hans forskningsintresse under tiden som chef för TU 1954-1975 är väl dokumenterat. När Institutionen för journalistik, medier och kommunikation i Göteborg efter hans död som donation fick ta emot

hans personliga bibliotek, visade sig detta vara imponerande heltäckande i fråga om samtidens forskning. Engagemanget visade sig även i hans intresse att publicera forskning i TU:s skriftserie. Ett par delar av Lars Furhoffs doktorsavhandling *Upplagespiralen* kom att publiceras där³⁷ och 1968 publicerade TU populärversionen av EFI-boken om medieanvändning.³⁸ År 1977 anordnade TU:s kommitté för masskommunikationsforskning en debatt om objektivitetsmätningar som publicerades i *Statsvetenskaplig Tidskrift* (1977). Att stödet i forskningsbidrag var begränsat torde ha hängt samman med att TU-ledningens forskningsintresse inte alltid mötte gensvar bland de mindre tidningsföretagen.

Nordicom och PUB

TU:s stora intresse för forskningen handlade således till största delen om att bidra till infrastrukturen men också att stimulera forskning. Det var givetvis ett egenintresse: man ville dammsuga forskningen på det som kunde vara relevant för branschen. Intresset var inte begränsat till Sverige. Även på nordisk nivå drev Ivar Hallvig frågan om samverkan mellan de nordiska tidningsutgivarna för att utveckla en kunskapsdatabas om tidningsbranschens utveckling. På nordisk nivå hade public serviceföretagen redan ett motsvarande samarbete.³⁹ TU bidrog med stöd för att tillsätta en svensk projektledare. Uppgiften var att bygga upp en databas över forskningen och verksamheten knöts till Handelshögskolan i Stockholm.⁴⁰ TU och public serviceföretagen medverkade till att det söktes nordiska anslag för verksamheten.

Den nordiska medieforskningsdatabasen blev starten av Nordicom som då benämndes den nordiska dokumentationscentralen för masskommunikationsforskning. Verksamheten byggdes upp med en dokumentalist i varje nordiskt land, i Sverige utvecklades dessutom en nationell informationsverksamhet med nyhetsbrevet *Nordicom-Nytt*. Efter en nordisk utredning, avgiven 1976,⁴¹ permanentades Nordicom år 1978 med medel från både nordisk och nationell nivå.

Även publik- och programforskningen på Sveriges Radio bidrog efter hand till infrastrukturen för medieforskningen i Sverige genom sin fast organiserade forskning. Den relativa slutenhet som till en början präglade kontakterna med forskare inom akademien minskade efter hand. Bland PUB-forskarna fanns det ett starkt stöd för samverkan med akademien. Den förändrade vinden märktes inte minst när det gällde deltagandet i forskningskonferenser. Vid den nordiska forskarkonferensen i Oslo 1973 (nedan) utgjorde forskarna från PUB en stor del av deltagarna.

Forskare och branschföreträdare

Bilden blir missvisande om det indirekta forskningsstödet enbart skulle uppfattas som ett initiativ från branschen. I själva verket präglades perioden av en nära samverkan mellan forskning, politik och bransch. På personnivå fanns många kopplingar mellan samhälls- och branschföreträdare och enskilda forskare. En annan viktig förklaring var att det rörde sig om en relativt liten grupp människor där många träffades regelbundet i olika sammanhang. De första forskarkonferenserna var brett sammansatta med deltagare både från forskarsamhället och från mediebranschen. Inom den ramade agerade forskarna för att bygga upp och utveckla massmedier som forskningsområde.

Det som kan betecknas som den första forskarkonferensen skedde inte på nationell utan på nordisk nivå och ägde rum på konferensgården Voksenåsen i Oslo i juni 1973. Den var ett uttryck för det aktiva nordiska forskningssamarbete som kännetecknade 1960- och 1970-talen. Deltagarlistan omfattade 82 namn, varav 33 svenskar. Flertalet medieforskningsmiljöer i Sverige var representerade, men även företrädare för branschen var där. Konferensen blev en viktig plats för nätverksbyggande, där många idéer om fortsatt samverkan kunde diskuteras.⁴² Det gällde inte minst de för forskning och bransch gemensamma intressena. Fortsatt rörde det sig främst om offentlig sektor. I rapporten från den andra nordiska konferensen 1975 noterades om svensk forskning att denna ännu

hade en liten koppling till den kommersiella mediesektorn.⁴³

Forskningen etableras

Under 1970-talet skedde en successiv etablering av fältet. De stora tillämpade projekten hade satt medieforskningen på den vetenskapliga kartan. Visserligen fanns det ännu inte några ämnesföreträdare eller någon fast organisation för området men det stora intresset för forskningen och det ännu större intresset för den tidigare nämnda utbildningen i informationsteknik – inrättad som terminskurs 1971 och utbyggd till helårstudium några år senare – gav området både inomvetenskaplig och utomvetenskaplig status.

Internationaliseringen av fältet medförde att stora och viktiga forskningsprogram kunde byggas upp i samverkan med forskare i andra länder. Vid sociologiska institutionen vid Lunds universitet kom under 1970-talet det tvärvetenskapliga Kulturindikatorprogrammet och studierna av barns tv-vanor inom Media-panel, båda under ledning av professor Karl Erik Rosengren, att skapa en fruktbar forskningsmiljö. Vid Göteborgs universitet startade 1976 det så kallade Världsbildsprojektet av Jörgen Westerstahl och i slutet på decenniet bildades vid Stockholms universitet Centrum för masskommunikationsforskning samlat kring forskningsprogrammet Televisionens idévärld med professor Kjell Nowak som ansvarig.

Utvecklingen på enskilda orter var i hög grad präglad av samverkan mellan enskilda personer, men också av deras förmåga att skapa tvärvetenskapliga forskningsplattformar. Sådana plattformar kom att bli mycket viktiga för att även inomvetenskapligt stärka den långsiktigt syftande medie- och kommunikationsforskningen, men också för att bygga upp kontakter med mediebranschen – och slutligen för att skapa en disciplinär infrastruktur.

En utredning om massmedieforskning

I slutet av 1970-talet fanns det stora förhoppningar om att ett akademiskt medieämne

snabbt skulle etableras. En enmansutredning hade tillsatts 1976 med uppdrag att pröva möjligheten av en fast organisation för medieforskningen. Utredningen föreslog att forskningen skulle få en fast struktur med egna professurer. Utredningen bedrevs i nära kontakt med medieforskningens avnämnamne – både politiker och mediebransch. I argumentationen för sitt förslag talades det om att ge beslutsfattarna ”bättre beslutsunderlag” inför förväntade förändringar inom medieområdet.⁴⁴

I remissomgången fick utredningsförslaget överlag ett starkt stöd, inte minst från mediebranschen.⁴⁵ Generellt positiva var bland andra Publicistklubben och Svenska Arbetsgivarföreningen samt Handelshögskolan i Stockholm. Också Svenska Journalistförbundet och Tidningsutgivareföreningen hade en allmänt positiv inställning men pekade på vikten av anknytning till grundutbildningen inom medieområdet. Trots den positiva remissopinionen kom utredningens förslag aldrig att genomföras. Det bedömdes på politiskt håll vara för kostsamt, särskilt vid en tidpunkt där huvuddelen av den akademiska expansionen i Sverige var riktad mot uppbyggnaden av den tvärvetenskapliga forskningsverksamheten vid Linköpings universitet.

I Nordicoms nyhetsblad *Nordicom-Nytt* inbjöds bland annat Ivar Hallvig som företrädare för mediebranschen kommentera utfallet. Han framhöll att han var mycket positiv till förslaget och beklagade därför att det inte fått stöd, men kunde ändå förstå att det fanns en statsfinansiell tvekan. Kjell Nowak, Handelshögskolan i Stockholm, kommenterade som forskningsföreträdare och menade att det var förståeligt att regeringen inte ville ha fler centrala forskningsorgan men hade ”helt avvikande uppfattning” om att lokala professurer och seminarier skulle kunna vara ett hinder för masskommunikationsforskningens utveckling.

Trots stark lobbying från forskarna och ett aktivt stöd från mediebranschen kom det att dröja tio år till dess att ämnesområdet formellt etablerades.

Erfarenhet och perspektiv

Seminarier i Norrköping 1969 hölls vid en tid då medieforskningen var ett ämne som sökte sin identitet. Tio år senare kändes området etablerat även om det saknade en formell akademisk struktur. I min miljö på statsvetenskapliga institutionen i Göteborg hade vi i slutet av 1960-talet bara varit en handfull intresserade, men i slutet av 1970-talet fanns en grupp forskare och lärare som dessutom fått ansvaret för den nya informationsutbildningen och höll regelbundna seminarier tillsammans med litteraturvetare, ekonomer och ekonomihistoriker vid Göteborgs universitet.

Vår grupp hade relativt stor erfarenhet av branschkontakt. Vi hade fått mycket stor uppskattning, både av forskare och bransch, för de studier vi genomfört för bland annat 1972 års pressutredning och Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Det bidrog till ett ökat intresse för vår medieforskning. När jag bläddrar i gamla papper ser jag att vi under dessa år hade en rad forskningsuppdrag, bland annat från Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, den statliga tidskriftsutredningen, Kommunala informatörers förening och Sveriges Television.

Dagspresskollegiet

Det var överlag intressanta uppdrag men bidrog knappast till att skapa någon ämnesmässig forskningsplattform. Det var mycket mer intressant när vi från TU fick en förfrågan om vi kunde presentera huvudresultaten från de studier av läsvanor och läsmönster som vi genomfört för pressutredningsstudierna 1973-74. Det blev en rapport som utgavs av TU:s marknadsbolag Dagspressens marknadsinformation.⁴⁶ Den fick ett positivt mottagande och ledde till att vi gjorde ytterligare en rapport som underlag för en diskussion med TU om framtida samarbete.

Diskussionen med Tidningsutgivarna resulterade i att statsvetenskapliga institutionen fick i uppdrag göra en årlig rapport om

dagstidningsläsningens utveckling i Sverige. Utgångspunkten bedömdes vara att det inte skulle vara frågan om bara ett eller två år, utan om en längre tidsperiod, i första hand fem år. Ett sådant projekt var vetenskapligt intressant i första hand genom att det skulle resultera i tidsserier att analysera. Genom samverkan med Testologens datainsamlingsorganisation (postenkäter) kunde vi dessutom ta del av tidigare erfarenheter av läsarstudier. Vid samma tid blev vi även kontaktade av PUB på Sveriges Radio om samverkan i en planerad en årlig frågeundersökning – *Mediebarometern* – där vi skulle få medverka med frågor om dagspress samtidigt som vi skulle få tillgång till data om radio- och tv-vanor.⁴⁷ Vi var mycket positiva till att vara med i *Mediebarometern* dels för att den byggde på en annan teknik (telefonintervjuer med frågor om gårdagen) och därmed gav möjligheter till metodutveckling, dels för det var bra att samverka med både tidningsbranschen och Sveriges Radio.

Vid halvårsskiftet 1979 hade den nya projektorganisationen kommit på plats och på hösten startade *Dagspresskollegiet* – då kallat Dagspressprojektet. Idén bakom Dagspresskollegiets studier var att de skulle vara viktiga från såväl en akademisk utgångspunkt som från tidningsbranschens perspektiv; från akademisk synpunkt fanns intresset att analysera den långsiktiga medieutvecklingen, medan branschens perspektiv var att få en bild av årliga fluktuationer.

Under 1980-talet växte Dagspresskollegiets verksamhet. En första fördjupning kom i avhandlingen *Tidningsläsning i Sverige*⁴⁸ och har senare följts upp i ett mycket stort antal böcker, artiklar och rapporter.⁴⁹ Vid sidan av de årliga nationella undersökningarna introducerades även lokala undersökningar i samverkan med enskilda tidningar och närradio genomförda i vår egen regi. Det gav möjlighet att belysa betydelsen av tidnings- och samhällsegenskaper i olika delar av Sverige. Dagspresskollegiet började även organisera seminarier i samverkan med branschen med syfte att presentera forskningsresultat.

Bransch och akademi

Dagspresskollegiet – som finns kvar efter nästan fyra decennier men med annan finansiering – är för mig ett exempel på hur det går att bygga upp en produktiv samverkan mellan mediebransch och akademi. De undersökningar som genomfördes resulterade inte bara i beskrivningar av dagstidningsläsningens utveckling i Sverige och lokala tidningars sätt att fungera på sina marknader, utan de möjliggjorde fördjupade analyser av medievanor. De senare kunde bidra till vetenskaplig belysning av dagspressens – och digitala mediers – roll i opinionsbildningen.

Projektet var ett av många inom svensk massmedieforskning från andra hälften av 1970-talet och det därpå följande decenniet där bransch och akademi samverkade. En sådan samverkan möjliggjorde anställningar av doktorander för kortare eller längre tid. Det var viktigt i en tid då doktorandfinansieringen var begränsad. Många doktorander inom medieområdet har haft en direkt eller indirekt finansiering från branschmedel. Det fanns dessutom ett stort intresse att publicera forskning om generella utvecklingslinjer, medan det däremot fanns en betydande tveksamhet att redovisa läsarsiffror för enskilda företag.

För mig är Dagspresskollegiet exempel på branschens betydelse för uppbyggnaden av ett forskningsområde. Det visade sig vara möjligt att skapa en samverkan där det fanns en ömsesidig respekt mellan bransch och forskning. Den byggde på att forskarna förstod branschens villkor och branschens insikt i forskarnas roll. Enligt min erfarenhet fungerade samverkan mellan bransch och forskning överlag mycket bra och var en faktor som bidrog till att medievetenskap under denna tid utvecklades till en disciplin. Samtidigt bör det tillfogas att 1970-talet var en sällsynt positiv period för samverkan. Opinionsklimat, samhällsengagemang och en expansiv ekonomi var viktiga framgångsfaktorer som skapade en sällsynt god jordmån för samverkan över traditionella gränser.

Noter

1. Artikeln bygger till viss del på min uppsats Medieämnets etablering i Sverige (Weibull 2015). För detaljer om 1960- och 1970-talets medieforskning hänvisas dit. Jag tackar Ulla Carlsson för värdefulla synpunkter på en tidigare version.
2. Lundberg (1969).
3. Hallingberg (1973).
4. Shannon & Weaver (1949).
5. Hovland (1953).
6. Schramm (1954).
7. Katz & Lazarsfeld (1955).
8. Nowak (1963).
9. Tubin (2003).
10. Cerha (1973).
11. Hultén & Weibull (1977), Weibull (1985).
12. Carlsson (1987).
13. Weibull (2015).
14. Jmf. även Weibull (1985, 2003, 2015)
15. Palm (1968), Hellmark m.fl. (1969).
16. Östberg (2002).
17. Engblom (1998).
18. Hultman (1968).
19. Benner (1993).
20. Hyvönen m.fl. (2015).
21. SOU (1965:22).
22. SOU (1968:48).
23. SOU (1975:79).
24. SOU (1973:10).
25. DsU (1976:13).
26. DsU (1975:8).
27. Vesterlund (2014).
28. Nowak m.fl. (1966), Lundberg & Hultén (1968).
29. Broman (1968).
30. SOU (1965:21).
31. SOU (1975:78).
32. Gustafsson (1978).
33. Cronholm m.fl. (1993).
34. Zetterberg & Alfredsson (1972).
35. Cerha (1967).
36. Lundberg (1969).
37. Furhoff (1966, 1967).
38. Broman (1968).
39. NU (1976:33).
40. Hultén (2010).
41. NU (1976:33).
42. Hallingberg (1973), Vesterlund (2014), Weibull (2015).
43. Hultén & Weibull (1977).
44. SOU (1977:11).
45. Proposition (1977/78: 100: 357 ff).
46. Weibull (1977).
47. Cronholm (2010).
48. Weibull (1983).
49. Weibull & Björkqvist (1989), Weibull & Kratz (1995), Weibull & Wadbring (2000).

Referenser

- Benner, Mats (1993). *Forskning, samhälle och stat: en studie av nya forskningsområden och samhälleliga kunskapsnätverk*. University of Lund: Research Policy Institute.
- Boalt, Gunnar (1965). *Masskommunikation*. Stockholm: Aldus-Bonniers.
- Broman, Sven (red.) (1968). *Vårt behov av press, radio och tv*. Stockholm: Svenska Tidningsutgivareföreningen.
- Carlsson, Ulla (1987). Masskommunikationsforskning i Sverige 1977-1987. En översikt. I *Masskommunikation och kultur*. Symposium 4-6 maj 1987. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Carlsson, Ulla (2014). NordMedia. A Vital Venue, Then as Now. Reflections on Media Research 1973-2013. *Nordicom Review* (35)2, Special Issue: 265-271.
- Cerha, Jarko (1967). *Selective mass communication*. Avhandling. Umeå universitet.
- Cerha, Jarko (1973). *Masskommunikation med de jämlika*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Cronholm, Margareta (2010). Mediebarometern – 30 år i forskarnas och mediernas tjänst. I Broddason, Þorbjörn & Kivikuru, Ullamajja & Tufte, Birgitte & Weibull, Lennart & Østbye, Helge (red.) *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Cronholm, Margareta & Nowak, Lilian & Höijer, Birgitta & Abrahamsson, Ulla B. & Rydin, Ingegerd & Schyller, Ingela (1993). *I allmänhetens tjänst*. Ett kvartssekel med publik- och programforskningen vid Sveriges Radio. I Carlsson, Ulla & Anshelm, Magnus (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- DsU (1975: 8). *Kabelvision Kiruna: försök med en ny kanal*. Stockholm: Kommittén för den fortsatta verksamheten med radio och television inom utbildningsväsendet / TRU II.
- DsU (1976: 13). *TV:s utlandsrapportering: en undersökning avseende perioden 1 februari – 1 juli 1975 utförd på uppdrag av Radioutredningen*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- DsU (1976: 15). *Massmedieforskning i Sverige*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- Engblom, Lars-Åke (1998). *Radio- och TV-folket: rekryteringen av programmedarbetare till radion och televisionen i Sverige 1925-1995*. Stockholm: Rabén-Prisma.
- Furhoff, Lars (1966). *Dagstidningskonkurrensen i Norrköping 1900-1965*. Stockholm: Aktuellt från TU.
- Furhoff, Lars (1967). *Vardagskonsumtionen av dagstidningar i Sverige 1945-1965*. Stockholm: Aktuellt från TU.
- Furhoff, Lars (1967). *Upplagespiralen*. Uppsala: Ekonomisk-historiska studier, Uppsala universitet.

- Gustafsson, Karl Erik (1978). The circulation spiral and the principle of household coverage. *The Scandinavian economic history review*, (26): 1-14.
- Hallingberg, Gunnar (1973). Svensk massmedieforskning. Ett humanistiskt perspektiv. I *Mediaforskning: kommunikasjon og samfunnsanvar*. Rapport från en konferens i Oslo 18-21 juni 1973. Oslo: Institutt for presseforskning.
- Hellmark, Christer & Lindberg, Bernt & Nilsson, Karl-Ola (1969). *Ni har väl läst tidningen idag? En kritisk analys av nyhetsförmedlingens innehåll och syften*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Hovland, Carl I. & Janis, Irving L. & Kelley, Harold H. (1953). *Communication and persuasion: psychological studies of opinion change*. New Haven: Yale University Press.
- Hultman, Harald (1968). *Lokaltidningen i framtiden: landsortspressens roll i massmediabilden*. Norrtälje: Norrtälje Tidning.
- Hultén, Olof (2010). Har satt Norden på kartan. I Broddason, Þorbjörn & Kivikuru, Ullamaija & Tuftu Birgitte & Weibull, Lennart & Østbye, Helge (red.) *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Hultén, Olof & Weibull, Lennart (1977). Mass Communication Research in Sweden. In Berg, Mie et al. (red.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenå: GMT.
- Hyvönen, Mats & Snickars, Pelle & Vesterlund, Per (red.) (2015). *Massmedieproblem. Mediastudiets formering*. Lunds universitet: Mediehistoriskt perspektiv.
- Katz, Elihu & Lazarsfeld, Paul F. (1955). *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. A report of the Bureau of applied social research, Columbia University. Glencoe, Ill: The Free Press.
- Kronvall, Kai (1976). *Massmedieforskning i Sverige: rapport från Massmedieforskningsutredningen*. Stockholm: Liber Förlag/Allmänna förlaget.
- Lundberg, Dan & Hultén, Olof (1968). *Individen och massmedia*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Lundberg, Dan (1969). *Svensk massmediaforskning: med speciell hänsyn till pressmedia*. Stockholm: Svenska Tidningsutgivareföreningen.
- Nowak, Kjell (1963). *Masskommunikationsforskning i Sverige: en översikt samt en annoterad bibliografi*. Stockholm: Företagsekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Nowak, Kjell & Carlman, Benny & Wärneryd Karl Erik (1966). *Masskommunikation och åsiktsförändringar*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Nowak, Kjell & Wärneryd, Karl Erik (1968). *Kommunikation och påverkan*. Stockholm: Prisma.
- NU 1976:33. *Nordiskt samarbete inom massmedieforskningen*. Nordisk utredningsserie. Stockholm: Fritzes hovbokhandel.
- Palm, Göran (1968). *Indoktrineringen i Sverige*. Stockholm: PAN/Norstedt.
- Proposition 1977/78: 100 *Förslag till statsbudget för budgetåret 1978/79*.
- Schramm, Wilbur (ed.) (1954). *The process and effects of mass communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- SOU 1965:21. *Radiens och televisionens framtid i Sverige*. II. Bildnings- och undervisningsverksamhet. Forskning. 1960 års radioutredning. Stockholm: Statens Offentliga utredningar.
- SOU 1965:22 *Dagstidningarnas ekonomiska villkor*. Betänkande av pressutredningen. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1968:48 *Dagspressens situation*. Betänkande avgi vet av 1967 års pressutredning. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1973:10 *Reklam IV. Reklamens kostnader och bestämningssfaktorer*. Betänkande från reklamutredningen. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1975:78 *Pressens funktioner i samhället. En forskningsrapport*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1975:79 *Statlig presspolitik*. Betänkande av 1972 års pressutredning. Stockholm Statens offentliga utredningar.
- SOU 1994:146 *Massmedieforsning för bransch och samhälle*. Utredningen om sektoriell massmedieforskning. Stockholm: Fritze.
- Statsvetenskaplig tidskrift (1977). Referat av den av Svenska Tidningsutgivareföreningens masskommunikationsforskningskommitté anordnade objektivitetsdebatten i Stockholm 1977-01-25. *Statsvetenskaplig tidskrift*, nr 3.
- Tubin, Eino (2003). *Förfäras ej. 50 år med det psykologiska försvaret – en biografi om en svensk myndighet*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Vesterlund, Per (2014). När medier blev vetenskap: Om tre nordiska massmediekonferenser 1972-1974. I Cronquist, Marie & Lundell, Patrik & Snickars, Pelle (red.) *Återkopplingar*. Lunds universitet: Mediehistoriskt arkiv.
- Weibull, Lennart (1977). *Tidningsläsning. En explorativ studie på grundval av två delundersökningar inom forskningsprojektet Pressens funktioner*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1983). *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber Förlag.
- Weibull, Lennart (1985). *Masskommunikationsforskningen i Sverige. Några reflektioner om läget 1988*. VII. Nordiske konferens för massekommunikationsforskning, Fuglso 18-21 augusti 1985.

- Weibull, Lennart (1991). Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning. I Carlsson, Ulla & Lindblad, Anders (red.) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Weibull, Lennart (2015). Medieämnets etablering i Sverige. I Hyvönen, Mats & Snickars, Pelle & Vesterlund, Per (red.) *Massmedieproblem. Mediestudiets formering*. Lunds universitet: Mediehistoriskt perspektiv.
- Weibull, Lennart & Kratz, Charlotta (1995). *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik och masskommunikation,
- Weibull, Lennart & Björkqvist, Karin (1989). *Dagspressen och dess läsare. Empiriska studier kring dagspressens utveckling under 1980-talet*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2000). *Tryckt*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Zetterberg, Hans L. & Alfredsson, Hans (1972). *Introduktion av Obläs: en undersökning av tidningsläsning i Malmö 1970-71*. Stockholm: SIFO/SAFO.
- Östberg, Kjell (2002). *1968 när allting var i rörelse: sextiotalsradikaliseringen och de sociala rörelserna*. Stockholm: Prisma i samarbete med Samtidshistoriska institutet vid Södertörns högskola.

Maarit Jaakkola

Building bridges in societal debates

Conciliatory journalism as a way of covering conflict-sensitive issues

A recent research project in Tampere, Finland, has invited journalists to elaborate on the concept of “conciliatory journalism” – a form of journalism that is designed to oppose the polarisation of debates, in particular concerning conflict-sensitive issues such as religion and minorities. The starting point for the project was that none of the researchers or journalists involved had answers for how to be “conciliatory”.

The idea of such journalism emerged after the 2015 Parliamentary elections in Finland, when the populist and nationalist-oriented Finns Party became the second largest party after the Centre Party, surpassing the National Coalition Party.

The results were greeted with astonishment by many. Well-known figures commented in the media about how they did not know anybody who would have voted for the “True Finns”, as the party was still called at that time. A discussion on “bubbles” in society followed: people seemed to live in their own realities that were in conflict with each other, a phenomenon that recurred later in the case of Brexit and the U.S. presidential elections with the triumph of Trump.

Journalists appeared to be perplexed too. They reacted to the situation by tightening their policies: they reacted to the situation by tightening their policies, for instance by closing down online discussions.

“We felt that there was a certain anxiousness arising, both among journalists and journalism researchers, and we shared their com-

mon concern: is there anything that we could do about this?” recalls Mikko Hautakangas, a researcher who is part of the Conciliatory Journalism Project at the University of Tampere, Finland.

The Finnish Kone Foundation, established in 1956 by the Herlin brothers (who are executives at the elevator and escalator manufacturer Kone Corporation), has in recent years been financing research projects with multi- and interdisciplinary approaches that cross the boundaries between scholarly and professional practice. The foundation finances projects in the humanities, social sciences, environmental research and artistic research and describes the projects as “bold initiatives”. According to the foundation, boldness refers to “being open to what is new” and “taking risks”, which may then lead to “unexpected combinations of perspectives”.¹

Indeed, such research projects that involve and engage professional practitioners for collaboration have been on the increase. In Tampere, too, there have been other projects on practice-related research that involves

Maarit Jaakkola, Editor for Nordicom Information, Researcher at Nordicom.

1. <http://www.koneensaatio.fi/en/koneen-saatio/what-we-believe-in/>. [Accessed 20 April 2017.]



SATU SEPPÄ

Researchers Mikko Hautakangas and Laura Ahva (in the back) discussing forms of anti-polarising journalism with journalists Ann-Mari Sinisalo, left, and Tuija Veirto in a workshop in Kouvola, South-Eastern Finland.

practitioners. For example, a large project on journalistic documentary theatre was funded by the Kone Foundation in 2013–2015, which brought together journalism researchers and theatre professionals to interrogate combinations of fact-based and fictional storytelling.

Negotiating between roles

The method adopted by the Conciliatory Journalism Project is action research. With the help of interactive inquiry, the goal is to collaborate in order to develop journalistic practices that meet the challenges of public debate, online environments in particular, the challenges being the incompatibility of discourses on account of differing worldviews, aggressiveness and hate speeches, and escalating tensions.

From the start, the aim of the project has been to develop work practices for journalists, but the researchers did not initially have a concrete concept of what the work practices could be. Therefore, they started the project with an open question: what are we doing when we practise “conciliatory journalism”

and is it worth practising? The participants also attended the workshops with questions.

The project has been carried out in the form of workshops in four cities around Finland. Before launching the project, the researchers imagined that the conciliatory attitude would be especially helpful in long-form articles that need extensive background research. On the contrary, it seems that there is an equally strong, if not an even stronger, need for instructions and policies for journalistic conduct in short-term news projects that lead to “scandals” and “hypes” in the public sphere.

“Many journalists are worried about the potential unanticipated and unintended consequences of their actions. They do not want to do things that re-enforce intolerance, discrimination and other negative effects”, explains **Laura Ahva**.

The journalists involved in the Conciliatory Journalism Project are working on two types of tasks: single stories that reflect the concept of the “conciliatory” approach, or development projects that help create policies and instructions for journalists in the news-

rooms. It seems that conciliatory approaches are most frequently needed in the coverage of environmental, health and minority issues.

Same-sex marriage in the Lutheran church, the use of wind energy, wolf hunting, and different forms of alternative medicine are some of the themes covered in the workshops so far.

Through these workshops, the researchers attempt to facilitate the development of ideas. Therefore, it was essential to prepare the workshop in a language that journalists would be familiar with.

“We ourselves are constantly negotiating between the roles of a researcher, educator and consultant”, says Mikko Hautakangas, and continues, “In the workshops, the educator and consultant roles take over, as we always have observers in the classrooms who take notes that can be used for analysis later, but we later fall back on researchers. This dynamic is an essential part of the method”.

“We need to be highly aware of our roles. But this is also true for journalists practising conciliatory journalism: they need to have clarity about how they position themselves towards the conflictual debates they facilitate”, remarks Laura Ahva.

The theoretical framework of the project combines elements of journalism, online media and speech communication studies.

“Especially inspiring are the concepts of ‘mediation’ and ‘listening’ from speech communication studies. With the help of these concepts, we aim to provide a means for journalists to create a public discussion that appreciates plurality but is not aggressive. The aim of our approach is, therefore, not to reach a consensus, but rather, to ease tension in the public sphere”, summarizes Laura Ahva.

Just one more “ism”?

In the field of journalism and journalism research, an abundance of new “isms” have emerged during recent years. These include approaches that aspire to find alternatives to the negative worldview of journalism, such as constructive journalism, solutions journalism, and positive news. Conciliatory journalism bears similarities to these. However, the researchers remain sceptical of coining a new “ism”.

“We have tried hard not to brand a new ‘ism’. However, in practice, the Finnish term ‘sovittelujournalismi’ is a catchy word and has become an essential keyword for those involved in the workshops”, the researchers observe.

Some journalists, in addition, have envisioned the concept as an instrument for branding themselves and finding a niche in the journalism ecology, which may be helpful for the development of their career.

Challenges for future workshops include the moderation of online discussions. Journalists will be encouraged to play a more active role and, thus, share more responsibility in facilitating, directing and mediating discussions rather than just enabling discussions by opening an online forum.

“The big challenge is how to make post-publishing engagement by the audience function as a real discussion instead of just aggressive remarks thrown around. One solution is to identify functions and areas where automation can be of help.”

When the project is completed in 2018, journalists can expect a list of the best practices and advice on the interplay between practical experience and theoretical inquiry.

Conciliatory journalism in practice: what do the journalists say?

Participants of the Conciliatory Journalism workshops talk about their experiences in developing conciliatory journalism:

“In our newspaper circulated in the northwestern coast of Finland, among the most typical sensitive topics are the use of wind energy and nuclear power, as well as coastal building. The windy coast of Northern Ostrobothnia is a wonderland for windmills, and we typically write stories about wind power, covering both pros and cons based on facts. For example, we have written about the health effects experienced by the inhabitants and

told stories about people who have been forced to move away from the neighbourhood of the windfarms, but we have also heard experts who assess that infrasounds do not cause any negative health effects.

What makes the idea of conciliatory journalism further interesting for us is that Finland's third nuclear power plant is currently being constructed in our circulation area. I think that the workshop gave me ideas about how to mediate between extreme views: for example, a live panel discussion organized by the local paper might drive the discussion further. However, I feel that in terms of nuclear power the views are too far away from each other to be conciliated with the help of journalistic means.

Nina Tuomikoski, news producer at the local newspaper Raahen Seutu

“I had been thinking of doing this kind of journalism for years, and the workshop gave me tools to develop my ideas further. It also helped me to create a network of journalists in Finland and abroad with whom to exchange ideas. I prefer the term ‘conciliatory’ to ‘constructive’ or ‘solutions’ journalism because I think it describes better the new role journalists should take on as mediators. I think the term ‘constructive’ is too vague and the term ‘solutions journalism’ too simple to describe the idea. Journalists should start covering the conciliatory process, and not just present a clear-cut solution, which may never happen in such a clear way that it could be described in shocking headlines.

To put the idea into practice, I have gathered a group of young journalists outside of the workshop. We plan to launch a new online medium centred around the idea of conciliatory journalism, which focuses on intercultural and interreligious dialogue. The medium, which is to be launched this year, will be the first of its kind in Finland. In addition to building conciliatory approaches in journalistic stories, we will also help people meet each other in real life by organizing events.

Noora Kettunen, freelance journalist based in Helsinki

“In a democracy, it is crucial that we are able to sort out conversations that have started going around in circles and open up them to a more open public debate. Within the traditional frame of journalism it is difficult enough for a journalist to approach sensitive topics. Am I unbiased enough? Am I too unbiased? Will I eventually be regarded as an advocate for the topic? Among the holders of different viewpoints, whose truth is less true?

In the conciliatory journalism approach I felt it liberating that while writing a story about alternative medicines I did not have to bring the discussion to an end, or find a univocal solution or an absolute truth. Instead, what I could search for was to increase understanding and identify facts that both parties could agree upon, even if their ideologies differed a great deal from each other.

And I guess that is what happened, too. The interviewees said that they considered the discussion constructive and it was carried out in a good atmosphere, which made me feel that I had succeeded exceptionally well. From the listeners, too, we got explicitly positive feedback. There is a strong need for a journalistic attitude that takes people one step further away from conflicts.

Matleena Ylikoski, journalist at the Finnish Broadcasting Company YLE in Jyväskylä

Turo Uskali, Heli Väättäjä & Esa Sirkkunen

Virtual reality prototyping in journalism

How to best collaborate with agile methods

Building prototypes is not the most usual way for journalism researchers to operate. In the Virjox project, journalism scholars, human-computer interaction and computer scientists and media company developers innovate together to figure out how to best create immersive journalism and other media products. The project, still in its early phase, can already offer some insights.

The Virjox project, running 19 months, aims at exploring the new opportunities and challenges of media services, such as journalism, in virtual reality. Virtual reality (VR) may provide journalistic storytelling with a great potential, but many news organizations still lack the knowledge of how to best implement the new VR technology in their practices.

“Virtual reality” refers to a bundle of computer technologies that use software to generate realistic images and sounds in order to replicate real environments. Also, terms like “immersive journalism” (de la Peña et al. 2010), “journalism 360” (Anderson & Nessa 2016), “augmented reality” and “mixed reality” (Future Today Institute 2017) have been used in this context.

Turo Uskali, Head of Journalism Program, Department of Language and Communication Studies, University of Jyväskylä.
Heli Väättäjä, Postdoctoral Researcher, Human-Centered Design research group, Department of Pervasive Computing, Tampere University of Technology.

Esa Sirkkunen, Research Fellow, Research Centre COMET, Faculty of Communication Sciences, University of Tampere.

For journalism, VR offers new multi-media storytelling opportunities. Early examples by pioneering VR news media companies like New York Times Inc. (starting November 2015, *The Displaced*) have already demonstrated the many possibilities of immersive journalism, from short daily news pieces to mini-documentaries (5 to 11 minutes) (Hannon 2016.) Since then, many other newsrooms have followed suit, and CNN just recently launched its virtual reality news platform (Ergürel 2017).

Based on these first examples of VR journalism, we can easily argue that VR gives an emotional boost to storytelling, and thus could potentially (for example) increase empathy.

The Virjox research is mostly funded (60 %) by the Finnish Funding Agency for Innovation (Tekes), which favors university-company joint ventures. The university partners add 30 percent, and the companies 10 percent, to the total funding. The project employs about ten full- or part-time researchers and research assistants.

Based on our experiences from the research project, we now want to address chal-



Researcher Pasi Ikonen testing HugoVR, a prototype developed in the project.

lenges we have encountered in working with the VR.

Challenge 1: Method of experimenting

Prototyping and a lean service creation design approach were chosen as main strategies for the research collaboration (Sirkkunen et. al. 2016). We apply a lean design approach, in which we create low-level prototypes fast from the chosen ideas, test them immediately with the users and iterate based on the feedback towards more detailed prototypes. Prototyping is well-suited

for creating new products or services in a fast, iterative manner.

For designers and developers, lean design is nothing new. But for journalism researchers, prototyping has been a fairly new practice, and thus, a mind-opening experience: learning by creating something new instead of only executing traditional scholarly research by collecting and analyzing data.

Even if the Virjox project is still in its early phase, one can argue that creating prototypes is indeed an effective method for collaboration with companies. In approximately a month, the first interactive, early phase, proof-of-con-

cept prototype was created, based on collaborative ideation workshops and collaborative experience design and development.

In three months, it was possible to build the first functioning prototype and a large number of concept ideas focusing on the life of Finnish painter Hugo Simberg. Mixing historical images, 360 videos, sounds, texts and other elements, we could create a VR piece that could be further developed as a template for similar kinds of productions.

Challenge 2: Community building via communication

One of the first challenges for our collaboration was how to communicate efficiently on a daily basis. We work in four Finnish cities – Helsinki, Vantaa, Tampere and Jyväskylä – hundreds of kilometers apart.

According to similar research projects, internal communication has been somewhat non-existent, and the typical (however, unintentional) model of disintegration has occurred. Instead of working for one common research and development project, there have been several independent research groups working separately and often with different aims.

To avoid this model of disintegration, almost instantly when the project started, we decided to establish a closed Facebook group for internal communications. The main aim of the Virjox Facebook group was to build a research community via constantly disseminating news links and other relevant content for the members of the research teams and the company members of the project (N=27). Of course, other real-time social media platforms like Slack or Yammer could also be used for this kind of interaction.

After sharing over 200 posts during the first four months of the project, we can conclude that Facebook has indeed worked nicely as a communication and community building tool, at least when starting the project.

Even the lead member of the media company involved in the project has thanked us for our relevant news-link-sharing contri-

butions. VR contents are constantly pouring from various sources, but when aggregated and curated by the journalism researchers, the most valuable piece of information is easily found and archived.

In addition to the use of the Facebook group, emails, Skype conferencing and on-the-spot workshops have been used while starting the Virjox collaboration. Several WhatsApp groups have been created to support daily practical communication between smaller or larger teams working on a certain topic. They are being used for practical daily communication between the design and development team and journalism researchers, or for smaller research groups in the universities. Also, person to person communication on practical (often urgent) matters is supported by WhatsApp. For external communication purposes, a blog and a Twitter account have been created.

As one can easily see from above, for the Virjox project, virtual reality communication was not yet a real choice. Of course, in the future, virtual reality environments could also be used for effective team communication. Science fiction has often offered the first glimpses for the future of media and communication. In VR's case, the *Minority Report's* (2002) intuitive hologram user interface could be a scene from a future newsroom: relevant multi-media content will fly in the air, and the journalist (Tom Cruise in the movie) will be the master of creating journalistically meaningful timely narratives by only using his hands.

Challenge 3: Constant learning of new tech and gadgets

Technologies for virtual reality are constantly developing, and the speed on the solutions that are currently being brought to market is breathtaking. This is a third great challenge for the project.

New VR cameras are launched every month (like Ricoh Theta, Nokia Ozo, GoPro, Kodak Pixpro, 360Fly, etc.). There are several different gadgets for consuming VR content – mostly through viewing and listening – such

as VR Glasses. Among the different glasses, Google Cardboard, Samsung Gear VR and the Oculus Rift are already in the market, but there are new brands emerging.

The prices (at the time of writing, March 2017) vary from cheap cardboards (5 euros) to high end products like the Oculus Rift (750 euros) and Nokia Ozo (over 20000 euros). However, the intense competition between VR hardware makers is constantly lowering the price tags.

Big tech companies like Facebook (the Oculus Rift), Google (the Daydream View and Smartphone), Samsung (Gear VR and Smartphones) and Sony (PlayStation VR) are creating their own VR ecosystems and plat-

forms, but many start-ups are also trying to contribute to the VR business. The question is: what gadgets and programs are needed right now for smooth VR productions?

Because there is not yet any consensus of the best VR devices or platforms, the Virjox project has started to test several alternatives. We are also conducting interviews among content producers in the rising VR field to monitor future trends both in production and technology. The project has also prepared to invest more on new VR devices in the coming months.

Flexibility, openness and willingness to constantly test and learn about the VR are of prime importance.

Project: Engaging services in virtual reality (VIRJOX), 11/2016–5/2018

Lead by: Dr. Heli Vääätäjä

Collaborators: Markku Turunen and Esa Sirkkunen, Faculty of Communication Sciences, University of Tampere; Turo Uskali, Department of Language and Communication Studies, University of Jyväskylä

Funded by: The Finnish Funding Agency for Innovation Tekes, three universities and three companies (Sanoma, Finavia and Futurice)

Project online: <http://virjox.hti-tampere.fi>

References

- Anderson, Erica & Nessa, Shazna (2016). Introducing Journalism360: An Immersive News Initiative. *Medium.com*, 11 April 2016. <<https://medium.com/journalism360/introducing-journalism-360-d58b9e72e2e#.j7uzuy4hq>>. [Accessed 21 February, 2017.]
- De la Peña, Nonny; Weil, Peggy; Llobera, Joan; Giannopoulos, Elias; Pomés, Ausiàs; Spanlang, Bernhard; Friedman, Doron; Sanchez-Vives, Maria V. & Slater, Mel (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence* 19(4): 291-301.
- Ergylel, Deniz (2017). CNN Launches Virtual Reality News Platforms: The 360 Videos Will Be Natively Viewable on iOS and Android Apps. *CNN.com*, 7 March 2017. <<https://haptic.al/cnn-launches-virtual-reality-news-platform-69dbf61c2b73#.dkgi7ungf>>. [Accessed 8 March, 2017.]
- Future Today Institute (2016). The Tech Trends You Need To Know For 2017: FTI's Annual Report. *SlideShare.net*, 22 November 2016. <<http://www.slideshare.net/webbmedia/embargoed-until-dec-13th-future-today-institutes-2017-tech-trends-report>>. [Accessed 21 February, 2017.]
- Hanlon, Patrick (2016). 'The New York Times' Launches Daily 360 VR News. *Forbes.com*, 1 November 2016. <<https://www.forbes.com/sites/patrickhanlon/2016/11/01/the-new-york-times-launches-daily-360-vr-news/#116e9051226d>>. [Accessed 8 March, 2017.]
- Sirkkunen, Esa; Vääätäjä, Heli; Uskali, Turo & Rezaei, Parisa Pour (2016). Journalism in Virtual Reality: Opportunities and Future Research Challenges. *Proceedings of the 20th International Academic Mindtrek Conference. ACM Digital Library.org*, 17-18 October, 2016. <<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2994310.2994353>>. [Accessed 22 February, 2017.]

Mikolaj Dymek

Vägar som bär eller broar som brister?

*Reflektion över forskningsprojekt
i gränlandet akademin-kommunikationsbranschen*

Utgör forskningen ett världsfrånvänt elfenbenstorn som reciterar inbördes på utdöda språk och lämnar notan för spektaklet hos skattebetalarna? Tvivelsutan är inte problematiken så pass enkelspårig att den fullständigt ryms inom staketet för ”nyttiga verkligheten”, det vill säga, enligt flera samhällsdiskurser, vinstdrivande företagsverksamhet. Jag ägnade tre år åt frågeställningen som deltidсанställd på en PR-byrå som så kallad inhouse-forskare samtidigt som jag post-doktorerade på universitetet.

Vägar som bär eller broar som brister var titeln på ett öppet seminarium som jag arrangerade år 2012 på Uppsala universitet med representanter från näringslivet och forskning som diskuterade frågor kring deras samarbete. Som så kallade ”Flexit-forskare” hade jag den (ungefär obligatoriska) äran att arrangera detta inom ramen för mitt tre-årig post-doktorala forskningsprojekt finansierat av Stiftelsen Riksbankens Jubileumsfond (RJ).

Mitt projekt var knappast unikt – det pågående RJ-projektet Flexit är inne på sitt nionde år med 23 post-doktorala treåriga humsam-forskningsprojekt,¹ samtliga i samarbete med gästföretag. Minst sex stycken

projekt – och flera potentiella som inte blev av – behandlade i bred bemärkelse ”medie- och kommunikationsfältet” genom företag aktiva inom digitala medier, (e-)böcker, reklam, och mitt projekt som avhandlade ”konsument-PR och digitala medier”.

Konkret handlade mitt Flexit-projekt om att med gästföretaget (en PR-byrå) utforska: 1) användningen av digitala medier i PR-sammanhang, 2) användningen av (data)spelmekanismer inom digital marknadskommunikation, 3) PR-industrin ur ett kulturindustriellt perspektiv.

25 procent av tjänsten var i egenskap av ”analytiker”, finansierad av och anställd i PR-byråns s.k. *insight*-avdelning som producerade analyser (”*research*”) och planer (”*planning*”) för PR-kampanjer. Resterande 75 procent av tjänsten var egen forskningstid finansierad av RJ, affilierad med Uppsala universitet.

Mina reflektioner baseras på analyser av personliga och andras Flexit-erfarenheter, men utgör inget renodlat forskningsprojekt (även om jag ställt upp som informant för forskningsprojekt om samarbeten mellan

Mikolaj Dymek, universitetslektor i strategisk kommunikation med inriktning mot marknadskommunikation vid Mittuniversitetet. Hans forskning handlar om marknadskommunikation, PR och digitala medier. Han har medredigerat *The Business of Gamification – A Critical Analysis* (2016, Routledge) och *Video Game Marketing – A Student Textbook* (2016, Routledge).

näringsliv-academia), eller något försök till helhetsutvärdering av Flexit-projektet.

En kaskad av kulturkrockar

Flexit-projektet vill enligt egna utsagor:²

- 1) Bygga broar mellan humanistisk/samhällsvetenskaplig forskning och näringslivet.
- 2) Underlätta kunskapsutbyte och stimulera kontakter.
- 3) Påverka meriteringssystemet så att näringslivserfarenheter värderas högre.
- 4) Visa alternativa karriärmöjligheter.

Detta låter onekligen attraktivt och visionärt – men frågan är om det går att utröna något större budskap bakom dessa paroller. Det går omedelbart att hänge sig åt (tidstypisk) kritik av *New Public Management* (NPM) i universitetsvärlden, alternativt rulla ut den retoriska röda mattan för “regionala klustersamarbeten”, ”Triple helix-baserade” innovationssystem och ”universitets-spinoffs” – men först mina empiriska reflektioner från “verkstaden”.

Samarbetet med mitt gästföretag kan – och det föga oväntat – beskrivas som en sprudlande kaskad av kulturkrockar. Utan näringslivserfarenhet var min avsikt att byta universitetsmiljön för att, *ad novum*, möta en utforskad verklighet i form av ett ungt, dynamiskt, projektbaserat företag i kommunikationsbranschen.

Byrån bestod av tiotalet rastlösa medarbetare som “kedjemobilsamtalade” indränkta i senaste musiken flödandes från ett professionellt ljudsystem ut i det öppna kontorslandskapet (gästföretaget har rötter i DJ-musikscenen) – allt med syftet att försöka skapa nästa “super-virala” kommunikationskampanj.

På så sätt byggdes onekligen (tillfälliga) broar mellan två miljöer och flertalet personer som aldrig skulle ha mötts, dessutom inom ramen för gemensamt (vinstgenererande) arbete men också seminarier och andra mötesplatser.

De mindre sangviniska, tidvis inkommensurabla, kulturkrockarna bestod av kunskapssynen, organisationskulturen samt arbetsprocesser.

Rådande kunskapssynen i mitt gästföretag, och många andras, var av *instrumentell* karaktär med inslag av “gerontokratisk autodidakt fronesis”, dvs. “nyttig” (med andra ord vinstgenererande) “tyst” (“som inte går att skriva ner”) kunskap i händerna på “erfarna” praktiks specialister (dvs. med pondus-byggande bransch-hundår under bältet).

Detta perspektiv är nog inte unikt för en ung bransch med begränsade institutionaliserade professionaliseringsmekanismer eller högre bildningstraditioner. Dock ställdes denna melerade kunskapssyn på sin spets i samband med implicita antaganden kring “frågeföretaget”.

Stereotyp baseras akademiska miljöer på meritokratiska, polemiserande, kritiska och ifrågasättande kunskapsbegrepp – akademiska seminariertraditionen eftersträvar att vara *öppen* i praktiskt taget samtliga betydelser. Denna öppenhet förväxlades på väg över till “andra sidan bron” till att mottas som ett mållöst, förlustbringande, kontraproduktivt, verklighetsfrämmande, abstrakt teori-lovsjungande, navelskådande utan pragmatisk rutin. Branschfrågor ställs bäst av rutinerade branschspecialister – brobyggande akademiker jobbar (helst snabbt och effektivt) på svarets sida. “Frågeföretaget” byggdes med andra ord på branschförankrad, ovan beskriven, “gerontokratisk autodidakt fronesis” – *inte* på “svåra” akademikers evinnerliga ifrågasättande.

Vilket blir en flytande övergång till organisationskulturernas skillnader mellan universitet och gästföretag. Detta utgör kulturkrockens själva pudelkärna och kan expanderas oändligt.

Generella observationer: gästföretaget var organiserat kring korta och arbetsintensiva projekt (runt 3-4 veckor), extrem tidsfokus (varje timme, inklusive forskning, internderiterades personligen enligt dussintalet tariffer), hög budgetmedvetenhet (till exempel ibland dikterades mötesdeltagande av projektbudgetens status), hög personalomsättning, isolerade arbetsprocesser (“stegraketer”), fetischistisk kundfokus, extremt resultatorienterad projektledning, en hierarkisk makt-, legitimitets- och kunskapsstruktur trots till

synes ”platt” organisation, samt specifikt för byråvärlden – fokus på en ”positiv”, friktion-slös, lösningsorienterad, känslöstämningsskursor av att ”allt är möjligt”.

Det fanns med andra ord begränsat utrymme i operativ verksamhet åt akademiskt, kritiskt (”negativt?”), ”mållöst” utforskande utan tidsplan, garanterade lösningar och lönsamma svar.

Det är ganska uppenbart att detta inte nödvändigtvis utgjorde den mest främjande arbetsmiljön för fokuserad, kvalitativ och textproduktionsbaserad forskning. Att hitta arbetsro och forskningsfokus i kontorslandskapet gick efter ett tag – svårare var däremot att med forskningstidens självdikterade flexibilitet kunna isolera sig från brådskande dödligheter, lojaliteten till och lagkänslan i företagsprojektet.

Företagets lakej?

Men i den balanserade rättvisans namn måste luppen även riktas mot den andra parten i brobygget – academia. Det bör nämnas att i vissa humsam-fält är företagssamarbete närmast att betrakta som en oanständighet som tvivelsutan inkräktar på forskningens integritet.

I mitt fall utgjorde detta inte en större utmaning eftersom inom min disciplinära bakgrund, industriell/företagsekonomi, finns en tradition av gränsdragningar – man blir *inte* företagets lakej genom att forska om det, lika lite som till exempel ornitologer blir till fåglar av att studera dessa.

Men i andra humsam-fält finns inte denna gränsdragningstradition, och kanske huvudsakligen negativt i termer av forskningens oskrivna *savoir vivre*: ”varför studera företag när man kan studera djuplodande frågor istället?”

På så sätt kan man säga att punkt 3 och 4 i Flexit-programmets mål (se ovan) onekligen belysts, men knappast grundligt förändrats – Flexit är ingen genväg *vis-à-vis* klassisk karriärväg uppåt-framåt genom disciplinens hierarkier.

Saknar branschens energi

Finns det ingen frälsning från denna fado-liknande klagosång över brobyggandets krämpor?

Jo, Flexit-projektets tre år utgjorde de mest insiktsfulla och händelserika hittills i min akademiska karriär. Rent praktiskt innebar det mängder av empiri, en forskningsutveckling mot MKV-området med min nuvarande lektorstjänst som resultat – ja, den största praktiska insikten var en makalös vilja att återvända till den renodlade akademiska karriären.

Det jag saknar mest är PR-branschens fångslände energi – under Flexit-åren *ville* jag jobba med företagsprojekten fulla av gemenskap, handlingar och rappa projektfaser, *istället* för att själv stirra på ett tomt Word-dokument och invecklade Special Issue CfP:s. Gästföretaget kommunicerade ofta Flexit-samarbetet utåt, t.ex. mot nyanställningar eller kunder, som också var hövligt nyfikna över samarbetsformen.

Med en medie- och kommunikationsbransch i drastisk omstöpning med ömsom Ragnarök (traditionella journalistiska massnyhetsmedier), ömsom Klondyke (PR/reklam, sociala medier, app-ekonomin och så vidare) är dess intresse av akademiskt samarbete förstäligt – säkerställa bräcklig existens, eller legitimera nyskapelser, men båda utgör svallvågor från digitaliseringens tsunami. Humsam-akademiens relativt nyfunna intresse av industrisamarbete har en mer politisk upprinnelse där tentativa förklaringar går att finna i fonden av NPM-vurm och nyttoimperativ som onekligen genomsyrar stora delar av svensk forskningsfinansieringspraxis.

Möjligen vill humsam-forskningsstiftelser legitimera en fristad från tillväxt- och kommersialiseringsdiskurser inom forskningen, genom att påvisa de dimensioner som är diskurskompatibla för att på så sätt klargöra dimensionerna som *inte* är tillväxtfrämjande, och därmed av annan betydelse? Onekligen pågår debatten och många svåra spörsmål måste besvaras för att förtydliga humsam-forskningens position inför framtiden.

Noter

1. Riksbankens Jubileumsfond (2017b).
2. Riksbankens Jubileumsfond (2017a).

Referenser

- Riksbankens Jubileumsfond (2017a). Flexit. [Online.] Available at <<http://www.rj.se/Var-forskning/Flexit---for-akademi-naringsliv-och-organisationer/>>. [Accessed February 1, 2017.]
- Riksbankens Jubileumsfond (2017b). Flexit-forskarna. [Online.] Available at <<http://www.rj.se/Var-forskning/Flexit---for-akademi-naringsliv-och-organisationer/Flexit-forskarna/>>. [Accessed February 2, 2017.]

Riikka Haikarainen

”We want you to feel possible”

Three lessons from a journalist who switched to academia

As a journalist and staff writer for a decade, I made a transition to the academic world in 2014–2015 as I studied for a Master of Arts in Specialized Journalism at the University of Southern California in Los Angeles. Through my studies, I acquired new journalistic skills, but more importantly, developed courage to test new ideas and practices. I will present three lessons in the media field and the Southern Californian professional culture that I came home with. In my daily work, these lessons have also evolved into a new storytelling concept: I have developed a live storytelling event for the Finnish National Theatre where journalists present a previously unpublished story as a live speech. So far, all the nine shows have been sold out, received excellent feedback from the audience, and created enthusiasm in our newsroom.

“We want you to feel possible.”

With these words, my professor at the University of Southern California (USC) in Los Angeles greeted my fellow Master of Arts graduate students and me in her first e-mail to us. It was a hot Californian July of 2014, and we – some recent journalism graduates, others experienced reporters like myself – were embarking on an exhausting yet rewarding 10-month-long program in Specialized Journalism.

During the course of the program, I often thought about my professor’s slogan. For me, the feeling of ability and potential summarizes the new insights that I brought back from California to my work as a staff writer for *Helsingin Sanomat*, the biggest daily newspaper in Finland.

In the academic world, I acquired new journalistic skills, but perhaps more importantly, developed courage to test new ideas

and practices. In this article, I will analyze my study experience by presenting three lessons that I learned. They emphasize the nobility of networking, being ambitious but constantly examining what you don’t yet know, and experimenting with new solutions. I will also present the new storytelling concept – a live journalism event – that I have successfully developed with my colleagues in *Helsingin Sanomat*. I hope these experiences and insights are valuable and relevant to both media researchers and practitioners who seek to develop their own professions.

Lesson #1: Nobody works alone – use other people’s expertise

Networking is not about building a personal brand, rather it is about enriching your own work with the wisdom of collaborators.

The Annenberg School for Communication and Journalism’s Specialized Journalism program at the USC, a private university with more than 45 years of experience in communication and journalism education, trains journalists “to produce high-level reporting

Riikka Haikarainen, Communications Manager for Science and Research at Aalto University, Helsinki, since May 2017. Former journalist, staff writer in the newspaper *Helsingin Sanomat*, Sanoma Media Finland.



MATTIAS JASKARI

At the commencement ceremony, the USC graduates receive diplomas wearing the traditional cap and gown. The author of this article is standing to the left.

on the topic of their choosing across media platforms” (USC Annenberg, 2017). For a program that costs USD 56,000, I received a full scholarship from the Helsingin Sanomat Foundation, a private foundation established in 2005 with a mission of supporting Finnish quality journalism and freedom of speech (The Helsingin Sanomat Foundation, 2017a).

The program at the USC Annenberg offers specialization classes in a wide variety of subjects, ranging from politics and education to science, business, environment, health, sports, arts and urban affairs. Having worked as a science and health reporter in Finland, I picked science journalism as my area of focus. I also wanted to deepen my knowledge in a totally different area of journalism: religion reporting, focusing on Islam. In addition to these, I was free to take classes from any USC school or faculty and I picked courses in communication management, TV production, and drama.

The multidisciplinary nature of the program emphasizes network building as a cruci-

al skill in today’s rapidly changing media field. Before the program took off, we were asked to write a short biography. Only as I read my classmates’ bios did I realize that their purpose was to function as an invitation to collaborate: the bios described the skills, interests and professional mission of each student. The bios were circulated among our guest speakers, teachers and professors. Consequently, some of them even knew our names as they arrived to lecture for the first time.

The general atmosphere at Annenberg was one of mutual cooperation: not only did the students look for valuable professional contacts, but the faculty staff also considered the student body to be their possible future collaborator. The staff was eager to dig out the special qualities, interests, and strengths of their students in order to guide us forward and introduce promising graduates to employers.

My year in California made me realize – somewhat contrary to my own previous thinking – that networking is not an act of build-

ding a personal brand but rather a necessity and first step in mastering your craft as a media professional. In the Southern Californian work culture, the starting point is that nobody works alone. One should always reach out to relevant professionals to invite their expertise to complement one's own work.

How do we bring about this culture of cooperation into our Nordic context and implement the same method of working between journalists and journalism researchers? The need and motivation for cooperation seems apparent. With the media business being currently redefined, journalists are hungry for expert knowledge in their own field. In January 2017, *The New York Times* published a report outlining the newsroom's strategy and aspirations (The New York Times, 2017). According to the report, the NYT staff is craving new skills and insights and, thus, the report calls for a major expansion of staff training in digitally native journalism. This is a valuable momentum for a much closer cooperation between journalists and researchers, also in the Nordic countries.

Cooperation demands a mutual will to share knowledge and learn from each other. While working as the science editor for *Helsingin Sanomat*, I was invited to give a lecture on our news criteria and editorial process for the students of the science journalism program at the University of Helsinki. During my lecture, I received excellent questions and comments from the students – both Master's and PhD students, some already working full-time as science communicators – and thus made new contacts with potential news sources.

Another example of a fruitful cooperation is the ongoing research project on the "post-truth era" funded by the Helsingin Sanomat Foundation. The project with a funding of 500,000 euros was launched with a one-day, open seminar that was attended by almost 100 journalists and media researchers (The Helsingin Sanomat Foundation, 2017b). First, they were briefed on global security threats and the newest technological developments in spreading propaganda and disinformation. During the second part of the seminar, the

participants were divided into small discussion groups which brainstormed ideas for research projects and thus enabled meaningful networking opportunities for journalists and researchers.

Lesson # 2: Be ambitious but accept guidance

As the media landscape is rapidly changing, we need both the newest knowledge and the long-term wisdom. Look outside your bubble – you can't teach what you don't know.

As a professional journalist and staff writer for a decade, I believe I am on fairly good terms with deadlines. Still, the M.A. program at USC challenged even me. We started off with a digital reporting immersion course, which brought about 10-hour-long working days, plus additional homework. Throughout the program, every deadline came with a set time, not just a date.

The higher the demands, the more supportive the USC teaching staff became. The faculty did their utmost to support the students in reaching their goals. As part of the immersion class, each one of us produced a short video documentary shot in a Los Angeles neighborhood. When one of my classmates broke her arm in a car accident during the immersion course, professors organized a group of students to edit and finalize her documentary.

As the demands grow higher, accountability and transparency have to be of top quality, too.

This also applies to the changing media landscape, demanding both media scholars and practitioners to constantly examine what we do not yet know. Do we, in the Nordic context, challenge ourselves enough? Nordic journalism and media research should partner with the best experts in the world – we all have the necessary language abilities for that.

I will offer a couple of practical suggestions on how to go about in mutual learning. First, as a journalist, check out and update your own network – find out who's the best journalism scholar in your own field of interest or beat, be it political reporting, gender issues, or health

reporting. Subscribe to the newsletters of the top journalism research think-tanks such as the Nieman Journalism Lab at the Harvard University (Nieman Foundation, 2017), which reports on the most promising journalistic innovations. As a researcher, look for the smartest and most astute journalist in your field of interest and start building a relationship. Invite a top Fulbright scholar to work at your media house or university, or partner with a media company to bring in a world-class journalism expert to give training.

Don't hesitate to address and debate also extremely topical themes with researchers – such a discussion can be rewarding for both parties. Here's an example: In early March 2017, *Columbia Journalism Review*, the bi-monthly publication of the Columbia University Graduate School of Journalism, partnered with Reuters and *The Guardian* and organized a one-day conference on the media coverage of President Trump's six-week-old administration. The panel discussion, which was live-streamed, featured journalism professors, and editors from both the *New York Times* and *Breitbart News*, the pro-Trump conservative media outlet (The Columbia Journalism Review, 2017).

The most important aspect is your attitude: hunger for continuous professional development, interest in the needs of others, and readiness to listen.

Lesson # 3: To make something possible, you need to experiment

Embrace pragmatism: analyze by making prototypes. Spread and test your ideas as early as possible.

During my studies at the USC, I only read a handful of academic articles on media research; the program did not dive deeply into the research of journalism. Acquiring and improving the abilities to *practice* journalism were the main goals and, thus, prototyping and experimenting were the most important methods of learning. In our monetization class, we took assignments from media startups and solved business cases on monetizing

content. During the science journalism course, we visited a biology lab and covered their research projects. With the religion reporting class, we travelled to Indonesia for a ten-day reporting trip.

How do we make journalism research relevant in today's journalism education and rapidly changing field? Since many professional journalists don't necessarily follow journalism research that closely, researchers should try to popularize their research towards journalists through social media, trade publications, and journalism conferences. I believe researchers should learn how to be translators, interpreting the unfamiliar in familiar terms. Through the process of exchanging ideas on research and practical journalistic work, both journalists and scientists could enhance their thinking and prototype new ideas.

I myself returned home from California with one prototype: a new concept for journalistic storytelling. I developed the idea in Los Angeles where I saw a show called Pop-Up Magazine, a live storytelling event, organized by a collective of freelance journalists and documentarists at a local movie theater. At the Pop-Up Magazine show, they presented a previously unpublished live speech based on their journalistic projects. In the U.S., many media outlets are experimenting with similar live journalism formats to engage new audiences and develop storytelling (Eveleth, 2015).

I wanted to experiment with the live journalism concept with my colleagues from *Helsingin Sanomat*, (HS) and during the fall of 2015 we started to develop a live journalism event called *The Black Box* (*Musta laatikko* in Finnish). At Black Box, ten journalists from HS climb up to a theatre stage and present a previously unpublished story as a live speech. *The Black Box* premiered at the Finnish National Theatre in February 2016. Since then, all five productions – nine shows in total – have been instantly sold out and received enthusiastic feedback from the audience which now amounts to more than 3,000. One of the live events has also been live-streamed for the digital subscribers of HS.

The live stories performed at the Black Box

have covered almost every beat of the newspaper: from domestic and international news, business and politics to arts, history, personal stories, sports, and lifestyle. The journalists have given exclusive insights into their investigative methods and scoops. Each story is previously unpublished: they are told for the first time at the theater stage. The speakers prepare the script for their 5–12-minute-long speech beforehand, go through a rigorous editing process with an editor, and, finally, rehearse the speech several times with editors and a freelance speech coach. Later on, many of the live speeches are rewritten for print or online news stories and published at HS.fi.

In December 2016, we conducted a small survey among the members of the live audience and received over 350 written evaluations. The feedback was extremely positive and enthusiastic: the audience was excited about the exclusive and behind-the-scenes-type of content that the speeches offered. I believe, at best, such a transparency and openness builds up trust between journalism and its audience. At the HS newsroom, the Black

Box offers a new, exciting venue for audience engagement, and our journalists have been pleased to get professional coaching in public speaking.

More in common than ever before

Right now, journalism researchers and practitioners have a stronger need to cooperate than ever before. During the last couple of years, we have witnessed a growing populist political culture both in the U.S. and in Europe – a development which emphasizes the need to defend our professionalism: the pursuit for truth, commitment to democracy and independence. I believe this trend will ultimately draw the different fields of media closer to each other.

Although the rising nationalist and populist political movements frame societal problems as simple, us-versus-them-type-of battles, the biggest challenges of today are so-called “wicked problems”. Such dilemmas have contradictory and ever-changing requirements, and their solutions are inherently dif-

MATIAS JASKARI



In the academic year 2014–2015, the M.A. in Specialized Journalism program at the USC had 23 students, all of whom were women. 18 of the students were U.S. citizens.

ficult because of complex interdependencies. The three lessons I presented – the nobility of networking, being ambitious but constantly examining what you do not yet know, and experimenting with new solutions – are tools

that both journalists and media researchers who work in the complex world of today can make good use of. At best, they are tools that make you feel more possible, no matter what your field is.

The Helsingin Sanomat Foundation grants scholarships to Finnish journalists

- Since 2006, the Helsingin Sanomat Foundation has granted more than 100 scholarships to Finnish journalists in their mid-career to study and develop their professional skills in top universities abroad.
- In addition to the University of Southern California, Los Angeles, the foundation sends journalists to the Columbia University in New York City, Reuters Institute at Oxford University (UK), Freie Universität (Berlin, Germany), Fudan University (Shanghai, China), and the European University at Saint Petersburg (Russia).
- At USC and Columbia, the Finnish journalists study for a Master's degree. In the other universities, they take classes as visiting scholars working on a personal study project which is published at the end of the academic year.

References

- The Columbia Journalism Review (2017). Covering Trump Conference on Journalism, Politics and Fake News. [Online.] Available at <http://www.cjr.org/covering_trump/covering-trump-what-happens-when-journalism-politics-and-fake-news-collide.php> [Accessed 7 March, 2017.]
- Eveleth, Rose (2015): Exploring the Rise of Live Journalism – Walking tours, workshops, and other live events bring narrative reporting and writing from the page to the stage. Article published May 7, 2015. [Online.] Available at <<http://niemanstoryboard.org/stories/exploring-the-rise-of-live-journalism/>> [Accessed 8 March, 2017.]
- The Helsingin Sanomat Foundation (2017a). Awarded Grants. [Online.] Available at <<http://www.hssaatio.fi/en/grants/>> [Accessed 7 March, 2017.]
- The Helsingin Sanomat Foundation (2017b). Tutkijat ja toimittajat kohtasivat. [Online.] Available at <<http://www.hssaatio.fi/tutkijat-toimittajat-kohtasivat-totuudenjalkeinen-aika-seminaarissa/>> [Accessed 7 March, 2017.]
- The New York Times (2017). Journalism that stands apart: The report of the 2020 group. [Online.] Available at <<https://www.nytimes.com/projects/2020-report/>>. [Accessed 3 March, 2017.]
- The Nieman Foundation (2017). About Nieman Lab. [Online.] Available at <<http://www.niemanlab.org/about/>>. [Accessed 8 March, 2017.]
- USC Annenberg (2017). Specialized Journalism at USC Annenberg. [online]. Available at <<http://annenberg.usc.edu/journalism/specialized-journalism-MA>>. [Accessed 3 March, 2017.]
- USC Annenberg (2017). Master at USC Annenberg. [Online.] Available at <<http://annenberg.usc.edu/journalism/specialized-journalism-MA>>. [Accessed 3 March, 2017.]

COMMENTARY

Maria Lassila-Merisalo

Fellowship year abroad: A career springboard for journalists

Riikka Haikarainen's story is an example of a successful fellowship period: she acquired new skills and got to use them in her workplace by creating something completely new. A study on the Helsingin Sanomat Foundation fellowships shows that even though the academic year abroad is a significant experience for the journalists, the return to the workplace is not always smooth.

For over a decade now, the Helsingin Sanomat Foundation has offered opportunities for Finnish journalists to develop their professional competencies by studying a year in abroad universities.¹ The fellows are then to return to their home organizations with new skills and competencies which they share to their colleagues and thus benefit the whole work community.

However, the fellowship year has led to a significant amount of changes in the journalists' career paths. According to a study I conducted two years ago,² half of the fellows of the Helsingin Sanomat Foundation have changed jobs after returning from their period, and 42 percent have had significant changes in their work description.

The high mobility of the fellows came as a surprise to the foundation. That was never a goal of the program.

From the viewpoint of the fellows, the changes have been mostly to the positive. Nine out of ten of those who have experienced a career change have initiated it themselves, and the work satisfaction of the fellows has increased. However, from the point of view of the employers, the changes are more problematic.

“Like a hospice”

Only 53 percent of the fellows felt that their employer had a positive attitude toward their fellowship experience when they returned to the workplace. A negative attitude was sometimes mentioned as a reason for a career move. Furthermore, 87 percent of the fellows said that the fellowship period encouraged them to make decisions regarding their working life.

As one fellow stated: “I never would've dared to make such a decision [to resign from a permanent job], because there I would've been, living the routine of the editorial office, and no-one just leaves from there, it would be too audacious. But a year in Berlin was like a smooth landing, it helped in making the final decision. It was like a hospice.”

The fellows represent a carefully selected group of prominent journalists, and a fellowship is a significant experience in their lives. The employers ought to try and find ways to engage the returning fellows by recognizing the experience they have gained, and by giving them challenging and meaningful tasks.

Vice versa, the fellows could try and commit their employers by engaging them to their projects all the way from the beginning, showing them what there is to gain.

“From the point of view of the fellow, the system is outstanding, downright luxury. It

Maria Lassila-Merisalo, PhD, Adjunct Professor, Development Manager at Häme University of Applied Sciences HAMK.

would be good, if the employers figured out ways to utilize the new ideas and the energy the returning fellows bring with them. Some-

times it seems that they are intimidated by it” one fellow wrote.

Notes

1. During the time of the study, the fellowship destinations included four universities in the United States (Stanford University, Columbia University, University of California Berkeley, and University of Southern California Annenberg), Oxford University in the UK, Freie Universität in Germany, and Fudan University in China.
2. Lassila-Merisalo (2015). The study included a survey on the Helsingin Sanomat Foundation fellows from the years 2006–2013, complemented with a survey on journalists who had applied for a scholarship during the years 2010–2015 but had not been granted one, and an interview of ten fellows. The response rate of the fellow survey was 74 %, N=45, and the response rate of the control group survey was 33 %, N=52.

Reference

- Lassila-Merisalo, Maria (2015). “*Muutin koko elämäni suuntaa*”: *Helsingin Sanomain Säätiön stipendiohjelman vaikutus toimittajan urapolkuun*. Jyväskylä: University of Jyväskylä. [Online.] Available at <<http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-6307-1>>. [Accessed 14 March 2017.]

Anu Koivunen

#Sipilägate and the break-up of the political bromance

Crisis in the relationship between Finnish media and politicians

What is happening in Finland? Prime Minister Juha Sipilä mail-bombs public service broadcaster YLE over a single news story, YLE management reacts by scaling down coverage, a well-known TV personality is threatened with sacking, three high-profile YLE journalists resign in protest. Debates and investigations follow one another, and both Prime Minister and YLE are reproached by the Council for Mass Media for their actions. As a consequence, Finland loses its number one position in Press Freedom Index 2017. #Sipilägate can be read as a symptom of several developments. While Juha Sipilä appears as “a little Trump” representing an accelerating global distrust in media, the prolonged public dispute also signals a crisis in the traditionally close relationship between Finnish media and leading politicians.

On Friday November 25, 2016, the Finnish public broadcaster YLE published an online story that infuriated Prime Minister Juha Sipilä. Since then, YLE’s journalism has been an object of public debate and investigation.¹

What first seemed to be a top politician losing his temper and judgement over a single story appears now, five months later, to be a case of politicians’ distrust in the quality of the media, which has become highly visible as a global phenomenon since the US presidential election. What is at stake is not only the status and independence of YLE’s public service news and actualities, but also the political public sphere as we know it.²

The close relationship between media and politicians, characteristic of Finnish political culture, is changing. Furthermore, #sipilägate has engendered tensions within the Finnish media landscape, bringing them to the fore.

#Sipilägate as #Ylegate

In the YLE online story in question, the prime minister’s relatives were revealed as owners of a company which had been awarded a contract worth half a million euros by the state-owned firm Terrafame, “just days after the Prime Minister approved a hundred million euros in additional funding for the mine”.³

While the story built on a scoop of *Kansan Uutiset*, a left-wing weekly newspaper from the previous day, it was YLE’s coverage that provoked the prime minister, who denied any conflict of interest in a quick blog entry, accusing YLE of publishing incorrect facts and insinuations and of smearing not only himself but also his children and relatives. He complained about not having had a chance to comment on the news, or having been given too little time to react, and questioned the

Anu Koivunen, Professor in Film Studies at the Department of Media Studies at Stockholm University. She is currently investigating issues of media, democracy and national public sphere within a research programme Driving Forces of Democracy: Patterns of Democratization in Finland and Sweden, 1890–2020 (2015–2017). She is an active participant in the public debate on #Sipilägate in Finland.



Finland's Prime Minister since 2015, Juha Sipilä (the Centre Party) is a millionaire and former businessman who has been reluctant in answering journalists' questions about his assets and investments. This has resulted in a strenuous relationship not only with public service broadcaster but media in general.

overall relevance of investigating potential conflicts of interest.⁴

The news story evolved into a full-blown media scandal five days later as *Suomen Kuvalehti*, with sources inside YLE, revealed the extent of the prime minister's mail-bombing and accused YLE's editorial management of halting several stories as a result of political pressure.⁵

Not only had Sipilä phoned and texted the editor-in-chief, Atte Jääskeläinen, several times; he also sent seventeen e-mails over the course of Friday and Saturday to journalist Salla Vuorikoski. As a complaint over the coverage, Sipilä spent Friday evening forwarding angry e-mails he had received from citizens to Vuorikoski. He criticised YLE for acting as a political opposition: "My respect for YLE is now exactly zero, which of course is no different from yours for me. So now we're even".⁶

In his response, Atte Jääskeläinen firmly denied having encountered political pressure, stating the motivation behind his decision to change the coverage and to cancel follow-up

stories as a purely journalistic act aimed at giving the overall coverage an appropriate scale and preventing further "speculation". Curiously, he also justified the scaling down of coverage with the need to allow the parliamentary ombudsman to conduct an "undisturbed" (työrauha) investigation into Sipilä's liaisons with Terrafame.⁷ He also denied ever having prohibited all coverage of Sipilä and Terrafame in news and actualities in the following week, a claim that many YLE journalists have testified as false.⁸

At a press conference, Juha Sipilä regretted having sent too many e-mails, apologised for his "emotional" reaction, explained it with reference to his sensitivity regarding his family and described his relationship with YLE as "OK".⁹ He continued to accuse YLE of violating the guidelines for journalists, claiming he was merely correcting facts and underlining his right to "be heard".

As the subsequent investigation and ruling of the Council for Mass Media, the self-regulating committee for publishers and journalists, have shown, however, the news story featured

no factual mistakes. Sipilä had also been given due chance to comment on the ownership issue in *Kansan Uutiset*, and the guidelines for journalists had thus been followed.¹⁰

Following investigations in February 2017, the parliamentary ombudsman cleared Sipilä of any suspicion that he might have worked to benefit his family or relatives at any stage in the Terrafame funding process. However, the prime minister was subsequently reprimanded by the Council for Mass Media for exerting pressure on the public broadcaster and by the Deputy Chancellor of Justice for not manifesting support for the freedom of speech in the media, as expected from a person in his position.¹¹

In a unanimous, historic and dramatic statement, the Council for Mass Media contended that Prime minister had not only exerted political pressure but also curbed freedom of speech. However, the statement hardly generated any political debate in Finland.

Self-censorship or “fair play”?

As for YLE, #Sipilägate has entailed a prolonged crisis. High-profile journalists have resigned, accusing editorial leaders of limiting freedom of speech and compromising journalistic ethics. Moreover, Ruben Stiller, the presenter of the weekly current affairs TV programme *Pressiklubi*, who was issued with a written warning in conjunction with #Sipilägate, will step down from prime time.¹²

All of the four journalists involved in the publication of the original news story on Sipilä and Terrafame have left the YLE newsroom. The governing bodies of YLE, the board and the Administrative Council, have repeatedly expressed support for CEO Lauri Kivinen and the editor-in-chief of news and actualities, Atte Jääskeläinen, who have referred to organisational problems and the introduction of new management structures and have blamed critics for insufficient or deviating journalistic standards.¹³

In response to accusations of self-censorship and lack of freedom of speech, the YLE board of directors has commissioned an inde-

pendent inquiry into its journalistic decision-making. The inquiry, composed by Professor of Law Olli Mäenpää (University of Helsinki), will be published in May.

In March, however, the Council for Mass Media ruled against YLE, condemning – after a close vote – YLE’s newsroom management for giving into pressure from the prime minister. YLE was reprimanded for violating two key journalistic guidelines: not resisting outside pressure and surrendering journalistic decision-making to an outside party.¹⁴

The editor-in-chief Atte Jääskeläinen, obviously, could not admit to violating major press rules and referred to the decision as “a decision by half the council”. Jääskeläinen, furthermore, continues to argue that the real crisis is not the political pressure but the desire of journalists within YLE to question the kind of “responsible journalism based on rules of fair play” that he would like to promote.¹⁵

A broken bromance?

The detailed documentation attached to the Council for Mass Media’s ruling on YLE, featuring testimonies by participating journalists and members of editorial management, reads like a fascinating testimony of the relationships between public service media and politicians.

Whereas politicians in Sweden reportedly avoid contacting journalists directly, many Finnish journalists have commented on #ylegate by describing contacts by politicians as a normal, common practice with long historical roots. At the same time, of course, they have asserted that the pressure has never impacted on journalism. Prime Minister Juha Sipilä’s e-mails have been described by both Atte Jääskeläinen and Sipilä himself as “feedback”.¹⁶

With its ruling on YLE, the Council for Mass Media has broken the conventional consensus and what appears to be a national code of conduct by referring to the decisions of YLE’s editorial management as surrendering to external pressure. In so doing, the Council contends that the violation of the sec-

ond journalistic guideline is not a dramatic choice or conscious decision but a banal process whereby the editor-in-chief, within 30 minutes of the prime minister's first angry contact, starts editing an online news story that features no factual mistakes and changes his plans regarding how the story would be covered in radio and TV news. The dramatic effect of the Council's ruling is the unveiling of the everydayness of the undramatic manner in which media independence is compromised.

Given Prime Minister Sipilä's unwillingness to recognise his responsibility to support journalism as a founding democratic institution – independent of individual news stories – it is tempting to see Sipilä as “ein kleiner Trump”, to cite *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.¹⁷ Rejecting all accusations of an exertion of political pressure, Sipilä has not once questioned the politics of his own actions or the public responsibility he has as the prime minister of a majority government making decisions about YLE's budget. He has insisted on his right as an individual to “give feedback”, regretting only the force and tone used.

Interestingly, it seems that the relationship between government and the media in Finland is brought to crisis by politicians such as the prime minister – or the populist Finns' Party (Perussuomalaiset) – not the journalists themselves.

In the new media landscape, the politicians of a country that takes pride in occupying the top spot in the Press Freedom Index¹⁸ nevertheless decline to treat journalism as a founding democratic institution and instead frame media as a political opponent, capitalising on popular distrust.

From this perspective, the journalists' comments on the normalcy of Prime Minister Sipilä's “feedback” can be read as a desperate wooing, a sign of the historical vicinity and mutual dependence, the historical mostly male romance, between media and politicians breaking up. While the prime minister might still refer to the editor-in-chief of YLE news and actualities as “Atte”, this degree of familiarity and intimacy may be a vanishing praxis.¹⁹

What now?

While it is too early to draw conclusions regarding the ongoing crisis, it is evident that #Sipilägate has consequences for both YLE and the wider Finnish mediascape. It is already known that due to political pressure, Finland has lost its number one position on the Reporters without Borders' Press Freedom Index.²⁰

Unlike the Council for Mass Media or many commentators in the public debate, YLE's management systematically refuses to recognise that its actual dependence on politicians for its financing entails a risk to its journalistic independence.²¹ Atte Jääskeläinen recognises the politicisation of media and the growing distrust, but in his vision, YLE's journalism takes a bird's-eye view, standing above this debate and acting as a constructive force in society.²²

While it may be a noble idea, it is highly unrealistic since the politicisation of media increases pressure on public service media.²³ The Finnish parliament is currently discussing the government's proposal to change the law on Yleisradio to enable even stronger political control than before.

The proposal, based on a parliamentary compromise from June 2016, recommends a strengthening of the role of the administrative council, which, according to contemporary praxis, consists of members of parliament and reflects the actual political situation of each election term.²⁴ If the law is changed accordingly, parliament enforces a praxis whereby the YLE board of directors, including the editor-in-chief of news and actualities, discusses the company's future plans directly with the same politicians who determine the funding and guidelines for public service media. In Finland, the public broadcaster is not regulated by fixed concession terms with conjoining budget decisions. Instead, the media tax introduced in 2013 has been discussed annually by politicians.

While the prime minister has appealed to popular sympathy as a victim of media scandal, #Sipilägate has fuelled the popular debate about “elite media” (“valtamedia” in Finnish) enforcing the idea of the media promoting agendas of political and other elites. Finns are traditionally eager news consumers, and in

international comparison, as in *Reuters Institute Digital News Report* (2016), Finns show an exceptionally high level of trust in news organisations. Sixty-five per cent say most news can be trusted, and just under half of Finns deem Finnish media mostly independent of the influence of politicians, government or companies. This, however, may be changing as other questionnaires show signs of growing distrust and scepticism.²⁵

#Sipilägate also challenges the unanimity of mainstream news organisations in Finland, which is evident in the exceptionally strong status of the Council of Mass Media as well as journalists taking pride in the strong professional culture of a non-partisan media. During the past year, the association of editors-in-chief published two collective statements aimed at highlighting journalistic professional standards: one rejecting the practices and pressure of fake media and the other stressing the role and responsibility of the editor-in-chief.²⁶ Notions of CMM-media – one who respects the ethical code established and guarded by the Council of Mass Media – and “responsible media” (punnittu media) were introduced as gestures against distrust in traditional media.

While the role of the Council as a weapon against fake media and what some call the “post-factual age” has become increasingly important, paradoxically, the Council’s authority

has also been questioned. On one hand, the prime minister threatened YLE with complaints to the Council but declined to summon a statement when invited and ignored the reprimands of the Council. On the other hand, editors-in-chief who have received conviction rulings by the Council have deviated from the common praxis of not commenting on them or objecting to them. As for rulings on YLE, Jääskeläinen voiced his “differing opinion”, and the CEO Lauri Kivinen called the decision “an interpretation”.²⁷

Finally and fundamentally, #Sipilägate as #Ylegate has revealed highly differing interpretations of the first guideline for journalists: “A journalist is primarily responsible to the readers, listeners and viewers, who have the right to know what is happening in society”.

Within YLE, the internal debate was about whether the prime minister’s emails and comments on YLE were newsworthy at all – whether the general public had a right to know about them. In the wider debate on YLE, there are differing opinions as to whether journalistic decisions constitute topics for public debate or whether they should be discussed within newsrooms themselves. In other words, #Sipilägate not only challenges the relationships between media and politicians, but also the power structures within newsrooms and the social role of journalism itself.

Notes

1. Yle (2016a), Liski, Eronen & Vuorikoski (2016), Vuorikoski (2016).
2. Koivunen (2016b), Koivunen (2017a).
3. Alén (2016), Yle (2016a).
4. Sipilä (2016).
5. Kauppinen (2016).
6. Vuorikoski (2016), Julkisen sanan neuvosto (2017d, 2017e).
7. Jääskeläinen (2016).
8. Kauppinen (2016), Teittinen (2016); Julkisen sanan neuvosto (2017e).
9. Sutinen (2016).
10. Julkisen sanan neuvosto (2017a).
11. Yle (2017a), Justitiekanslerämbetet (2017), Julkisen sanan neuvosto (2017b).
12. Yle (2016b), Koivunen (2016c), Ahola (2017), Yle (2017b), Teittinen & Manner (2017).
13. Jääskeläinen (2016), Yle (2016b, 2016c).
14. Yle (2017c), Julkisen sanan neuvosto (2017c).
15. Yle (2017d), Jääskeläinen (2017b).
16. Kahilainen (2016), Ylönen (2016). See also Koivunen (2016b).
17. Reinvere (2016).
18. Reporters without Borders (2017).
19. Auvinen (2016).
20. Yle (2017e).
21. Helsingin Sanomat (2016); Mukka (2017), Koivunen (2017a, 2017b).
22. Jääskeläinen (2017a), Koivunen (2017b).
23. Koivunen (2016a, 2017b, 2017 forthcoming).
24. Liikenne- ja viestintäministeriö (2017).
25. Newman et al. (2016), Grönlund & Wass (2016), Koivunen (2017b).
26. Julkisen sanan neuvosto (2016), Päätoimittajien yhdistys (2017).
27. Tiikkaja (2017), Blenkowe (2017).

References

- Ahola, Suvu (2017). Toimittaja Susanne Päiväranta irtisanoutui Yleisradiosta – syyttää päätoimittaja Atte Jääskeläistä sensuurista ja painostuksesta. *Helsingin Sanomat* 9 February 2017. [Online.] Available at <<http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005081221.html>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Alén, Johan (2016). Pääministerillä läheiset yhteydet Talvivaaran urakoitsijaan. *Kansan Uutiset* 24 November 2016. [Online.] Available at <<http://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/3634230-paaministerilla-laheiset-yhteydet-talvivaaran-urakoitsijaan>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Auvinen, Pirjo (2016). Silminnäkiänä Sipilästä ja Ylestä. *Yle* 1 December 2016. [Online.] Available at <<http://yle.fi/uutiset/3-9329727>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Blenkove, Annette (2017). Ylen Lauri Kivinen JSN:n langettavan päätöksen jälkeen: Atte Jääskeläisellä on tukeni. *Yle* 23 March 2017. Available at <<http://yle.fi/uutiset/3-9526607>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Grönlund, Kimmo & Hanna Wass (eds.) (2016). *Politi-tisen osallistumisen eriytyminen. Eduskuntavaali-tutkimus 2015*. Oikeusministeriö, Selvityksiä ja ohjeita 28/2016. Helsinki: Oikeusministeriö.
- Helsingin Sanomat (2016). Toimittajayhdistykset huolestuivat kriittisen journalismin toimintamahdollisuuksista Suomessa. *Helsingin Sanomat* 21 December 2016. [Online.] Available at <<http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005014921.html>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Julkisen sanan neuvosto (2016). Päätoimittajien kannanotto: luotettavan median puolesta. *JSN blogi* 14 February 2017. [Online.] Available at <<http://www.jsn.fi/uutiset/paatoimittajien-kannanotto-luotettavan-median-puolesta/>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Julkisen sanan neuvosto (2017a). Vapauttava 6405/Yle/16 ja 6449/Yle/16. *JSN* 22 February 2017. [Online.] Available at <<http://www.jsn.fi/paatokset/6405-yle-16-ja-6449-yle-16/?year=2017>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Julkisen sanan neuvosto (2017b). Lausuma 6450/L/17, Pääministeri Juha Sipilä. Sananvapauden rajoittaminen. *JSN* 22 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.jsn.fi/paatokset/6450-l-17/?year=2017>>. [Accessed 22 March 2017.]
- Julkisen sanan neuvosto (2017c). Langettava 6398/YLE/16 ja 6401/YLE/16, Yleisradio, Journalistinen päätösvalta. *JSN* 22 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.jsn.fi/paatokset/6398-yle-16-ja-6401-yle-16/?year=2017>>. [Accessed 22 March 2017.]
- Julkisen sanan neuvosto (2017d). Langettava 6398, 6401/Yle/16 Liite 1 ratkaisuun. *JSN* 22 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.jsn.fi/paatokset/6398-6401-yle-16-liite-1-ratkaisuun/?year=2017>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Julkisen sanan neuvosto (2017e). Langettava 6398, 6401/Yle/16 Liite 2 ratkaisuun. *JSN* 22 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.jsn.fi/paatokset/6398-6401-yle-16-liite-2-ratkaisuun/?year=2017>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Justitiekanslerämbedet (2017). Biträdande justitiekanslerns påminner statsminister om vikten av medias yttrandefrihet. *Statsrådet* 20 April 2017. [Online.] Available at <http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/apulaisoikeuskansleri-muistuttaa-paaministeri-sipilaa-median-sananvapauden-tarkeydesta?_101_INSTANCE_3wyslLo1Z0ni_languageId=sv_SE>. [Accessed 24 April 2017.]
- Jääskeläinen, Atte (2016). Päätoimittajalta: Yle päättää journalismistaan itse, ja kantaa siitä myös vastuun. *Yle* 30 November 2016. [Online.] Available at <<http://yle.fi/uutiset/3-9324583>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Jääskeläinen, Atte (2017a). Mitä on Ylen journalismi totuuden jälkeisessä ajassa?. *Yle* 8 March 2017. [Online.] Available at <<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/03/08/atte-jaaskelainen-mita-ylen-journalismi-totuuden-jalkeisessa-ajassa>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Jääskeläinen, Atte (2017b). Kuusi päivää ristitulessa. *Yle* 23 March 2017. [Online.] Available at <<http://yle.fi/uutiset/3-9526435>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Kahilainen, Juho (2016). Sipilä Yle-kohusta: Annoin voimakasta palautetta toimittajalle. *Iltä-Sanomat* 30 November 2017. [Online.] Available at <<http://www.is.fi/kotimaa/art-2000004888082.html>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Kauppinen, Juha (2016). Pääministeri Sipilä vaiensi Ylen: Uutisten johto hyllytti Sipilä-jutut – Ruben Stiller sai varoituksen. *Suomen Kuvalehti* 30 November 2016. [Online.] Available at <<https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/paaministeri-sipila-vaiensi-ylen-uutisten-johto-hyllytti-sipila-jutut-ruben-stiller-sai-varoituksen/?shared=946519-932173d1-4>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Koivunen, Anu (2016a). Ylen riippumatonta asemaa on suojeltava poliittiselta painostukselta. *Politiikasta.fi* 30 November 2016. [Blog.] Available at <<http://politiikasta.fi/ylen-riippumatonta-asemaa-suojeltava-poliittiselta-painostukselta/>>. [Accessed 10 January 2017.]
- Koivunen, Anu (2016b). Tässä ei ole mitään normaalia. *Apu.fi* 5 December 2016. [Blog.] Available at <<http://blogit.apu.fi/sananvoimalla/anu-koivunen-tassa-ei-ole-mitaan-normaalia/>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Koivunen, Anu (2016c). Yleisradion likapyykki. *Tiedetoimittajat.fi* 14 December 2016. [Blog.] Available at <<http://www.tiedetoimittajat.fi/yleisradion-likapyykki/>>. [Accessed at 20 April 2017.]
- Koivunen, Anu (2017a). Murtuuko maan tapa? *Politiikasta.fi* 24 March 2017. [Blog.] Available at <<http://>>

- politiikasta.fi/murtuuko-maan-tapa/>. [Accessed 20 April 2017.]
- Koivunen, Anu (2017b). Epäluottamuksen aika: julkisen palvelun media, journalismi ja demokratia, pp. 27–31 in *Ajatuksia ajasta, demokratiasta ja Ylestä*. Helsinki: Yleisradio.
- Koivunen, Anu (forthcoming 2017). Bortom nationella medieoffentligheter? Mediepolitik och demokratins framtid, in Meinander, Henrik; Karonen, Petri & Östberg, Kjell (eds.) *Demokratins drivkraft: Kontext och särdrag i Finlands och Sveriges demokratier 1890–2020*.
- Liikenne- ja viestintäministeriö (2016). *Parlamentarisen työryhmän muistio: Yleisradio Oy:n julkisen palvelun tehtävät ja siihen liittyvät uudistukset*. Liikenne- ja viestintäministeriö 16 June 2016. [Online.] Available at <<https://www.lvm.fi/lvm-site62-mahti-portlet/download?did=207240>>. [Accessed 30 June 2016.]
- Liikenne- ja viestintäministeriö (2017). *Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lag om ändring av lagen om Rundradion Ab. RP 13/2017 rd*. [Online.] Available at <https://www.eduskunta.fi/SV/vaski/HallituksenEsitys/Sidor/RP_13+2017.aspx>. [Accessed 23 April 2017.]
- Liski, Jarno; Eronen, Jussi & Vuorikoski, Salla (2016). Pääministerin sukulaisten omistamalla yrityksellä noin puolen miljoonan euron tilaus Terrafamesta. Yle 25 November 2016. [Online.] Available at <<http://yle.fi/uutiset/3-9315671>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Mukka, Antero (2017). Kommentti: Suuttunut pääministeri on journalistille huono konsultti: JSN dokumentoi Ylen taipumisen ulkopuoliseen painostukseen. *Helsingin Sanomat* 23 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005139341.html>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Newman, Nic; Fletcher, Rasmus; Levy, David A. L. & Nielsen, Rasmus Kleis (2016). *Reuters Institute Digital News Report 2016*. [Online.] Available at <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral>. [Accessed 20 April 2017.]
- Päätoimittajien yhdistys (2017). Päätoimittajan tehtävä on kirkas. Paatoimittajat.fi 14 February 2017. [Blog.] Available at <<http://www.paatoimittajat.fi/paatoimittajan-tehtava-on-kirkas/>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Reinvere, Jüri (2016). Kritische Medien erträgt er nicht. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 18 December 2016. [Online.] Available at <<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/finnlands-ministerpraesident-sipilae-gegen-sender-yle-14578109.html>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Reporters without Borders (2017). *2017 World Press Freedom Index*. [Online.] Available at <<https://rsf.org/en/ranking>>. [Accessed 26 April 2017.]
- Sipilä, Juha (2016). Ylen jutussa jälleen väärät tiedot. Juhasi.fi 25 November 2017. [Online.] Available at <<http://www.juhasi.fi/blogi/2016/11/25/14141>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Suomen Lehdistö (2017). Päätoimittajakysely: Poliittikot suhtautuvat aiempaa kielteisemmin mediaan. *Suomen Lehdistö* 14 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.suomenlehdisto.fi/paatoimittajakysely-poliittikot-suhtautuvat-aiempaa-kielteisemmin-mediaan/>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Sutinen, Teija (2016). Sipilä painostuskohusta: Ei ollut aikomusta rajoittaa Ylen toimintaa, en saanut reilua mahdollisuutta kommentoida uutista. *Helsingin Sanomat* 30 November 2016. Available at <<http://www.hs.fi/politiikka/art-2000004887810.html>>. [Accessed 20 April 2017.]
- Teittinen, Paavo (2016). Sipilä syytti keväällä Yleä valehtelusta – Yle rajoitti Sipilän sijoitusten käsittelyä ja jätti julkaisematta asiaa koskevan jutun. *Helsingin Sanomat* 1 December 2016. [Online.] Available at <<http://www.hs.fi/politiikka/art-2000004890075.html>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Teittinen, Paavo & Manner, Maria (2017). Sähköpostit kertovat: Ylen päälliköt ajoivat rahoitusta puolustanutta politiikkaa studioon – HS selvitti, mitä Ylessä tapahtuu. *Helsingin Sanomat* 1 March 2017. [Online.] Available at <<http://www.hs.fi/kotimaa/art-2000005108132.html>>. [Accessed 23 April 2017.]
- Tiikkaja, Samuli (2017). ”Itse tiedän toimintani vaikutteet parhaiten.” Ylen päätoimittaja Atte Jääskeläinen on eri mieltä JSN:n kanssa. *Helsingin Sanomat* 23 March 2017. Available at <<http://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005138974.html>>. [Accessed 24 April 2017.]
- Vuorikoski, Salla (2017). Pääministeri Juha Sipilän ja Ylen välinen viestittely 25.2.-26.11.2017. Facebook 1 December 2017. [Facebook, public post.] Available at <<https://www.facebook.com/salla.vuorikoski/posts/10154511647352529>>. [Accessed 20 April 2017.]
- YLE (2016a). Firm owned by PM’s relatives gets half-million euro order from Terrafame. Yle 25 November 2015. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/firm_owned_by_pms_relatives_gets_half-million_euro_order_from_terrafame/9317488>. [Accessed 20 April, 2017.]
- YLE (2016b). Two Yle journalists resign citing limits on freedom of speech. Yle 14 December 2015. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/two_yle_journalists_resign_citing_limits_on_freedom_of_speech/9351895>. [Accessed 20 April 2017.]
- YLE (2016c). Yle board voices confidence in company execs. Yle 15 December 2016. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/yle_board_voices_confidence_in_company_execs/9353172>. [Accessed 24 April 2017.]

- YLE (2017a). Ombudsman rules in PM's favour in Terrafame row. Yle 1 February 2017. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/ombudsman_rules_in_pms_favour_in_terrafame_row/9436115>. [Accessed 20 April 2017.]
- Yle (2017b). Yle presenter steps down from weekly press roundup programme. Yle 13 February 2017. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/yle_presenter_steps_down_from_weekly_press_roundup_programme/9458126>. [Accessed 20 April 2017.]
- Yle (2017c). Yle orders external report on company's journalism. Yle 23 February 2017. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/yle_orders_external_report_on_companys_journalism/9475903>. [Accessed 25 April 2017.]
- Yle (2017d). Atte Jääskeläinen: "Kieltämättä kova päätös". Yle Areena 23 March 2017. [Online video.] Available at <<http://areena.yle.fi/1-4079337>>. [Accessed 23 April 2017.]
- Yle (2017e). "Sipilägate" topples Finland from top of press freedom table. Yle 18 April 2017. [Online.] Available at <http://yle.fi/uutiset/osasto/news/sipilagate_topples_finland_from_top_of_press_freedom_table/9570235>. [Accessed 20 April 2017.]
- Yle Nyheter (2017). Yrsa Stenius: Politiker borde fora öppen debatt, inte idka påtryckningar mot medierna. Svenska Yle 23 March 2017. [Online.] Available at <<https://svenska.yle.fi/artikel/2017/03/23/yrsa-stenius-politiker-borde-fora-oppen-debatt-inte-idka-patryckningar-mot>>. [Accessed 23 April 2017.]
- Ylönen, Pekko (2016). Ylen Jääskeläinen Sipilä-kohusta MTV:lle: "Jutun teko estettiin, koska Ylen oli turha lähteä uhriutumaan". MTV 30 November 2016. [Online.] Available at <<http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/ylen-jaaskelainen-sipila-kohusta-mtv-lle-jutun-teko-estettiin-koska-ylen-oliturha-lahtea-uhriutumaan/6192812>>. [Accessed 24 April 2017.]

Andreas Ytterstad

Kan medieforskningen bidra til å løse den globale klimakrisen?

Forskere som motkrefter til "alternative fakta"

Hva kan medieforskningen gjøre for å løse den globale klimakrisen, når selv garvede klimaforskere annonserer at verden ikke kan reddes? Medieforskningen har tross alt ikke naturens tålegrenser som sitt forskningsobjekt, men er opptatt av tilstedeværelsen eller fraværet av menneskelige eller samfunnsmessig forståelse av den globale oppvarmingen. Å jakte på tolkningsrammer eller diskurser er viktig, men ikke tilstrekkelig. Kombinasjonen av eskalerende global oppvarming og Donald Trumps "alternative fakta" bør gjøre noe med oss medieforskere. Vi trenger klarere tale om klimaalvoret fra medieforskere, og mer forskning på hvordan mennesker, samfunn og medier kan utvikle motkrefter som er sterke nok til å få ned utslippskurvene raskt nok.

Tittelspørsmålet produserer en umiddelbar følelse av avmakt hos meg, en følelse jeg deler med folk flest i Norge. Kari Marie Nordgaard (2011) fant ut at samtaler om global oppvarming med folk flest, normalt er over på under et minutt. I Nordgaards "Bygdaby" på Vestlandet, ristet folk på hodet, ga uttrykk for sin oppriktige bekymring, og så døde samtalen hen. Det var ikke mer å si. Folk flest er ikke klimaskeptikere (det er i regjeringen vi finner slike i dag). De er, med Nordgaards begrep, *konsekvensfornektere*. De ser ikke hvordan klimakrisen henger sammen med deres liv. Selv om vi resirkulerer, eller tar individuelle valg om å spise mindre kjøtt, så forstår de fleste som forstår klimakrisens ABC, at dette ikke er nok.

Jeg har heldigvis roller der jeg ikke føler meg like maktesløs. Jeg har satt i gang kurs i Climate Change Journalism – Ideas and Transformations¹ på HiOA. Der prøver vi å

utdanne journalister som kan bidra som gode generalister for den offentlige samtalen, og der berører vi også "konstruktiv journalistikk" som er litt i vinden om dagen. Jeg er dessuten nestleder i Concerned Scientists Norway, sitter i fellesutvalget for Klimavalgalliansen og har skrevet og redigert bøker som tar til orde for 100 000 klimajobber som forutsetning for å bremse norsk oljeutvinning (Ytterstad 2013, 2015). Jeg er stolt over å ha bidratt til Broen til framtiden², folkets klimakonferanse som utvikler "klimaløsninger nedenfra".

Men som medieforsker, i mitt daglige liv, og her jeg sitter og skriver denne artikkelen, er det likevel avmaktfølelsen som dominerer. Jeg befinner meg i Otavalo, en by i Ecuador. I en uke skal jeg undervise masterstudenter i kommunikasjon fra tre urbefolkningsuniversiteter om "den skriftlige presse". Jeg bor på hostell Curinan, som betyr "gullveien", ifølge hotelleier Jose. Her måtte man forbi hvis man skulle jakte gull på inkaenes tid. Ikke så langt herfra, i regnskogen, jaktet det på mer olje. Den mest leste artikkelen på nett i 2013 i Norge var skrevet av Aftenposten Ole Ma-

Andreas Ytterstad, førsteamanuensis, Institutt for journalistikk og mediefag, Høgskolen i Oslo og Akershus i Norge.

thismoen. Med den usexy tittelen *En fryktelig trist nyhet*³ fortalte han historien om hvordan nasjonalparken Yasuni ødelegges av nåtidens conquistadores. Bestefaren til Jose ble 95 år, uten å noensinne ha vært på sykehus, takket være bladene fra skogen i Ecuador.

På VG nett i morges leser jeg at ”klimaforskere tror ikke lenger verden kan reddes”. ”Jeg er pessimist. Jeg tror ikke vi kommer til å stanse global oppvarming før utviklingen blir stygg og fæl, sier norsk klimaforsknings grand old man Knut Halvor Alfsen (1964).”⁴

Med et slikt dystert bakteppe: Hva i all verden har medieforskningen, som fagfelt og ”laug”, å komme med av konstruktive innspill?

Forståelse gjennom metaforer, diskurser og normer

Det primære forskningsobjektet for medieforskere, er mediene selv. Selv om vi utvider feltet til å forske på kommunikasjon eller innsnevrer til journalistikk er det ikke kartleggingen av naturens tålegrenser som står i sentrum for vår disiplinære erkjennelsesinteresse. Vi er mer opptatt av tilstedeværelsen eller fraværet av menneskelige eller samfunnsmessig *forståelse* av den globale oppvarmingen, og sender derfor studentene våre ut på jakt etter fortolkningsrammer og diskurser, eller begge deler.

Og la det være sagt med en gang: det fins mye god og betydningsfull medieforskning om klima. Lakoff og Johnsons *Metaphors we live by* (1974), er en av medievitenskapens kanoner som fortsatt er i bruk. De som får ”badekarsmetaforen” forklart (at det ikke må renne mer vann inn i badekaret enn det som går ut i sluket), har visstnok lettere for å forstå faren ved å øke konsentrasjonen av klimagasser i atmosfæren enn de som *ikke* har fått badekarsmetaforen forklart.

Begreper og innsikter fra medieforskningen har endog tilbakevirkende kraft på den offentlige samtalen. Rammebegrepet er et åpenbart eksempel her. George Lakoffs artikkel *Why it matters how we frame the environment* er den mest leste artikkelen i *Environmental Communication*. Men også Jonas Gahr Støre sa det da han tilrådde som leder i AP:

klima er ikke en sak men en ”ramme rundt alt”. Og Anders Bjartnes, opphavsmannen til begrepet ”Det grønne skiftet”, viser stadig til ”framing” i hans artikler på *Energi og klima*, et viktig nettsted for journalister, politikere og aktivister.

Et annet eksempel på medieforskning med gjennomslag, er Max Boykoffs (2004) innsikter i hvordan journalistikkens egne normer om balanse gir klimaskeptikere større plass enn det som rimelig er i mediene. Jeg behøver bare å vise John Olivers fantastiske *A statistical representative debate on climate change* for å få frem poenget til studentene mine.⁵

Etterlysning: mer direkte tale om klimaalvoret

Oliver gjør narr av meningsmålinger som sier 1 av 4 amerikanere ikke tror på global oppvarming. Det har like stor verdi som å si at 1 av 4 tar feil om noe, for eksempel ”Hvilket tall er størst, 5 eller 15?” Du trenger ikke meningsmålinger om fakta. La gå at usikkerheten i klimaforskningen er større enn akkurat de eksemplene Oliver bruker. Mitt poeng, som jeg også har skrevet en vitenskapelig artikkel om, er at begreper som ”fakta”, for ikke å snakke om ”rett og galt”, føles som fremmedelementer i dagens medieforskning.⁶ En sentral strategi for dagens kritiske medieforskning har vært å dekonstruere (eller ”pakke ut”) de dominerende rammene eller diskursene, for å avsløre makten bak ordene. Kanskje løftes også andre (og marginaliserte) rammer eller diskurser fram som alternativer.

Mye god forskning har kommet ut av denne forskningsstrategien. Men kombinasjonen av en eskalerende global oppvarming og Donald Trumps ”alternative fakta” bør gjøre noe med oss medieforskere.⁷ Når Det hvite hus legger ned sine infosidene om klimaendringer bør medieforskere sammen med naturvitere og alle andre forsvare vitenskapens integritet. ”Forskere i alle land foren eder” skrev leder i *Concerned Scientist Norway*, og marsjer for vitenskapens integritet den 22. april, på Earth Day. Den appellen sender jeg gjerne videre til medievitere. Men jeg tror vi kunne skjerpet

den offentlige samtalen om klima mer, hvis vi klarte å la ord som ”fakta»» eller ”virkeligheten” stå uten gåsetegn.

La meg illustrere poenget mitt med et aktuelt eksempel, det mest kjente av dem alle i norsk klimapolitisk sammenheng: borre eller ikke borre etter olje utenfor Lofoten, Vesterålen eller Senja. Jonas Gahr Støre, mannen som ville ha klima som en ramme rundt alt, skrev en kronikk på NRK ytring som satte dagsorden foran både Aps landsmøte, LO-kongressen, og mediedebatten generelt foran stortingsvalget 2017. Der skrev han at Norge skulle nå sine klimamål, men at

”Spørsmålet om aktivitet i havområdene utenfor Lofoten handler i liten grad om hvordan vi skal nå disse klimamålene. Industrien, også olje og gass, må forholde seg til de målene. I vårt partiprogram vil vi stille strenge krav til at norsk olje- og gassvirksomhet ytterligere reduserer sine utslipp fra egen virksomhet.”⁸

Det er skrevet flere analyser av mediedekningen av Lofoten allerede, som sporer kombinasjonen av Lofoten som et lokalt naturspørsmål (”vekst eller vern” rammen), og Lofoten som en test på Norges villighet til å redusere klimagassutslipp. Det er viktig å vekke hvilke rammer som er mest fremtredende. Men uansett funn og vurderinger i disse analysene, etterlyser jeg mer direkte tale fra medieforskere (tør jeg bruke metaforen kalle en spade for en spade?): I *virkeligheten* handler Lofoten både om natur og klima. Det er hentet inn nok kunnskap, både globalt og lokalt, til å kunne si at Dagbladet har rett, når de på lederplass gikk i rette med Aps kompromiss om Lofoten. ”At vi i dagens situasjon, med allerede påviste klimaendringer og stadig kurs mot tre til fem graders oppvarming skulle åpne for leting i de mest sårbare og naturskjønne områdene i landet, er hinsides hver logikk.”

De tyngste realitetene har også normativ kraft i seg

Begrunnelsen for den kategoriske konklusjonen til Dagbladet er interessant, og relevant

for den oppfordringen jeg vil avslutte denne artikkelen med. Avisen viser til et begrenset globalt karbonbudsjett, og de lar naturens tålegrenser veie tyngst: ”Det er ikke Støre som ’tuller med oljenæringens langsiktige rammebetingelser’, men jordkloden og klimaendringene. Det eneste tullete er å ikke ta hensyn til utviklingen.”

Med Trumps ønske om å bringe tilbake arbeidsplassene i kull i det amerikanske rustbeltet, må vi dessverre konstatere at den verden medieforskere nå skal forholde seg til åpenbart er tullete. Og den norske forestillingen om ren norsk olje fra Lofoten bør, etter Brennpunkts dokumentar om ”Oljelobbyisten” sist høst, også begynne å fremstå som tullete.

Men hvis det jeg skriver her er sant om hvordan verden er, hvilke normative konsekvenser får det for medieforskningen?

Før jeg svarer på det, en anekdote fra et rådsmøte i Besteforeldrenes klimaaksjon i 2011. Knut Alfsen var hovedinnleder, og han viste en grafisk fremstilling av hvor raskt temperaturen på jorda stiger, som mange nok etter hvert har fått med seg.⁹ Hvorpå en bestemor reiste seg og spurte Alfsen om hva vi kan gjøre for å stanse denne oppvarmingen. Alfsen svar var at ”Da må jeg ta av meg hatten som forsker og ta på meg rollen som bestefar.” I artikkelen fra VG jeg leste i går, ser vi igjen at Alfsen viser til sine barnebarn.

Jeg er ikke uenig i at barnebarna våre kan være en årsak til engasjement. Her i Ecuador hadde vi en seremoni der vi takket våre forfedre, og kjente på de fire elementene ild, vann, jord og vind. ”Moder jord” og ”bestefar vind” heter det til og med i deres kosmologi. Alt dette er også gode grunner til å bry seg om det som nå skjer. Men de beste grunnene til å handle er det forskningen selv som gir oss – den naturvitenskapelig klimaforskningen, samfunnsforskningen, og ja, også vår forskning på rammer og ”falsk balanse”. Det ville være perverst om den største kilden til klimaengasjement fra forskere bare skulle komme fra de forskere som er villige til å ta på seg en annen ”hatt”.

Så derfor avslutter jeg med å parafrasere to slagord fra bevegelsene og barrikadene, når

jeg kommer med to bud til medieforskere som ønsker å bidra mer. Sett deg inn i realitetene bak alt snakket om klima som vår største utfordring, og tør å snakke sannheten til mak-

ten. Og vær realistisk, forsk på det umulige: hvordan mennesker, samfunn og medier kan utvikle motkrefter som er sterke nok til å få ned utslippskurvene raskt nok.

Noter

1. Oslo and Akershus University College of Applied Sciences (2016).
2. Broen til framtiden (2017).
3. Mathismoen (2013).
4. Vikøyr & Kristiansen (2017).
5. LastWeekTonight (2014).
6. Dette gjelder særlig for framing som paradigme, se Ytterstad (2015) for en mer utførlig argumentasjon.
7. En av mine kollegaer, Bente Kalsnes (2017), var raskt ute med en kronikk på NRK ytring, der hun poengterte at debatten om falske nyheter har framhevet journalistikkens kjerneverdier.
8. Støre (2017).
9. Fremstillingen jeg refererer til her er denne http://climate.nasa.gov/climate_resources/28/ Siden har det kommet en enda mer suggestiv en, som blant annet ble vist på åpningsseremonien til RIO OL i fjor, se Samenow (2016).

Referenser

- Broen til framtiden (2017). Broen til framtiden. [Online.] Available at <<http://broentilframtiden.com>>. [Accessed 17 March 2017.]
- Kalsnes, Bente (2017). "Gode nyheter om falske nyheter." [Online.] Available at <<https://www.nrk.no/ytring/gode-nyheter-om-falske-nyheter-1.13366369>>. [Accessed 17 March 2017.]
- LastWeekTonight (2014). Climate Change Debate: Last Week Tonight with John Oliver. [Online.] Available at <<https://www.bing.com/videos/search?q=john+oliver+climate+change&view=detail&mid=7DB2C1D6488D1CC0A16E7DB2C1D6488D1CC0A16E&FORM=VIRE>>. [Accessed 17 March 2017.]
- Mathismoen, Ole (2013). En fryktelig trist nyhet. *Aftenposten* 23 August 2013. [Online.] Available at <<http://www.aftenposten.no/norge/politikk/En-fryktelig-trist-nyhet-111327b.html>>. [Accessed 17 March 2017.]
- Oslo and Akershus University College of Applied Sciences (2016). Climate Change Journalism: Aims and Contents. [Online.] Available at <<http://www.hioa.no/eng/Studies/SAM/EVU/Journalistikk-og-mediefag/Climate-Change-Journalism-Ideas-and-Transformations>>. [Accessed 17 March 2017.]
- Samenow, Jason (2016). Unraveling Spiral: The Most Compelling Global Warming Visualization Ever Made. *The Washington Post* May 10 2016. [Online.] Available at <https://www.washingtonpost.com/news/capital-weather-gang/wp/2016/05/10/the-most-compelling-visual-of-global-warming-ever-made/?utm_term=.c00abc447716>. [Accessed 17 March 2017.]
- Støre, Jonas Gahr (2017). Skrittvis og kunnskapsbasert. NRK 9 January 2017. [Online.] Available at <<https://www.nrk.no/ytring/konsekvensutredning-lofoten-og-senja-1.13313394>>. [Accessed 17 March 2017.]
- Vikøyr, Harald & Kristiansen, Tore (2017). Klimaforsker tror ikke lenger verden kan reddes. *VG* 26 February 2017. [Online.] Available at <<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/klimatrusselfen/klimaforsker-tror-ikke-lenger-verden-kan-reddes/a/23926305>>. [Accessed 17 March 2017.]
- Ytterstad, Andreas (2015). Framing Global Warming: Is That Really the Question? A Realist, Gramscian Critique of the Framing Paradigm in Media and Communication Research. *Environmental Communication*, 9:1, 1-19.

Palle Schantz Lauridsen

Forskning, formidling og medier

Idealer og virkelighed

Universiteter er forpligtede til at tilskynde medarbejderne til at deltage i den offentlige debat og til at formidle viden til det omgivende samfund. Det lyder smukt, men hvordan forholdet det sig i virkeligheden med forskerne, den offentlige debat og formidlingen. Palle Schantz Lauridsen undersøger tre forhold, der gør det vanskeligt for danske forskere at leve op til universiteternes forpligtelse til formidling; universiteternes praktiske nedprioritering af formidlingsopgaven, forholdet mellem forskere, eksperter og pressen og endelig forholdet mellem pressens og forskningens dagsordener.

Danske universiteter, ligesom andre universiteter i Norden, har en forpligtelse til at "tilskynde medarbejderne til at deltage i den offentlige debat".¹ Det står i Universitetsloven. Københavns Universitet, hvor jeg er ansat, har som et af sine mål har "at formidle ny og klassisk viden til såvel videnskabelige miljøer som til det omgivende samfund".²

Dermed er grunden lagt. Vi har som forskere, herunder som *medieforskere*, en forpligtelse til at deltage i offentlige debatter og til at formidle vores viden til det omgivende samfund. Det manglede da også bare andet. Alene af den simple, økonomiske årsag, at staten og dermed skatteborgerne betaler vores løn og også har betalt vores uddannelse.

Der er imidlertid flere forhold, der gør det vanskeligt for forskerne at formidle deres vi-

den til det omgivende samfund. Forhold på universitetet, forhold i pressen og forholdet mellem medierne og forskningen.

Idealer og praksis

Starter vi på universiteterne, er spørgsmålet, i hvor høj grad de i praksis sætter pris på formidling. På Aalborg Universitet gjorde man netop det: Man satte en pris på den formidling, der foregik via medierne, og i 2008 indførte man et medietillæg. Tillægget var graderet efter antallet af mediekontakter, den enkelte forsker havde. For eksempel udløste mere end 150 mediekontakter på et år et tillæg på 25.000 danske kroner.

Tillægget var kontroversielt, fordi man blandt andet kunne spørge, om forskerne udtalte sig, fordi de mente, de havde noget at sige, eller fordi de fik penge for det. I 2014 blev tillægget fjernet igen; den nye rektor fandt ikke, at "vidensformidling er en særskilt opgave for forskerne. Det er en opgave på linje med for eksempel undervisning. Derfor skulle forskerne heller ikke have særskilt løn for vidensformidling."³

Det specifikke medietillæg er væk, men det er dog i dag muligt for en forsker på Aalborg

Palle Schantz Lauridsen, lektor, ph.d., Institut for Nordiske Studier og Sprogvidenskab, Københavns Universitet. Seneste publikationer: *Sherlock Holmes i Danmark* (Rosenkilde & Bohnhof, 2014), *Medieanalyse* redigeret sammen med Erik Svendsen (Samfundslitteratur, 2015) og *Tv-serier* (Samfundslitteratur, 2016). Filmanmelder ved *Kristeligt Dagblad* 1989-2014.

Universitet at opnå et engangstillæg, hvis vedkommende har ydet en ekstraordinær formidlingsmæssig indsats.

Medietillægget har kun fandtes på Aalborg Universitet, og ingen andre, danske universiteter har eller har haft sådanne økonomiske incitamenter. Ud over de pæne ord i universitetsloven og i universiteternes formål er der i dag ikke andre institutionelle incitamenter, der kan få forskere til at prioritere formidling. Formidling tæller for eksempel stort set ikke på vores indberetninger af, hvad vi bruger vores tid til.

I Danmark har vi et sindrigt bibliometrisk system, der giver point til den enkelte forsker i forhold til de aktiviteter, han eller hun udfører. Den bibliometriske indikator er én af de faktorer, der bestemmer, hvor mange penge det enkelte institut tildeles, og her tæller formidling ingenting.

Det tæller for eksempel, hvis man i besættede, velanskrevne tidsskrifter får udgivet en artikel, der har været gennem peer review; hvis altså mindst én anden forsker har læst og kommenteret artiklen. Det giver meget god mening i ønsket om at sikre forskning på højeste niveau, men det giver ikke den enkelte forsker incitament til i sit arbejde at vægte formidlingen eller til at deltage i den offentlige debat.

Institutter, der er presset økonomisk, kan tænkes at henstille til deres medarbejdere, at de ikke bruger tid på formidling. Rent institutøkonomiske årsager kan derfor betyde, at institutter og forskere afstår fra at informere offentligheden om deres forskning i formidlet form.

Forskere, eksperter og gatekeepere

Der er dog stadig mange forskere, der stiller sig til disposition for medierne. Som regel som såkaldte eksperter, der kan perspektivere eller analysere en konkret nyhedshistorie. Eksperter er ofte samfundsforskere med kendskab til politiske, økonomiske og kulturelle forhold i lande, der er på mediernes dagsorden. Disse forskere optræder nemlig sjældent

som forskere slet og ret; som forskere, der har nået spændende resultater. De optræder som eksperter, fordi deres viden interesserer de journalister, der er *gatekeepere* i forhold til at bestemme, hvad der overhovedet kommer til debat i offentligheden. Hvis forskeren fremsætter et *synspunkt*, der synes uforenligt med hans eller hendes rolle som ekspert, er der tilmed fare for, at forskeren mister sin status som 'objektiv ekspert'.

Uanset, om man som forsker er offensiv og direkte kontakter medierne i håbet om, at de kan finde interesse i ens forskningsresultater, eller om man bare venter på at blive kontaktet, er det da også begrænset, hvad de interesserer sig for.

Personligt kan jeg konstatere, at langt hovedparten af det, jeg har forsket i, aldrig har vakt mediernes interesse. De har aldrig villet vide noget om filmsemiotik, om Roland Barthes, om filmlyd, om den visuelle populærkultur i slutningen af 19. århundrede, om biografhistorie. Dog er der to ting, journalister ofte har henvendt sig til mig om: James Bond og forholdet mellem anmeldere og publikum. Det siger mere om journalister og mediernes dagsorden, end det siger om min forskning.

Jeg skrev for snart 30 år siden en længere forskningsformidlende artikel om James Bond i Det Danske Filminstituts kvartalstidsskrift *Kosmorama*.⁴ Den betød, at jeg blev spurgt, om jeg ville være dommer i tv-quizen *Kvit eller Dobbelt*, der var en dansk pendant til det gamle amerikanske quiz show *The \$64.000 Question*. Artiklen har fulgt mig siden. Hver gang, der er premiere på en ny Bond-film, bliver jeg kontaktet af journalister, der skal skrive en artikel om, hvordan fjendebilledet i Bond-filmene har ændret sig, og om, man nu kan sige, at forholdet mellem mænd og kvinder er blevet mere lige, end det var i de tidlige Bond-film.

Jeg var i 25 år filmanmelder på en dansk avis. Det var en formidlingsopgave i sig selv at kombinere en faglig viden om filmhistorie, -æstetik og -sociologi med at deltage i vurderingen af aktuelle film, men det betød også, at jeg fik ideen til at foretage en lille

Bourdieu-inspireret undersøgelse af danske filmanmelderes præferencer.⁵ Var der mon korrespondens mellem fx deres uddannelse og deres filmpræferencer?

Det var der helt tydeligt, og dén undersøgelse har også med jævne mellemrum vakt journalisters interesse. For det sker ofte, at filmanmeldere i nogenlunde enighed synes meget dårligt om film, som får et stort publikum, og dén diskussion, der ofte bliver iscenesat som en konflikt mellem folket på den ene side og eliten på den anden, har en vis nyhedsværdi.

Pressens og forskningens dagsorden

Der er flere årsager til, at man som forsker kan have sine forbehold over for pressen. Pressen og forskningen fungerer i to forskellige tidsperspektiver: Pressens *tid* er i dag, forskningens tid er historisk. Pressens *formater* er korte: korte artikler, hurtige interviews – og så næste indslag.

Forskningens formater er lange: fra den videnskabelige artikel til monografien og den

videnskabelige forelæsning.

Pressen – i hvert fald store dele af den – opererer gerne med *modsætningen* som et nyhedskriterium; forskningen ved, at nuancerne skal med, hvis man vil forstå et bestemt fænomen. Forskningen vil vide, *hvordan* et bestemt fænomen ser ud, pressen vil vide *hvorfor*; et spørgsmål, forskeren – i hvert fald i human- og socialvidenskaberne – som regel ikke kan besvare entydigt.

Vi gør det alligevel

Det betyder alt sammen *ikke*, at forskeren skal sige nej, når medierne kontakter, men det betyder, at forskeren skal være klar over, at han eller hun deltager på mediernes præmisser.

Heldigvis er der andre steder, man som forsker kan formidle sine forskningsresultater. Det populære foredrag i foreninger og på højskoler er et eksempel, kommentaren eller kronikken i trykte medier, blogindlæg og videoessays er andre. Men som forsker skal man huske, at den slags desværre ikke tæller i universitetsinstituttets regnskaber.

Noter

1. Retsinformation.dk (2017).
2. Københavns Universitet (2017).
3. Christensen (2016).
4. Lauridsen (1989).
5. Lauridsen (2008).

Referenser

- Christensen, Caroline Damsgaard (2016). Ekspert, kend din rolle, *Mandag morgen* 6. november 2016. [Online.] Available at <<https://www.mm.dk/ekspert-kend-din-rolle>>. [Accessed 19 February 2017.]
- Københavns Universitet (2017). Välkommen till Københavns Universitet. [Online.] Available at <<http://velkommen.ku.dk>>. [Accessed 19 February 2017.]
- Lauridsen, Palle Schantz (1989). Verden i følge Bond. *Kosmorama* 190 (20-31), 1989.
- Lauridsen, Palle Schantz (2008). Menneskene bag stjernerne. *Kristeligt Dagblad*, 19. marts 2008.
- Retsinformation.dk (2017). Bekendtgørelse af lov om universiteter. [Online.] Available at <<https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=168797>>. [Accessed 19 February 2017].

Maarit Jaakkola

The scholarly use of social media

How to make the most of it?

More and more scholars are using Twitter, Facebook, Instagram and other social networking sites to communicate their research to the larger audiences but also to connect with each other. *Nordicom Information* asked some academic users in the Nordic countries about their strategies and experiences in the most popular platforms of social media. They told us how to use – and not to use – Twitter, blogs, Facebook, Instagram, Snapchat, LinkedIn and Academia.edu. It seems that core issues are how to find time to produce content, keep yourself motivated and find networks relevant to your own research.

Mari K. Niemi:

“Twitter opens up career possibilities”

Postdoctoral researcher,
visiting researcher
University of Strathclyde,
the UK (2013-2016)



- On Twitter since 2013 (@marikniemi); 7,307 followers
- Started her current blog (in Finnish) in 2015
- On Facebook since 2007; 880 friends
- On Instagram since 2016; 318 followers

Why should academics tweet?

Once, when I had been selected Researcher of the Year in 2015 by the Finnish Union of University Researchers and Teachers, I introduced my speech by saying that I would feel worried if no one in the audience grabbed his or her mobile and started fingering it. Had I really said nothing worth tweeting?

I think that today tweeting is part of good social conduct. Spreading information and

impressions from an event you are taking part in implies saying thank you in public to those who have worked hard to make the event possible. It's also about sharing information, often in real time, to those who aren't able to attend.

What kind of strategies do you endorse in tweeting?

I tend to tweet regularly. I made it to the list of the top 100 influential Finnish tweeters, preceded by only one researcher, my colleague in political history, Erkka Railo (@ErkkaRailo). As many active tweeters, I couple tweeting with blogging. I tend to post about four times a month and in Finnish.

A researcher who goes online with an active input may soon find him- or herself in a situation where it takes a whole lot of your working time to reply to all contacts and requests. Then, it may be appropriate to tell your followers when you are available and when you are not. I myself make it very clear which political processes I follow, which signals to the journalists that I am available for commentaries and interviews. For example, the last time I visited Finland, I followed the selection of the leader of the Social Democratic Party and ended up in being interviewed by a number of journalists, including being on three on the spot live broadcasts. This year,

Maarit Jaakkola, Editor for *Nordicom Information*, Researcher at *Nordicom*.

I'm, due to my timetables, not able to follow the municipal elections.

Even an active tweeter can take breaks every now and then. I usually put a pinned tweet on my profile page that comes up as the first in the flow, telling people when I will next be available.

How has Twitter affected your personal career?

Many organisers of events are willing to invite presenters who are known to the public and who can contribute to the visibility of the event. I feel that through Twitter and having been active in the old media as well, I have managed to build up a certain public profile, which can be seen in by the fact that I tend to receive invitations from beyond my own research field as well. Event organisers, perhaps, regard me as some kind of an opinion leader. This means that there are lobby and interests groups which try to impact me.

Our recent article on populist parties' strategies in responding to racism accusations in the media¹ attracted some valuable retweets by other scholars in the field and has already been downloaded over 700 times. Another article on gendered expertise² was similarly tweeted and retweeted, and is now, according to Sage Altmetric, "In the top 5 % of all research outputs scored by Altmetric" and "Among the highest-scoring outputs from this source (#17 of 613)", the source being the aforementioned journal. As these are relatively recent publications, I firmly believe sharing our work via Twitter has been very useful in helping colleagues, journalists and members of the public to find our work.

1. Hatakka, Niko & Niemi, Mari K. & Välimäki, Matti (2017). Confrontational yet Submissive: Calculated Ambivalence and Populist Parties' Strategies of Responding to Racism Accusations in the Media. *Discourse & Society* 28(3), forthcoming.
2. Niemi, Mari K. & Pitkänen, Ville (2016). Gendered Use of Experts in the Media: Analysis of the Gender Gap in Finnish News Journalism. *Public Understanding of Science*, published online before print January 6, 2016.



Mari K. Niemi published her first tweet in July 2013.

In addition, social media have played a crucial role in the internationalizing of my career. It was through Facebook that I resumed my contact with Scotland where I have been doing research during the last three years.

What are your hints for beginners?

Search for your own niche: follow people who are interested in the same area, activate them by tagging and pinging, build up a profile by showing which topics are those you specialise in. Try out live tweeting and figure out new ways of tweeting.

Even if my research topic, populism in the media, is a sensitive one, I have not encountered hate speech. I follow political parties from the left to the right: politicians, political officers, and supporters. So tweeting does not necessarily need to end up in a hermetic bubble, but it can make you more conscious of the world.

Ulrika Hedman:

“Blogging must be fun”

Doctoral student
University of Gothenburg,
Department of
Journalism, Media and
Communication, Sweden



- Started her blog at www.eftertankt.com in 2010
- On Twitter since 2011 (@UlrikaMHedman); 1,919 followers
- On Facebook since 2008

How did you start blogging, and why?

I started my blog while working as an administrator for the SOM Institute at the University

of Gothenburg. As I was responsible for communication, I wanted to learn how the platform – Blogger – technically works. As a former journalist, I also felt a profound need to write. I had followed the blog *Ting & tankar* by Åsa M. Larsson (<http://tingotankar.blogspot.com>, Twitter @archasa), a Doctor in Archaeology who has written a lot about scholarly blogging, and found it very inspiring.

I think that a blog is always somewhat of an egoistic project. A blog enables you to position yourself towards the social field of research: the blog functions as a CV in which colleagues and interested others can see what you are doing. At the same time, it helps you to sort out your thoughts and get feedback. However, the feedback you receive is not always direct and visible, such as comments attached to your blog entry. Feedback also includes invitations to seminars and interview requests. In addition, I have found new colleagues by researching media and journalism through my blog and Twitter.

What are your blogging strategies?

Since the beginning, I wanted to keep blogging as an activity that is fun. I do not constantly keep an eye on statistics or try to reach out to as big an audience as possible. I typically get a couple of hundred of readers for a blog post. The unfortunate fact is that blogging is not officially included in my working hours but it is an extra task that I am not paid for. However, as long as it is meaningful to me it makes sense.

As I'm writing my doctoral thesis on the journalists' uses of social media, I also feel that by being there myself I can show the journalists that I am not that intimidating. In my blog, I am also able to write about my doings in a popular manner in Swedish, while most of the current scholarly work is conducted in English.

Why do the Swedish media scholars seem to be so active in blogging?

In Sweden, a number of blog posts by media scholars are gathered in a common blog portal, Medieforskarna.se, thanks to Peter M. Dahlgren (<http://www.backendmedia.se>, Twit-

ter @peterdalle), a PhD student who initiated it in 2014. There are 16 blogging researchers at this point. By using the same hashtag on Twitter, #medieforskning, and gathering postings under a common address, it is a lot easier to follow media researchers in the blogosphere.

I think there may be differences in traditions and cultures in how employees relate to the authorities. In Sweden we are lucky to be able to voice our opinions without being too anxious about the consequences.

Aske Kammer:

“On Twitter, I’m bilingual”

Assistant Professor
The IT University of
Copenhagen,
Department of Digital
Design



- Started his blog at www.askekammer.dk in 2011
- On Twitter since 2011 (@AskeKammer); 1,939 followers
- On Facebook since 2007; 308 friends

Why did you start blogging? How did your relationship with blogs develop?

I started blogging in 2011, but it's difficult for me to find time to write blog posts because they often require quite some work. I don't use the blog nearly as much as I would like to. Instead, Twitter is my platform of choice when it comes to contributing to the public discussion about media-related issues. I signed up for that social medium in 2011 as well and have used it since then. Today, it's one of my most important resources for staying updated about my field of research and for distributing my own work.

What kind of a communication strategy do you have? How often do you keep posting, to whom are you writing, and what do you not want to write about?

I use Twitter for sharing new – but sometimes also old – research that can inform and qualify the public discussion about the media, broadly speaking. My strategy, if I have one, is to use it as a professional platform; I'm there in my capacity as a researcher, and you won't find much personal or private information on my Twitter profile. My wife says it's a little boring, but I prefer to keep it that way in order not to compromise my research integrity; some of the issues I research are highly political, and if I started to express personal opinions, it would be harder to get the kinds of access I have now.

Last December, I did an "advent calendar" with links to open-access media studies every day from December 1st to the 24th. Because of the tight structure, the continuity and the high quality of the research I shared, it was quite popular among researchers, as well as practitioners in the media industry – and among people who just have an interest in my field.

On Twitter, I'm bilingual. Approximately two-thirds of my followers are Danish, so much of what I tweet is in Danish because it caters to this audience. However, many of my tweets are also relevant for people abroad, and these tweets are in English. The tweets in English are generally not tweeted before 2 p.m. when people on the American east coast are up. My Danish tweets always begin with the disclaimer [DK], so that my English-speaking followers can easily filter them out.

What do you experience as the most challenging thing in the scholarly use of social media?

The most challenging thing about blogging is finding time to do the writing. I have a number of blog posts lying around – about issues such as ad-blocking, Twitter's problems in the stock market, advertisers' exodus from controversial "news" websites such as Breitbart, and the business of Danish newspapers) – but because I haven't found the time to finish them, they remain unpublished.

Twitter is easier: It's 140 characters, and then you can move on. The problem with Twitter is that there are so many conversations going on that it can be difficult to navigate and

keep an overview. For this reason, I try to keep the number of profiles that I follow to no more than 500. Currently, I'm at 574, so that's not working out as well as I had planned.

In your opinion, how do Danish journalists and media researchers engage in social media?

There are not many of us on Twitter, and I think that's a shame. A lot of the international researchers within the field are using this social medium to push high-quality content, so it can be a resource-efficient way to keep up with the latest research and discussions. Also, conferences often have a designated hashtag, and by following that hashtag you can get a lot of insights from conferences that you're not attending.

That said, I realize that Twitter is not super-easy to get started with – but on the other hand, it's not rocket science. A good start is to follow good people like Stine Liv Johansen (@StineLiv) from Aarhus University, Malene C. Larsen (@malenel) from Aalborg University, Luca Rossi (@LR) and Lisbeth Klastrup (@klast) from the IT University of Copenhagen and Filip Wallberg (@fiwa) from the University of Southern Denmark, and to just join the conversation.

Jill Walker Rettberg:

"Snapchat isn't just for kids!"

Professor in Digital Culture
University of Bergen,
Department of Linguistic,
Literary
and Aesthetic Studies



- On Snapchat since 2011 (active since 2016)
- Started her blog *jill/txt* in 2000
- On Twitter since 2007 (@jilltxt), 5,466 followers
- On Facebook since 2007; 708 friends

What kind of a relationship do you have with social media?

I started blogging as a PhD student in 2000. To begin with, I used it to share interesting links and to air ideas I was working on in con-

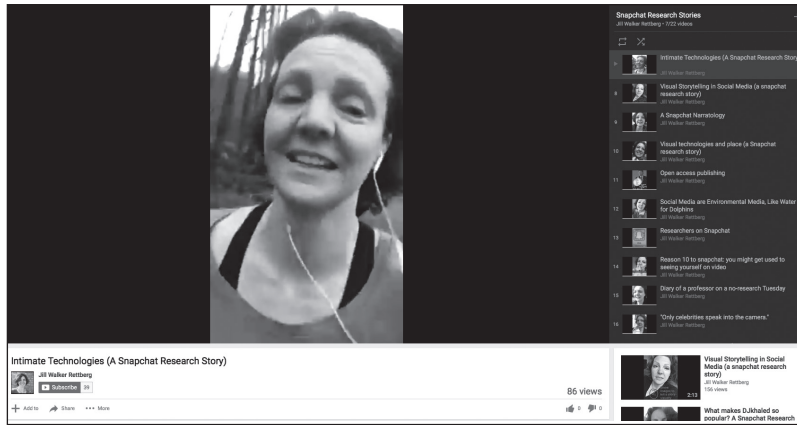
nection to my research. Soon, I realised that I was developing much more confidence in my own voice and daring to express clear opinions more easily than I had done previously.

Many other PhD scholars I had met at conferences, for example Lisbeth Klastrup (@klast) and Torill Mortensen (@torill), also began to blog and our blogs became a very useful tool for networking – we were all working on digital culture in various ways and, back then none of us had many local colleagues working directly in our field.

When I was hired as an associate professor in 2004, and especially when I became the head of my department a few years later, I found that blogging as an insider with some power is a very different thing to blogging as a PhD student. I used the blog to work through the transition, for instance writing about my anxiety in preparing to meet the dean to discuss challenges in my department, and I found that being honest about this and receiving support from others, helped me to grow in this new role.

With time, though, I found I was blogging less and less, in part because I had other outlets and was busy, but in part because there are many things you simply can't write about: workplace conflicts, student frustration, and the less appealing parts of your job. I wrote a chapter of the book *Uses of Blogs* (2006) about this. Here is an example of me trying to blog my way to being confident as a head of a (small) department: <http://jilltxt.net/?p=1231>.

I have found that blogging slows down; it



One of Jill Walker Rettberg's Snapchat Stories on YouTube.

moves in waves. But I always come back to it. In the periods that I am most productive as a researcher, I usually blog quite a lot. Blogging helps me think more consciously.

With Facebook, people blog less, though. I use an RSS reader (Bit.ly), which sucks in data from Feed.ly to follow blogs, but today there is an expectation that blog posts should be longer and more carefully edited, and so there is a higher threshold – people blog less. Ten to fifteen years ago, a blog post could be a single line or two with a link, so we used blogs similarly to the way we use Facebook and Twitter now. I end up posting a lot to Facebook and Twitter that would have gone on my blog previously – this is a pity because it is much less searchable. In ten years, I probably won't be able to find my old Facebook posts, but I can easily find a blog post from 2002 – and quite often I do remember writing something about that, and I can find my old blog post about it.

I've dabbled in Instagram, Reddit and Tumblr for academic use, but not much, and other platforms just for private use or testing to see how they work.

You are one of the few scholars using Snapchat. How did you discover this multimedia messaging application?

I signed up for Snapchat when it was launched, because I study social media. But, I didn't have any friends there and didn't get the point of the personal messages.

In April 2016, I was watching my 19-year-old daughter use Snapchat and realised it had

changed a lot. Now Snapchat has stories, so you can follow celebrities or people you know a little and see their public posts, even if you don't use the messages much.

Another friend, who works with social media for a university college, showed me how they used it for recruiting students, by letting different students post stories about their daily life. I realised that this could be used for sharing research, so I spent a few weeks learning everything I could about Snapchat, and following lots of celebrities and marketers, and then I carefully storyboarded my first research story and recorded it.

I found it really enjoyable, and so I decided to set myself a goal of creating one research story on Snapchat every day for a month. Because not many people were doing that at the time, I got quite a lot of attention, which is fun, of course – but to be honest, I've always found it exhilarating to figure out how to use new social media in new ways.

I also think you need to really use a technology to really understand it. And, since I conduct research on social media, understanding Snapchat, which is immensely popular, is obviously a good thing. Seven out of ten Norwegians with a Snapchat account use it daily. Also, 54 percent of Norwegians over 18 have Snapchat profiles, so 38 percent of Norwegians must use it daily.³ That is a lot! This is not just something kids use.

Tell me three different ways to use Snapchat for scholarly purposes.

First, make short research stories about a specific topic. If you're happy with them, save them and post them to YouTube or your blog so they are available after the 24 hours they are on Snapchat.

I've gathered some of mine on YouTube: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL46Xs2itPIMIDBL0tPfg-2WzXwZrnTePh> (short link: <http://bit.ly/2mA3Uin>).

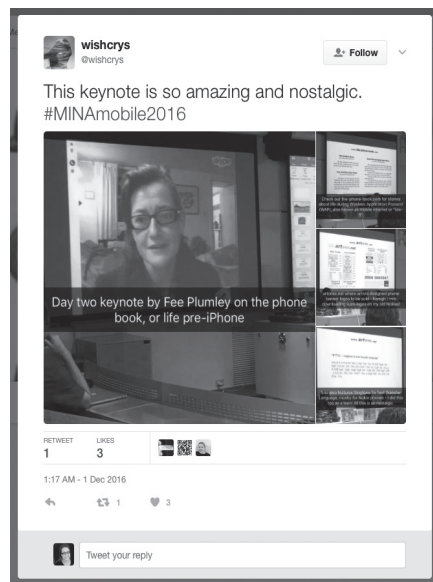
Second, report from conferences, lectures or the lab – videos or images with overlaid

text format can work very well for sharing key ideas from a talk or an event.

Here are some examples by me:

- **Post-Screen Festival 2016** (24 November 2016): <https://youtu.be/1GAV5NGi91g?list=PL46Xs2itPIMIDBL0tPfg-2WzXwZrnTePh> (**short link**: <http://bit.ly/2mzSHP2>)
- **Open Access Publishing** (27 April 2016): <https://youtu.be/c2Ap1YZV-Neo?list=PL46Xs2itPIMIDBL0tPfg-2WzXwZrnTePh> (**short link**: <http://bit.ly/2n5ZVxO>)

Snapchat images from talks can also be great to share on Twitter. The Internet ethnographer Crystal Abidin (@wishcrys) often does this. For example:⁴



Third, share behind-the-scenes moments. Sunniva Rose (@SunnivaRose), a Norwegian nuclear physicist, does this a lot, and I really love getting to see the lab and the late night experiments she has to monitor, or watching her try to finish her PhD. She's going to defend her PhD very soon. She has also written about Snapchat in her blog: <http://rose-blogg.blogspot.no/2015/04/snapchat.html>.

3. Ipsos' tracker om sosiale medier Q4'16, 16 February 2017, <http://ipsos-mmi.no/some-tracker>. Accessed 25 March 2017.

4. Further examples: <https://twitter.com/wishcrys/status/821304435217268738> and https://twitter.com/Viktor_Baskin/status/809239943159500801.

Finally, what are your tips to those unfamiliar with the professional uses of social media?

Just start! Begin by reading and watching others and thinking about what you like or dislike about how others present themselves. Then simply try it out.

Don't worry too much: blog posts can be deleted or edited if you get cold feet, and Snapchat stories only stay for 24 hours. Share a link to your Snapchat user or your blog post on Twitter and other social media you are on. Sharing your research in social media is a great way to think through new ideas more clearly and to get feedback on your research.

Pelle Snickars:

“I'm a typical lurker on Twitter”

Professor in Media and Communication Studies
Umeå University,
Department of Culture and Media Studies



- On Twitter since 2009 (@pellesnickars); 1,264 followers
- Started his blog at pellesnickars.se in 2009
- Does not use Facebook

How did you discover the social media as a platform for mediating research?

I basically started using social media and my blog, or better put, my site, when I worked on the anthology *The YouTube Reader* in 2009. It then made sense to actively use and get practically acquainted with the kind of media that we had a scholarly interest in.

Initially, I started my site not as a blogging tool – although I occasionally posted comments and drafts to the site (and still do) – but more as a kind of open archive of my own publications. I add, on average, five to seven posts a month. I don't know anything about my readers; Google Analytics displays a mod-

est number of them.

With a few exceptions, everything I publish gets uploaded onto my site, including all my books and articles – in pirated or manuscript versions if there might be IPR restrictions or problems (which I honestly don't really care about since I have written the texts, and I should stress that I have not had any problems with publishers).

All material on my site is CC licensed, and anyone who is interested can read and use my material. I usually put my lecture slides online in PDF format as well, and, essentially, since 2010 my site has grown considerably. I perceive this activity as a way of communicating my research to anyone interested.

Since I worked for more than a decade within the heritage sector, interested users are not only fellow academics but also people working within the cultural heritage domain and the library sector, and journalists.

In 2013 I started being active on Twitter, having been passive the first years. I usually tweet a few times a week, occasionally every day. I only tweet work-related links and stuff. During recent years my “social media practice” has involved me writing something on my site or uploading an article or a draft that I am working on – and then tweeting about it. Hence, Twitter works as a way to try to promote and highlight what I do. On Twitter, I mainly tweet links to material that I am interested in; mostly articles in the daily press, less frequently academic work.

I engage in dialogue with others on Twitter very infrequently. I am a typical lurker.

How do you decide what you want to post and when?

I don't have a strategy at all – and I will write or post whatever I find interesting or seems to work. During recent years I have predominantly posted texts on my site that I am currently working on, as a kind of work in progress. Alternatively, I have declared that I have published something, sometimes with a comment on the publication. If I am attending a conference, I usually upload my lecture and slides before my talk. Sometimes I might link to interviews I have made, or to the media

where I have made an appearance. Therefore, my blog works as a kind of scholarly diary on my academic whereabouts.

What have you experienced as the biggest challenges in being present as a researcher in the social media?

I don't know about challenges – apart from the fact that one needs to put an effort into trying to regularly post material to the site and keep up a moderate activity on Twitter. I don't know, however, if this “perceived activity” makes any difference, but at least for myself, I want to continuously and actively communicate about research.

You seem to have an ambivalent relationship with being online.

Yes, I don't see myself as an engaged researcher in social media – I occasionally post, link or retweet. To be honest, it's an activity that doesn't take up my time in any considerable way. I am simply present in social media – restricted to Twitter and my personal site – and I find it important and will continue to do so.

Lars Holmgaard Christensen:

“Curating a Facebook group is similar to writing a blog”

Associate Professor
Department of Communication and Psychology,
Aalborg University, Copenhagen



- On Facebook since 2008
- On Twitter since 2009 (@MediaTwitTwat); 187 followers

You are moderating an open Facebook group called *Nyhedernes sociale ansigt* (“The social face of news”) which had over 660 members in the beginning of April. Why and how did you originally start the group?

I started the group in 2010 as part of a netnographic research project on Facebook and

journalism. At that time, I was Head of Research for Digital Media at the Danish School of Journalism. As part of the netnography, creating a group to explore group dynamics on Facebook seemed a must. In the beginning, it was my own research I posted about. In 2014, I worked as a research consultant, so the group was also used to push more popular conceptual thinking.

I am now back in academia and use the group like a blog for curating relevant news and for promoting my own work. Over the past two years, posts updated by others, comments, shares and likes have increased immensely.

Over the years, my professional Facebook use has developed along with this group, making my personal Facebook profile less about my work life.

In Denmark, there are a number of Facebook groups in different fields of communication for “nørd” (nerds), with the description “den hårde kerne” (“the hard core”) – for example, the group *Kommunikationsnørd – den hårde kerne*. The Facebook users in the communications field seem to be relatively organized – is that true?

I think there are distinctions between the communications professionals' use of Facebook groups. That tradition is mostly for the sharing of hands-on knowledge or tips and tricks for toolbox thinking. Academically, we have Videnskab.dk as a popular outlet for stories about research, but, otherwise, the knowledge sharing takes place in organized research associations and smaller groups, typically tuned towards specific conferences within national boundaries.

The group *Nyhedernes sociale ansigt* tries to connect specific profession-based interest groups. It's more issue-focused, emphasizing the impact of social media on journalism and news production. This attracts not only researchers and communication professionals but also educators, students, journalists and others.

Based on your observations, how has the scholars' relationship with Facebook devel-

oped and changed during the recent years?

I think more and more scholars find good use for Facebook, be it conference calls, group discussions, sharing knowledge, spreading of the results of research or following others' work and keeping one updated.

I think Facebook is very well-suited to academic communication, but, when it comes to more generally popular communication about research findings, it is important not to think of your communication in terms of where it fits in within the disciplinary boundaries of the academic world but a lot more on what existing issues the research is part of and how it can contribute to making people think of the world attentively and differently.

Elza Dunkels:

“I feel a need to support the selfies genre”

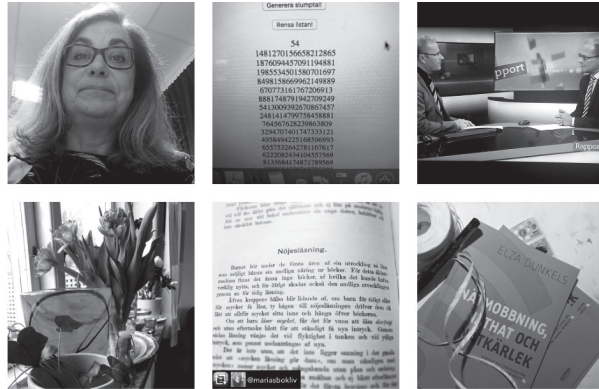
University Lecturer in Pedagogic Work
Umeå University,
Department of Applied Educational Science



- On Instagram since 2012 (@dunkels); 1,212 followers
- Started her blog at www.kulturer.net in 2004
- On Twitter since 2009 (@dunkels); 5,950 followers
- On Facebook since 2007; 892 friends

Tell me briefly about your relationship with the social media tools you are using the most and how your relationship to them has developed.

It's not really that strange that I'm so immersed in social media as my research is con-



Some moments in Elza Dunkels's Instagram feed.

cerned with young people's online cultures. So, it was quite natural for me to engage in early social media in the late 1990's. Now, I see only benefits in having these channels to communicate with the surrounding world.

What kind of a communication strategy do you have on Instagram? How do you decide what you want to post and when? Are there themes you do not want to address?

I try to be bold and courageous when it comes to posting on all my channels. I think the world will be a better place if we share experiences and thoughts quite freely. However, I'm careful not to post about other people without their consent.

The channels differ in character, and I attempt to act accordingly. On Instagram I post pictures, of course, but they are always accompanied by comments, short or long. I have a photo project on Instagram, called #skärmtid which is Swedish term for “screen time”. In this project I depict positive screen time, mostly with kids as models but I sometimes include adults.

I also post loads of selfies as a part of my activism for children's rights. I see the need to support the selfies genre and help elevate it to a more reasonable position than it has today. Because the art of selfies was initiated by young girls, it has been frowned upon. My aim on Instagram is to show solidarity with young girls and to educate adults on the subject.

Other subjects that recur on my Instagram are sexism and childism, which I understand

as the oppression of the young. I also use Instagram to share my work life: travels, conferences, media appearances, publications and so on.

As any woman who dares to claim a position in the public debate, I receive a lot of hate speech because of my posts. So, I always have a plan for any social media posting or media appearance: I need to make sure I have company and that someone can screen my inboxes if I touch any sensitive subjects. Unfortunately, today, we who receive hate mail have to fend for ourselves. Hopefully, it will change over time.

How well does research as a topic suit the visual tools of communications?

For me, this has never been a problem. In fact, it would be harder to communicate my research if I could not use visual media. I need to visualise a lot of my research results, such as the problematisation of the discourse around girls posting selfies. I also often post media headlines that illustrate emotional reactions towards young people's Internet use.

But, of course, you need to practice. Just as you need to learn how to do research, you need to learn how to communicate it.

In your opinion, what have been the biggest benefits of being an engaged researcher in social media?

It's hard to imagine what my professional life would be like without social media, since I have never tried it. But I suppose it would have been hard, maybe impossible, to reach all the interesting and interested people I have reached now.

Right now, I am part of the #blogg100 project, so I post every day for 100 days, ending in June. The #blogg100 is a yearly campaign initiated by Fredrik Wass (<http://bisonblog.se>, Twitter @fredrikwass), a social media veteran. It encourages bloggers to post once a day from March 1st every year. For me, this works as an incentive to disseminate stuff that's been standing in the pipeline for too long.

I can give my followers daily updates on

what is happening in my research field. I take the responsibility to communicate my research very seriously. Universities are publicly funded, and we are obligated to pay back by disseminating our results.

Arne H. Krumsvik:

“LinkedIn killed the business card”

Head of Department,
Professor
University of Oslo,
Department of Media and
Communication



- On LinkedIn since 2004; 2,031 contacts
- On Twitter since 2009 (@arnehk); 2,245 followers
- On Facebook since 2007; 1,896 friends

How and when did you originally discover LinkedIn?

I used SixDegrees.com until it was closed down in 2001, and I found it to be a powerful tool for professional networking. I continue to use LinkedIn in the same way. If someone gives me his or her business card, I send him or her a request on LinkedIn and throw away the paper.

In my opinion, instead of LinkedIn, Academia.edu, ResearchGate and Google Scholar are the three most important social networks for scholars. If you want to communicate about your research to larger audiences, it's fine to use Facebook, Twitter and LinkedIn, but to reach colleagues and to increase the number of citations, you should use these three services. I have written about this before.⁵

When it comes to the academic use of social media, I also use Podbean and iTunes for the podcast *Krumsvik & co.*: <https://krumsvik.podbean.com>.

5. Krumsvik, Arne K. (2016). Gløym Facebook! Her er sosiale media for forskarar! *Khrono*, 8 January 2016. Accessed 25 March 2017.

Have you, as an academic, profited from using LinkedIn?

My professional network on LinkedIn has been important to gain access to organizations for both myself and my students. I rarely share postings or engage in discussions on LinkedIn.

As to sharing personal postings, a blog is a good tool for it. I used to blog regularly; I run the blog *Bestem deg!* (“Decide!”) at <http://www.bestemdeg.no>. However, I lost my subscriber database the same week Facebook changed their algorithms some time ago, and after that I needed a long break. However, I might make a blogging comeback!

Are there any reasons for using LinkedIn when we have Facebook?

I use both, for different reasons. The fact that LinkedIn is a professional social network means that there are no cats and grandchildren in the news feed. However, unfortunately, I do not know all my 1900 friends on Facebook personally; hence, I do not expect postings there to be in a private setting either.

Nico Carpentier:

“My enthusiasm for Academia.edu has cooled down considerably”

Professor
Uppsala University,
Department of Informatics and Media,
Sweden



- On Academia.edu since 2009; uploaded 28 books and 169 papers; 5,108 followers
- On Facebook since 2008
- Personal homepage at <http://nicocarpentier.net>

Why did you initially start using Academia.edu?

Initially, both Academia and ResearchGate offered a good way to share some of my texts and to gain access to publications of my colleagues. I got to know ResearchGate a bit because we – I was at that time working at the Bureau of ECREA, the European Communication Research and Education Association – were investigating a collaboration with ResearchGate (which ultimately didn’t materialize).

Even if both Academia and ResearchGate still serve this basic function, more and more critical analyses have surfaced, and the platforms have changed over time, as well. My enthusiasm has cooled down considerably.

What, in your opinion, are the biggest advantages of academic social networking sites such as Academia.edu and ResearchGate?

The main advantages are visibility and accessibility.

What kind of criticism do you, then, see as relevant regarding Academia.edu?

There are considerable problems with this company. There is a lack of clarity about its business model, and about the company itself (apart from the announcement that its aim is “to accelerate the world’s research”). Questions need to be asked about the desirability of academics using these kinds of for-profit tools, especially now when Academia.edu has become much more assertive in promoting its “Premium” account.

Also, we should raise questions about the risks to the open access model which is under threat from many sides which include, first, the “open access gold” model of mainstream academic publishers; second, the abuse by predator journals and publishers; and, third, the financial exploitation by leaching journals and publishers who require high publication fees from authors.

These arguments have been mentioned by others, for instance, by Kathleen Fitzpatrick,

in her post *Academia, Not Edu*.⁶ She raises “questions about the best means of accomplishing that sharing”, provides us with a pretty compelling analysis, and, most importantly, points to alternative models such as the discipline-based arXiv.org and mla.hcommons.org. The conference *Why Are We Not Boycotting Academia.edu?*, with its only slightly provocative title, is yet another way to reiterate the question.⁷

Literature on the scholars’ use of social media

- Daniels, Jessie & Thistlethwaite, Polly (2016). *Being a Scholar in the Digital Era: Transforming Scholarly Practice for the Public Good*. Bristol & Chicago: Policy Press.
- Duffy, Brooke Erin & Pooley, Jefferson D. (2017). “Facebook for Academics”: The Convergence of Self-Branding and Social Media Logic on Academia.edu. *Social Media + Society*, January-March 2017, 1-11.
- Greenhow, Christine & Gleason, Benjamin (2014). Social Scholarship: Reconsidering Scholarly Practices in the Age of Social Media. *British Journal of Educational Technology* 45(3): 392-402.
- Halavais, Alexander (2006). Scholarly Blogging: Moving toward the Visible College. In Bruns, Axel & Jacobs, Joanne (eds.) *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang, 117-126.
- Mortensen, Torill & Rettberg, Jill Walker (2002). Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Research Tool. In Morrison, Andrew (ed.) *Researching ICTs in Context*. InterMedia Report, 3/2002. Oslo: University of Oslo.
- Rettberg, Jill Walker (2006). Blogging from Inside the Ivory Tower. In Bruns, Axel & Jacobs, Joanne (eds.) *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang, 127-138.
- Thelwall Mike & Haustein Stefanie & Larivière Vincent & Sugimoto Cassidy R. (2013). Do Altmetrics Work? Twitter and Ten Other Social Web Services. *PLoS ONE* 8(5), 28 May 2013.
- Veletsianos, George (2012). Higher Education Scholars’ Participation and Practices on Twitter. *Journal of Computer Assisted Learning* 28(4): 336-349.

6. Fitzpatrick, Kathleen (2015). *Academia, not Edu. Planned Obsolescence*, 26 October 2015, <http://www.plannedobsolescence.net/academia-not-edu/>. Accessed 25 March 2017.

7. See Penny Andrews’s conference report (2016) at <https://thewinnower.com/papers/5014-event-report-why-are-we-not-boycotting-academia-edu>. Accessed 25 March 2017.

Social media platforms

Snapchat



- Image messaging and multimedia application
- Communication based on image and video entries (“snaps” and “stories”)
- Launched in 2011 by Evan Spiegel, Bobby Murphy and Reggie Brown
- 158 million daily active users worldwide
- **How to get started:** *The Beginner’s Guide to Snapchat* by Mashable, <http://mashable.com/2014/08/04/snapchat-for-beginners/>

Facebook



- Social networking site
- Communication based on status updates, discussions in open and closed groups
- Launched in 2004 by Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Matt Cohler, Chris Hughes and Eduardo Saverin
- 1,87 billion monthly active users worldwide (2017)
- **How to get started:** *Tutorial: Facebook* by GCFLearnFree.org, <http://www.gcflearnfree.org/facebook101/>

Instagram



- Mobile image sharing application
- Communication based on images with captions and discussions
- Launched in 2010 by Kevin Systrom and Mike Krieger
- 600 million monthly active users worldwide (2016)
- **How to get started:** *How to Start in Instagram* at Instagramers, <http://instagramers.com/destacados/instagram-3-0-english-how-to-start-in-instagram/>

Twitter

- Microblogging service
- Communication based on entries with a maximum of 140 characters
- Launched in 2006 by Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone and Evan Williams
- 317,000 monthly active users worldwide (2017)
- **How to get started:** *A five-Part Guide to Using Twitter as an Academic* by Josephine Scoble, The Online Academic, <https://onlineacademic.wordpress.com/social-media-for-academics/twitter-for-academics/>

LinkedIn

- Business and employment-oriented social networking site
- Communication based on a personal CV page and networking, open and closed groups
- Launched in 2003 by Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly and Jean-Luc Vaillant
- 467 million registered users worldwide (2017)
- **How to get started:** *8 Steps to Creating a Powerful LinkedIn Profile* at Business Insider, <http://www.businessinsider.com/8-steps-to-creating-a-powerful-linkedin-profile-2013-12>

Academia.edu

- Social networking site for academics
- Communication based on uploading academic papers and feedback sessions of paper drafts
- Launched in 2008 by Richard Price
- Almost 50 million registered users worldwide (2017)
- **How to get started:** November Impact Challenge Day 1: Make a Profile on Academia.edu by Impactstory blog, <http://blog.impactstory.org/impact-challenge-day-1-academia-edu/>

ResearchGate

- Social networking site for scientists and researchers
- Communication based on uploading academic papers
- Launched in 2008 by Ijad Madisch, Sören Hofmayer and Horst Fickenscher
- More than 11 million registered users worldwide (2016)
- **How to get started:** Review of ResearchGate: Pros and Cons and Recommendations by the University of Exeter, <http://blogs.exeter.ac.uk/openresearchexeter/2013/11/06/74/>

Google Scholar

- Web search engine and literature database
- Communication based on searches in the database, indexing papers and tracking of citations, author profile pages for self-promotion
- Launched in 2004 by Google Inc.
- **How to get started:** How to Get Indexed by Google Scholar? <http://openscience.com/get-indexed-google-scholar/>

Jörgen Löwenfeldt

Vi sparar viktiga ettor och nollor

Så byggdes Internetmuseum

Internet. En uppfinning som inte behöver någon närmare förklaring? Men vi på Internetmuseum, det första digitala muséet i Sverige, tycker ju det. Trots att många anser att det här världsomspännande datornätverket hör till mänsklighetens främsta skapelser är det få som har en djupare förståelse för hur det fungerar, eller hur det kom till. Ett museum på Internet fungerar även som ett exempel hur forskare kan få bättre tillgång till vårt kulturarv – eller hur forskningsresultat skulle kunna presenteras lättillgängligt.

Några kontrollfrågor för dig som tvekar: Vet du skillnaden mellan internet och webben? Vad heter world wide webs skapare? Och vem kom egentligen på idén att skapa ett ”intergalaktiskt nätverk”?¹

Det finns raka svar på dessa frågor, men de är inte allmänt kända. Facit hittar du i slutet av denna text.

Så väcktes tanken

Internetstiftelsen i Sverige, IIS, är en allmännyttig organisation som syftar till att förbättra Sveriges internet. Överskottet från .se-domänerna tillfaller stiftelsen, som sedan fördelar pengarna till olika satsningar som gör svenskt internet bättre.

IIS är kärnan i det svenska internet, och därför blev det naturligt att vi startade Sveriges första Internetmuseum i december 2014.

Anledningen var att tiden hade börjat rinna iväg. Redan 1969 skapades det som i dag är internet och många av de svenska pionjärerna var verksamma under 70- och 80-talet. Några hade redan gått bort, andra hade sviktande minne.

Jörgen Löwenfeldt, verksamhetsansvarig för Internetmuseum, utbildad journalist vid JMK vid Stockholms universitet och aktiv inom svensk webb sedan mitten av 1990-talet.

Vårt primära uppdrag i första skedet har varit att sammanställa deras minnesbilder. Hittills har sammanlagt 25 internetpionjärer sökts upp för timslånga filmade intervjuer med oss.

Fokus för insamlingen har varit att forskare i dag och i framtiden ska ha material från förstahandskällor när dessa vill studera digitaliseringsens framväxt i Sverige.

Vi har bland annat pratat med Carl Bildt, statsminister 1991-1994, som inspirerad av Al Gore bidrog till att ge Sverige en framskjuten internetposition. Han skapade även den svenska IT-kommissionen. En annan pionjär vi intervjuat är tidigare forskningsassistenten Ulf Bilting som 1984 var först med att koppla in Sverige på internet. En närmast bortglömd händelse som när den inträffade inte precis fick tryckerier att stoppa presserna.

Crowdsourcing i fokus

Vi hade vid starten ingen erfarenhet av museer, men vi förstod internet. Och på internet hjälps man åt.

Stora delar av våra samlingar har skrapats ihop med hjälp av internetanvändarna själva. Vi har lyckats entusiasmera och engagera själva målgruppen för museets verksamhet. Vår tanke var att arbeta lite som idrottsföreningar, och skapa ett ”team internet”, med souvenirer



På Internetmuseum kan man prova surfa old school och se i praktiken hur sidorna, som till exempel denna från 1990-talet, fungerade.

och en tydlig samhörighet. Vi håller alla på internet!

Själva kan vi inte göra allt, men tillsammans har vi nått långt. I dag har vi 11 000 följare på Facebook och arbetar transparent och med besökarna som medskapare, även om vi förstås har sista ordet. Pö om pö har vi lyckats bygga upp både ett fysiskt och ett digitalt arkiv över föremål och filer som vi säkrar för eftervärlden. Allt från viktiga dokument till souvenirer från IT-yrkan i slutet av 1990-talet.

Första utpräglat digitala museet

Sedan sommaren 2016 är Internetmuseum medlem i riksorganisationen Sveriges museer, som första utpräglat digitala museum. Våra

publika utställningar – som har mer folkbildande karaktär – äger nämligen rum på nätet. Här finns tidslinjer över nätets svenska historia och specialutställningar med olika nedslag, så som sociala medier eller kvinnliga it-pionjärer. På hemsidan finns också alla våra intervjuer med internetpionjärer tillgängliga för vem som helst att titta och lyssna på.

Ett fokusområde utöver berättelserna är vår samling hemsidor. Sajter har som bekant en tendens att ömsa skinn. När en ny version av en hemsida lanseras är den gamla borta. Den som slutar att betala för sitt webbhotell mister alla sina filer. I vissa fall finns kopior på archive.org eller i Kungliga bibliotekets arkiv, men i många fall försvinner mycket information på vägen.

Internetmuseums samlingar rymmer numera även hemsidor vi sparar för framtidens surfare. Samlingen är i sin linda. Bland innehållet i dag finns IT-kommissionens hemsida från 1990-talet. Vi har även sparat de första personliga hemsidorna från Sveriges första kommersiella internetleverantör, Swipnet, när dessa riskerade att gå upp i rök. Ytterligare ett exempel på en sajt vi sparar är Annica Tigers HTML-skola. Hon var en privatperson som på 1990-talet bidrog till att lära många svenskar att göra sina första hemsidor. När hon avled donerades sajten till vår verksamhet av Annicas familj.

Adresserna till dessa webbplatser är oförändrade, men nu förvaras de på våra servrar.

Detta arbete intensifieras under 2017, och kommer även att inbegripa historiska digitala filer som vi tillgängliggör på adressen arkiv.internetmuseum.se. Jämfört med att spara fysiska föremål är den digitala lagringen avsevärt mycket mindre mindre utrymmeskrävande, så länge det finns ett selektivt urval. Vi sparar inte allt, utan det som vi bedömer kan utgöra svensk internethistoria.

Vår förhoppning är att med våra arkiv och våra insamlade intervjuer kunna erbjuda ett relevant underlag för forskare i dag och i framtiden, som vill studera hur det egentligen gick till när digitaliseringsvägen drog fram över Sverige. För vi tycker ju att internet kräver en närmare förklaring.

Så hittar du till Internetmuseet

Internetmuseum.se – Här hittar du vår huvudtidslinje, där vi år för år går igenom internets framväxt i Sverige och världen.

Internetmuseum.se/internetpionjärer – Alla 25 internetpionjärer finns samlade här, med texter och filmade intervjuer. Filmerna finns även på Youtube.

Internetmuseum.se/datadamer – Vår utställning om kvinnliga IT-pionjärer är ett bra exempel på hur vi arbetar med våra specialutställningar.

Arkiv.internetmuseum.se – Här finns vårt fysiska och digitala arkiv samlat. Arkivet utökas kontinuerligt med nytt internethistoriskt material. Ambitionen är att kunna göra allt material åtkomligt för den surfande allmänheten.

Not

1. Svaren på frågorna: Skillnaden mellan internet och webben är att webben är systemet med hemsidor som använder datornätverket internet för att fungera. World wide webs skapare heter Tim Berners-Lee. Britten uppfann webben 1989 när

han arbetade i Cern. Upphovsmannen till idén av ett "intergalaktiskt nätverk" är amerikanen Joseph Licklider, psykolog och datorforskare, som kom med förslaget om ett decentraliserat datornätverk redan 1962. Han visste då inte hur det skulle genomföras rent tekniskt. Idén förverkligades 1969.

COMMENTARY

Niklas Nylund

Media museums, research, and the preservation of the immaterial heritage

Museums are also doing research. When dealing with preservation measures concerning the media, museums have traditionally been interested in saving communication instruments and technology: radios, telegraphs, telephones, computers et cetera. As the media are increasingly influencing society as a whole, are media museums supposed to focus on material objects? Could the role of communication and messages gain a more central place in the museological preservation of the media? As the example of the Internet Museum shows, there are several directions to take.

In a process often labeled mediatization, the media are occupying an increasingly central role in shaping societies (see e.g. Couldry & Hepp, 2013). At the same time, museums *as media* are increasingly moving from object-centered displays to interactive experiences in what has been described as a “crisis of the object”, a trend that is by some accounts threatening the monumental “aura” of objects in museums (cf. Smith, 2006: 546-547; Henning, 2006: 71).

The crisis of the object is nowhere as apparent as in the case of media museums. As the focus of preservation is changing from object to message, from media technology to communication in the media, media museums are in the midst of a shift from a material world to an immaterial one.

Preserving messages (and other forms of immaterial heritage) requires a new kind of paradigm.

Contemporary collecting

Many media museums are increasingly interested in what has since the 1970s been called

contemporary collecting. Contemporary collecting was once a novel new way of looking at the museum work, where objects are replaced with various preservation techniques, ranging from ethnographic observation to photography, audio and video to interviews in different media (cf. Axelsson, 2014). Contemporary collecting seems to perfectly meet the needs of media museums struggling with disappearing objects.

In relation to the media, contemporary collecting can take many forms, depending on who is preserving and what is being preserved. The Finnish Museum of Games in Tampere has been able to preserve contextualizing interviews with thirty prominent game designers, dealing with the ways games are being and have been made.

Similarly, Rupriikki Media Museum has interviewed fifteen people from various demographic groups about their social media usage, first in 2010 and later, in 2015, an update with the same persons.

Sometimes collecting can be carried out with the more active assistance from the community dealt with. The changing exhibition *My Game History* open at the Finnish Museum of Games from January to March 2017, dealt with thirteen students from the University of Tampere and their respective stories about how they became gamers. The exhibition is

Niklas Nylund, Museum Curator at The Finnish Museum of Games and Rupriikki Media Museum, PhD student at the University of Tampere.

realized as a university course, aimed at students from diverse disciplines.

Media preservation can take other forms, also: the Media Museum in Odense is planning to adopt a media-archeological approach (Huhtamo & Parikka, 2011) for researching the ways the museum audience interacts with older media technologies like videocassette recorders, double deck boomboxes and other portable cassette players, as well as gaming computers such as Commodore 64. This materialistic and retrospective turn aims at using the “dead media” in terms of extinct and forgotten media technologies to challenge the established narratives of media history.

Collaborative creation of collection

As apparent, preservation work is not done in a vacuum, but increasingly in cooperation with different kinds of groups and communities.

The Finnish Museum of Games, for example, has been planned with the support of universities in Tampere and Turku. The objects on display have been chosen from the collections of a hobbyist collector group and the private collections of numerous game designers, game journalists and the gaming community. Active cooperation has resulted in hundreds of object donations, research and collection work relating to them, as well as a very representative collection of photographs about gaming in its various forms.

References

Akker, Chiel Van Den & Legêne, Susan (2016). Introduction, in Akker, Chiel Van Den & Legêne, Susan (eds.): *Museums in a Digital Culture: How Art and Heritage Become Meaningful*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Axelsson, Bodil (2014). The Poetics and Politics of the Swedish Model for Contemporary Collecting. *Museum and Society*, 12(1): 14–28.

Badenoch, Alexander (2014). Translating objects, transnationalizing collections: Inventing Europe between museums and researchers. In P. Innocenti (Eds.), *Migrating Heritage: Experiences of Cultural Networks and Cultural Dialogue in Europe* (pp. 39-52) (14 p.). Farnham: Ashgate.

The above examples are just some interpretations of the ways that media preservation in an immaterial age can be dealt with. All of them deal with the preservation of communication and messages, not the physical objects that museums have traditionally been interested in.

Although immaterial, they are still museological *objects*, as they are on display in exhibitions and in the focus of preservation efforts by the museums. Thus, there also exists an ongoing negotiation regarding their value, a negotiation that includes the remembering of some things about them and the forgetting of others (Vahtikari, 2013 & Badenoch, 2014).

Re-negotiation of the historical value

In this vein, it is important to admit that museums are places where, over time, museological objects gain new meanings in an ongoing triologue between a) the object, b) the way it is displayed and/or preserved and c) the reception of the audience in reaction to it (Akker & Legêne, 2016: 7).

The ongoing re-negotiation process is possible for material, but also immaterial objects, and a serious reminder of the importance of museums in the digital age. Museums are about dialogue and triologue: a place for re-contextualizing, re-evaluating and shaping our understanding of history – and a place for doing these things together.

Media Couldry, Nick, & Hepp, Andreas (2013). Editorial. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23(3): 191–202.

Henning, Michelle (2006). *Museums, Media and Cultural Theory*. Maidenhead: McGraw-Hill Education.

Huhtamo, Erkki & Parikka, Jussi (eds.) (2011). *Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications*. Oakland, CA: University of California Press.

Vahtikari, Tanja (2013). *World Heritage Cities Between Permanence and Change: International Construction of “Outstanding Universal Value” and Local Perceptions at Old Rauma from the 1970s to the 2000s*. PhD Dissertation. Tampere: Tampere University Press.

Nordic media museums

The Danish Film Institute, Copenhagen
<http://www.dfi.dk>

The Danish Film Institute (DFI) is Denmark's national agency for film and cinema culture, operating under the Ministry of Culture. The museum supports the development, production and distribution of films and run the national archives. The DFI Film House in the heart of Copenhagen provides a meeting place for filmbuffs and filmmakers alike with the Cinematheque and its three cinemas, a videotheque, restaurant and café, bookshop and a film lab for children, FILM-X.

Enigma, Copenhagen
<http://www.enigma.dk>

Museum of post, telecommunications and communication is Denmark's communications museum. The museum holds Denmark's national collections of post and telecommunications and has the largest stamp collection as well as the country's main reference library in its field.

Media Museum, Odense
<http://museum.odense.dk>

The Media Museum focuses on the history of print and electronic media in Denmark. Through special exhibitions, basic exhibitions and new communication initiatives, you are given a vivid insight into the media and its development as well as a critical introduction to the role of the media in society and the technology used, past and present. The Media Museum does not provide a complete picture of Danish media history, but an overview with the help of important points in its history. This is done on the basis of research, relevant collection, registration and storage.

Ragnarock, Roskilde
<http://museumragnarock.dk>

A museum on pop, rock and youth culture. Centered around the music, the museum tells the story about the youth culture and the musical eras from the 1950's onwards. Music has been the speaker of the youth and has created the foundation for various political views, technologies, linguistic trends, media and fashion.

Struer Museum, Struer
<http://www.struermuseum.dk>

Besides exhibitions about the culture life in and around the town of Struer, the museum hosts a section about the world famous consumer electronics company B&O. At the B&O section you can experience the history of a West Jutland business adventure, which has made B&O to an international success. Follow the development of the world-famous design icons. Relive the history of radio and television, and experience how these medias have changed our daily lives.

Päivälehti Museum, Helsinki
<http://www.paivalehdenmuseo.fi/en/>

Presents the history of media, modern-day media and the future of media as well as the freedom of speech in Finland and in other countries. The museum aims to promote the ability to interpret the media and particularly, to encourage children and adolescents to read. The museum is run by the Helsingin Sanomat Foundation, a private, non-profit organization, which strives to secure quality journalism and protect the freedom of speech in Finland.

Media Museum Rupriikki, Tampere
<http://vapriikki.fi/>

A history museum devoted to mass communication. Located in Vapriikki Museum Centre, the museum features a permanent exhibition about the history of mass communication and networking. The exhibition is built with the help of objects from Tampere Museums' extensive collections, as well as objects on loan from Sonera Historical Collections. Rupriikki has worked extensively with preservation projects dealing with media usage, development and communities.

Radio and TV Museum Mastola, Lahti
<http://www.lahdenmuseot.fi/museot/>

A museum that collects, researches and exhibits artefacts and traditions connected with broadcasting. The main sets in the collection are radio and TV receivers, broadcasting studio technology, items related to program produc-

tion, amateur radio and DX listening devices, domestic audio recording equipment, radio valves and telephone appliances. A fully renovated museum opened in February 2017.

The Finnish Postal Museum, Tampere
<https://www.postimuseo.fi/en/>

Founded in 1926 and in 2014 the museum started a new era by moving from Helsinki to Tampere, founding a private museum foundation networked with various partners. The collections comprise a large number of objects and images as well as all stamps issued in Finland and various special philatelic items. The Museum hosts Finland's only public library specialising in postal history, where researchers has also access to extensive archives. The museum arranges special exhibitions of numerous topics and interesting events.

Filmmuseet i Oslo, Filmens hus
<http://www.nfi.no/filmkunnskap/filmmuseet>

A museum with a collection from Norwegian and international cinematic history. The museum's own cinema displays historical films, including the first films what where shown in Oslo in 1896, and new Norwegian short films. The origins of the film industry are documented through authentic, optical toys and old film sets. The museum also houses costumes worn by major movie stars, themed exhibits with animation, advertising, Norwegian film censorship and a quiz station, as well as some of Norwegian cinema's most famous props and characters.

The Norwegian Radio and TV Museum, Selbu
<http://norskradio-tv-museum.no/>

The museum exhibits the history of the radio in Norway, from 1890 until 1980. The collections include pictures, music and radio programmes. The focus lays on the radio production in Norway, and especially the bigger ones. Even though there was a period when Norway had about 50 radio stations, Tandberg, Radionette, Salve Staubo and Edda Radiofabrikk were always dominating the radio industry. These are all widely presented in the museum, from the first to the last machine. The facilities take

up about 700 m2 and is the largest in Norway.

The Museum of Print, Sula
<http://www.sula.kommune.no/>

The museum aims to be a lively museum where the visitors can experience the work of book printing. During many years, Knut Øvregård was running a printing office in Langevåg, and today the museum is located in his old premises. Old traditions are kept alive, and the museum collection consists of printing presses turned by hand, back from 1893 – and everything is still working.

The Tele Museum – Museum of the Norwegian Communication History, Oslo
<http://telemuseet.no/>

An independent, cultural historical, scientific institution, organized as a foundation. The aim is to shed light on the connection between telecommunication and social development in Norway. An important source of knowledge is the Museum's collections of telecommunication history and the work of Telenor, the main funder of the museum. The museum also contributes with photographs and objects from the collections to other exhibitions around the country.

Rockheim, Trondheim
<https://www.rockheim.no/>

The national museum of popular music. Behind the scenes, Rockheim's staff is engaged in managing and researching Norway's pop and rock music, and in making it accessible to the public. The visit to Rockheim begins in the spectacular "Top Box". From the main exhibit on the 6th floor you proceed down floor by floor. The music and stories are communicated by means of interactive exhibit technology and objects from the museum's collections.

The Fjeld-Ljom Press Museum, Røros
<http://www.fjeld-ljom.no/>

Located in the former premises of the local newspaper Fjeld-Ljom. It is a museum where newspapers can still be made the old way, with lead types, clichés and hard work. The machines found in the museum are authentic, and most of them are used in the production of the old local newspaper. Some of the machines in inherited by ot-

her local newspapers. The machines operate fine and can be demonstrated at the museum.

Fotomuseet Preus museum, Horten
<http://www.preusmuseum.no/>

Preus museum is Norway's National Museum of Photography. Founded in 1995 when the Norwegian Government bought the collections that belonged to Preus Fotomuseum, a private museum, the Norwegian State is now the owner of the museum. In May 2001 the museum moved into Magasin A at Karljohansvern in Horten, about one hour's drive from Oslo. The collections contain photographs, cameras and other technical equipment that shed light on the history of photography. There is a wide representation of the international history of photography in the image collection. Preus museum's library holds international standard.

The Film Museum, Kristianstad
<http://www.regionmuseet.se/filmmuseet.htm>

Located in Kristianstad, where some of the first Swedish films were produced in the early 1900. The Museum is based in the old original film studios. The collections include pictures, sounds, suits and objects from the first decades of Swedish film productions. The Film Museum is one branch of the Regional Museum.

IT-ceum, Linköping
<http://www.datamuseet.se>

Sweden's only museum for computer-related history. A collaboration between Linköping University and the municipality, the museum opened in 2004. The museum aims to shed light on the past, present and future where computers play or have played an important role. The permanent exhibition *Digital Dreams* focuses on Swedish computer development from the 1950 until today.

Stockholm Museum of Video Games
<http://stockholmsspelmuseum.se>

Opened in 2016, the museum aims to exhibit the history of gaming and gaming culture in Sweden. Through the different stations in the Museum the visitors can play the games and discover the consoles that shaped Swedish

gaming culture over the years. The collection includes everything from the 1970's "Space invaders" to the latest VR technology.

The Swedish Broadcasting Museum, Motala
<http://www.motala.se/radiomuseum>

Located in the premises of the old transmitter station from 1927. The Museum's collection includes the original transmitter used to send Sweden's first radio call in 1927, with the strength of 30 kW. The transmitter was replaced in 1935 by a much stronger one, which is also stored and available to view at the Museum.

The Post Museum, Stockholm
<http://www.postmuseum.se>

Situated in the oldest building of the Swedish postal organization, dating back to the 17th century. The Museum opened in 1906 and is owned by the Swedish postal service, PostNord. The collection of the Museum consists of many objects, books and journals, stamps, photographs and archive documents of various kind. The philatelic collection for example, consist of almost 4 million stamps as well as original and printing proof for Swedish stamps.

The Museum of Cinema and TV, Säter
<http://biografmuseet.se>

Founded in 1989, the museum represents the history of moving image in Sweden. The Museum works in preserving historical objects from the last few years of silent films to the birth of sound films, the breakthrough of TV, Video technic, mobile phones and cameras.

The Swedish Music Hall of Fame, Stockholm
<https://smhof.se>

A museum, opened in 2013 in Djurgården, on the Swedish popular music. One part of it consists of the popular ABBA museum. The exhibition *Swedish Popular Music* shows how Swedish popular music has evolved over time. Examples are shown of how music, media, technology and societal influence each other.

Tuomas Heikkilä & Ilkka Niiniluoto

The value and role of humanities research

Review of the contemporary status and suggestions for future

Finnish universities have suffered deep budget cuts in recent years, forcing them to lay off staff and close down disciplines. Some commentators have even proclaimed the end of civilised society. Scholars working in smaller humanities disciplines have felt particularly vulnerable. A recent report on the value and role of humanities research in Finland found that scholars in these fields are doing reasonably well – at least for the time being. Humanities disciplines are well respected, and research in these disciplines is of a high standard. But change is in the air. It's imperative now for humanities researchers to step out of their proverbial ivory towers, to be engaged and become involved in society, the media and public decision-making.

The framework conditions for doing high-quality science and research have changed profoundly in recent years, not only in the Nordic countries but around the world. In Finland, the main focus has been on the government's budget cuts to universities and all sectors of education. At the same time, the rhetoric of public and even political debate has betrayed a growing attitude of indifference to science and knowledge in general. As government officials – who also hold the purse strings for science and research funding – have furthermore been calling for com-

mercially attractive innovations that can help address the country's dire economic situation, it is hardly surprising that scholars working in smaller humanities disciplines have felt particularly vulnerable.

The Finnish Institute in Rome is maintained by a private foundation, but integrated as part of the Finnish research and education system. This, Finland's oldest foreign-based science institute concentrates on humanities research, particularly in the fields of ancient and medieval history, classical languages, archaeology, and art history.

In December 2016 the Institute published a report by Tuomas Heikkilä and Ilkka Niiniluoto on the value and appreciation of humanities research in the climate of toughening attitudes that now seems to be spreading in Finland. What could be done to improve the framework conditions for humanities research?¹

Intended for both scholarly and general readers, the report was an attempt to con-

Tuomas Heikkilä, Researcher in Medieval Studies, Adjunct Professor in General and Church History as well as Finnish history. Director of the Finnish Institute in Rome (Institutum Romanum Finlandiae) since 2013.

Ilkka Niiniluoto, Academician of Science, Professor Emeritus of Theoretical Philosophy, and former Rector and Chancellor of the University of Helsinki.

tribute a well-reasoned and positive expert opinion to what has become a rather heated and polarised debate. One of the messages we wanted to get across was that there is no point brooding over the budget cuts that have already been put in place. Instead, we should look ahead to the future and work more actively to demonstrate the importance and value of humanities research.

Charting public opinion

Data collection for our report involved two extensive public opinion polls in 2014 and 2016 as well as interviews with 200 Finnish opinion leaders from different fields in summer 2016.² As it turned out, attitudes to humanities research in Finland are extremely positive – much more so than might be presumed based on the ongoing public debate.

Almost 84 per cent of the poll respondents thought that humanities research was important for Finnish society. Among opinion leaders the appreciation rating was even higher: 98 per cent agreed that humanities research has benefits for society. Although it is obviously easy for both these groups to give the answers they think the researcher is expecting to hear, there is no doubt that their views are informed by a genuine appreciation. Opinion leaders actually rank the humanities as the second most important line of research inquiry after medicine. Among the general public, humanities research falls behind a number of other disciplines that are perceived as more concrete and practical, yet it still ranks higher than, say, theology and economics, a long-standing soft spot for the media.

Another indication of the interest and appeal of the humanities is the intensity of competition for student places, year in and year out. The numbers applying are huge: up to one-fifth of each age group want to study humanities at university. Because of numerus clausus and the great popularity of humanities subjects, admission rates are extremely low. At Finland's biggest university in Helsinki, it is just as difficult to gain admission to study art history, literature, philosophy and general

history as it is to get a place in a medicine or law degree programme. These figures are based on primary applicants. If all applicants are included, the humanities fields mentioned actually have the lowest admission rates of all.³ The young people entering these fields of study therefore represent the absolute *crème de la crème* of their generation.

When asked what they thought were the most important goals for humanities research, our respondents mentioned a whole range of issues central to the self-understanding of humanity and human society. Most fundamentally, humanities research was thought to be about achieving a deeper understanding of human nature and society, increasing general knowledge and education, and understanding the past. On the other hand, only very few respondents mentioned such goals as creating new jobs or generating greater profits, points that are sometimes raised in the polarised public debate.

When our expert opinion leaders were asked to identify the kinds of questions they thought humanities research could answer, many referred to the grand challenges facing humanity and modern society. The humanities researcher was often described as an expert of humanity and cultural encounters, as someone whose work genuinely holds the keys to a better future. Interestingly enough, the responses were very similar across all groups of opinion leaders. It's a flattering result for the humanities – but on the other hand the expectations attached to humanities research are also very high.

A cheap way to the top

It's hard to put a price tag on humanities research – perhaps even harder than on a research project in most other fields, because it is very rarely that the results of humanities research have immediate economic application. The benefits are often slower to show up, as they are manifested in the form of accumulating knowledge, increasing social stability, strengthening expertise, growing intellectual curiosity, greater general satisfaction.

It is, however, possible to roughly calculate the costs of basic university degrees. We asked the Ministry of Education and Culture to provide indicative costs of a master's degree in different disciplines.⁴ These prices should not be taken as absolute figures, but rather as rough indications of which degrees are more or less expensive than others. It seems that the costs are lowest for training a theologian, followed by training a lawyer. Humanities degrees are also cheap at around 33,000 euros, roughly the same as the cost of a degree in economics and social sciences. The price tag on a master's degree in technical and engineering studies, natural sciences and especially in medicine is much higher, implying greater costs for society. The needs for funding are highest of all in highly specialised fields such as theatre and dance, music and veterinary science: in all these cases the imputed costs of a master's degree are around 200,000 euros. The situation is very similar in perhaps our closest comparative country, Sweden.⁵

Our focus was on humanities *research*, and it is extremely difficult to calculate the price of researcher training because different fields and universities have different ways of providing that training. For this reason the Finnish Ministry of Education and Culture, for instance, has no mechanisms in place to directly monitor the costs of PhD training. However the price of a basic university degree does give us some indication of the general cost levels in the research field concerned. Humanities researchers typically have just as little need for expensive equipment in their job as humanities students do in their coursework, whereas medical and natural scientists cannot expect to achieve notable research success without expensive brain imaging equipment or a particle accelerator. It follows that researcher training in the humanities is also cheaper than in most other fields, and overall the costs are lower than for the completion of a basic degree.

Some PhD students do their research and write their dissertation while working full-time, which means that the costs incurred to society are minimal. Quite a few postgraduate

students are hired into university research positions that are usually funded from outside sources, the Academy of Finland and private foundations. It's also necessary to remember that researcher training is not just an expenditure. Postgraduate students have teaching roles at universities, and as well as working to advance science they are already contributing to the core mission of all research and humanities research in particular to exercise an impact on society. Every doctoral dissertation and every other academic thesis advances humanistic education and humanity's understanding of itself. In other words, researcher training is highly productive, in many different ways.

The opinion leaders we interviewed consider humanities research to be so important to society that Finland cannot afford not to make the investment – just 3 per cent feel this is something where savings can and should be made. There is also consensus that research should be funded from the public purse and therefore footed by taxpayers. Domestic funds and foundations were mentioned as key sources of supplementary funding. Very few thought that humanities research can have commercial application, although in reality it has significant untapped potential in the fields of culture industry and social innovations, for instance.

Private foundations are currently a more important source of funding for the humanities than for any other discipline. Official statistics show that 16 per cent of outside funding for humanities research at Finnish universities comes from private funds and foundations, while the figure for economics and medicine is 13 per cent and for technical and engineering sciences just 3 per cent. But the reality behind these figures is different. For reasons not known, universities and education authorities do not seem to be interested in compiling accurate statistics about funding received from foundations, and therefore it is impossible to know its true amount and share. In the humanities, we know that funding from foundations accounts for over 35 per cent of total outside research funding.

In order to receive government funding, Finnish universities are required to meet prescribed criteria and output targets agreed upon with government authorities. One of the most important among these criteria is external research funding. The lack of accurate statistics on funding received from foundations is a big problem for humanists: humanities disciplines receive relatively large amounts of outside funding from foundations, but because this funding remains hidden, humanities research appears to be weaker than it actually is. Indeed, we would suggest that statistics on research funding from foundations should be compiled with the same accuracy as other sources of outside funding.

Overall then, the costs to society from training a humanities researcher are reasonably low. What is more, Finnish humanists have achieved international attention and acclaim at a rather modest cost. According to *QS University Ranking* and the *Times Higher Education's World University Ranking*, Finland's highest rated university is Helsinki and the strongest performing discipline at Helsinki is humanities research.⁶ Although ranking lists of universities and disciplines are notoriously open to interpretation, the trend is clear and unambiguous: Finnish humanities research is low-cost and is closer to the international cutting edge than many other fields. Interestingly enough, this fact has received very little notice in Finland, either in the public science policy debate or in humanists' coffee table discussions.

The diverse value of research

The outstanding ranking performance of humanities research is bound to delight every humanist, but of course it is extremely difficult to absolutely measure the relative research success of different disciplines. Research fields, subjects, methods, research questions and source materials differ so widely that it is virtually impossible to find a suitable yardstick for most disciplines. Scientometrics is a branch of statistics that has developed bibliometric indicators to measure advances in

science, such as the number of referenced articles published in journals and the number of citations they have received. Differences in publishing practices between disciplines mean that these indicators do not always do justice to humanities research, which is often published in the form of monographs rather than journal articles, and often in other than the English language. For these reasons the results of humanities research do not always find their way into international publishing databases, and consequently measurements of the state of science based on databases such as *Scopus* and the *Web of Science* can be misleading.⁷

Biased as they are towards English-language journal articles, indicators of publishing performance in the humanities and social sciences distort and detract from the intrinsic nature and societal role of these disciplines. The rewards for publishing scientific monographs that present in-depth analyses and broad syntheses do not reflect the demands and complexity of the effort. Although humanities research that is interested in exploring world cultures is more international than most other disciplines, its results should be communicated not only to the international audience or research community. The publication of historical and sociocultural knowledge in national languages supports a multicultural and pluralistic society and strengthens its sense of community, self-understanding and shared values.⁸

It has been shown that humanities research has exceptionally diverse value, including value that can be expressed in economic terms. *Humanities World Report 2015* proposes a classification of nine value categories, which it names as intrinsic value, social value, cultural heritage, economic value, innovation, critical thinking, contribution to other disciplines, personal and spiritual development, and aesthetic appreciation.⁹

These same themes could well be grouped differently, for instance into the categories of scientific, societal, individual and economic benefit. And equally it would be possible to present a much more detailed list. Either way,

a description of the value of humanities research based on these nine broad categories should suffice to show just how intricately the discipline is interwoven into every aspect of human activity and how far-ranging its effects and benefits can be.

Many other disciplines exhibit the same values as the humanities. But the one thing that sets humanities research apart is its focus on the human being, on human cultures and encounters between cultures and people. Although critical thinking, for instance, is present in all science, humanities research is the only discipline concerned with the critical analysis of human activity. It is as exercise in self-criticism that, ultimately and ideally, leads to self-understanding. Humanistic education teaches generic skills of learning and knowing that will have important application in the workplace that is set for dramatic changes in the coming years.¹⁰ Humanities research enhances cultural skills and knowledge as well as social interaction and understanding, the very cornerstones of a stable society. It provides a platform for informed ethical debate about values and alternative ways ahead for the future. Its results spark interest in questions of common concern: Who we are? Where have we come from and where are we heading? What is our society like? Why? How can I make a difference? It has been shown that humanities research and education, more than any other discipline, fosters tolerance and teaches crucial democratic skills.¹¹

Keys to reinforcing research

As far as we can tell, humanities research is excellently placed to assume a new and more important role in Finland today. That new role is there for the taking – and a sympathetic audience is out there waiting!

Although the statistics show that humanities researchers are more active in international research exchange and mobility programmes and go abroad to do research more often than colleagues in most other fields, their funding comes almost entirely from domestic sources. Indeed, humanities researchers should

be far more active in applying for international funding. Finnish researchers have reasonably good success in international funding calls, but applications from humanities disciplines are often conspicuous in their absence. It is a telling statistic that at the time of writing, there are 112 research projects in Finland that are funded by the European Research Council. Most professional researchers are excited just to hear the name of this prestigious funding agency – but no more than one in ten ERC-funded projects are in the humanities field.¹²

We crowdsourced ideas of how humanities research could achieve greater visibility in society and consulted the views of 200 opinion leaders from different fields. They emphasised the importance of popularisation: researchers should not content themselves with discussing their work and results in the narrow confines of academic circles, but boldly step out into society. There is certainly truth to these ideas and they need to be put in practice, even though humanists actually write more books than researchers in other disciplines. The more innovative and groundbreaking the research, it seems, the greater the tendency to celebrate its results within a small circle of experts. This is not just a Finnish problem, but a global one. In Sweden, for instance, there is an increased urgency to find ways in which the new insights gained from humanities research can be disseminated and made more readily accessible to the general audience. Recommendations have ranged from science publication awards and encouraging researchers to work more closely with journalists to giving greater weight to research popularisation as a measure of academic merit.¹³

Humanities research is also being changed by digitalisation. In Finland the universities of Helsinki and Turku identify digital research among their priority themes, and digitalisation is also one of the most important themes in the national Research and Innovation Council's digital agenda for 2015–2020.¹⁴ Digital human sciences emphasise two aspects that are set to gain increasing importance in all research: multidisciplinary and international exchange. As far as researchers are concerned there is

scope for improvement in both these areas. The strict discipline boundaries traditionally maintained at Finnish universities have effectively hampered interdisciplinary cooperation, and anyone trying to cross those boundaries has tended to be met with scorn.

In a small country such as Finland, tenured holders of academic chairs have great opportunity both to do good and to do harm within their discipline: sometimes it seems they feel it is more important to stake out their own scientific territory and to create a network of vassals than to advance knowledge. Humanists are experts of humanity and human cultures, and they should be involved in resolving the grand challenges and wicked problems facing our world.

Finland and the world will need their best resources to resolve both local and global challenges. It's time for humanists to report to duty and instead of constantly yapping and complaining to assume a constructive role. The logic of politics is not conducive to finding lasting solutions because its sole aim is to emerge victorious from the next elections. It's necessary therefore to have humanists who take a longer term view, who can look past the noise of everyday politics and the volatility of share prices.

Finland was built in the 19th and 20th century by investing in education, knowledge and know-how. This was the recipe for success in days gone by when times were much tougher than today. The same recipe should work in the future as well. Investing in research and

researcher training is an investment in a society that is based on better and more refined knowledge. In Norway, a recent government report concluded that raising the standard of scientific research is one of the most important ways in which the country can work to consolidate its position among the world's most successful states.¹⁵

Humanists, unite in attack!

Overall, the state of humanities research in Finland remains good. It enjoys the appreciation of both the general public and decision-makers, who agree it has a crucial role to play, both from the individual's and society's point of view. Universities are overflowing with talented young people who want to dedicate themselves to the humanities.

Humanities research is funded from both government and private sources, and international evaluations consistently give high marks to humanities disciplines. There is nothing in sight that could undermine these cornerstones. There is a solid foundation in place for better and more relevant research that can benefit science and society, that can work in the best interests of people.

It's time now for humanities researchers to pick themselves up, to stop complaining about the government's budget cuts and look ahead to the future.

Översättning: David Kivinen

Notes

1. Heikkilä and Niiniluoto (2016). The report can be downloaded free of charge from the Finnish Institute of Rome website www.irfrome.org/humanistisen-tutkimuksen-arvo. It includes a summary in Swedish and in English.
2. The polls were conducted by TNS Gallup. The data were collected on the company's Gallup channel on 18–22 April 2014 and 22–27 April 2016 from a panel recruited by TNS Gallup for opinion poll measurements. The panel members receive no compensation for answering. The dataset is representative of the Finnish mainland population aged 15–74. The statistical margin of error is around 3%. The 2014 survey had 1087 respondents, in 2016 the

sample was 1052 persons. The interviews with opinion leaders were conducted by telephone on TNS Gallup's Gallup Forum on 6–29 June 2016. The target group consisted of high-level Finnish opinion leaders, and the dataset comprises 200 interviews. The respondents represented the following groups: MPs (25 interviews), public officials (30), academia (45), the arts (15), media professionals (14), the school system (21), trade unions (24) and business (26).

3. The data are based on the 2015 entry exams to the University of Helsinki (University of Helsinki 2017).
4. Based on total costs of providing training for a basic university degree (average for 2014–2015)

- divided by the number of higher university degree graduates (average 2013–2015). For detailed figures, see Heikkilä and Niiniluoto (2016), p. 71–72.
5. Fuchs et al. (2016). The figures published by Swedish scholars are based on the amount of government subsidies paid to universities for students in different disciplines and therefore are not fully comparable with the Finnish figures. Nevertheless the same disciplines are cheap and expensive in both countries. The results are also the same for Switzerland, for example (Abohumanities.sagw.ch 2016, 23).
 6. This is how University of Helsinki science fields performed in the latest QS University Ranking (2017; 2016 rankings in parentheses): Arts & Humanities 75th (67th), Engineering & Technology 206th (190th), Medicine & Life Sciences 68th (78th), Natural Sciences 92nd (112th), Social Sciences & Management 176th (152nd). The discipline with the highest ranking of all was philosophy, which ranked 25th. The corresponding rankings in the World University Rankings 2017 are as follows: Arts & Humanities 55th, Clinical, Pre-Clinical & Health 90th, Life Sciences 58th, Physical Sciences 75th, Social Sciences 100th, and Computer Science 69th. The good success of humanities disciplines is explained above all by their successful research and high citations scores.
 7. Auranen & Nuutinen (2016). The article sums up the recent debate in Finland.
 8. Nuorteva (2015).
 9. Holm et al. (2015), p. 12–41.
 10. Cf. e.g. the highly pessimistic views presented by Swedish business – which subsequently have received much criticism (Fölster et al. 2011).
 11. Nussbaum (2010).
 12. *ERC Funded Projects*. European Research Council 2017. [https://erc.europa.eu/projects-figures/erc-funded-projects/results?f\[0\]=sm_field_cordis_project_hi_count%3AFinland&f\[1\]=country%3AFinland](https://erc.europa.eu/projects-figures/erc-funded-projects/results?f[0]=sm_field_cordis_project_hi_count%3AFinland&f[1]=country%3AFinland) and [20 March 2017].
 13. Östling et al. (2016).
 14. Finnish government (2015).
 15. Norwegian government (2016), p. 6–7.
- Finnish government (2015). *Uudistava Suomi: tutkimus- ja innovaatiopolitiikan suunta 2015-2020*. Helsinki: Tutkimus- ja innovaationeuvosto. [Online.] Available at <valtioneuvosto.fi/documents/10184/4102189/Linjaus2015-2020.pdf>. [Accessed 20 March 2017.]
- Fuchs, Helen (huvudred.) & Enbom, Jesper & Ingvarsson, Jonas (2016). *Humanioras kris och värde: resurser och utbildningskvalitet*. Humtank. Rapport #1. http://humtank.se/wp-content/uploads/2016/07/rapport_1_humanioras-pris.pdf, 3. [Accessed 20 March 2017.]
- Fölster, Stefan & Kreicbergs, Johan & Sahlén, Malin (2011). *Konsten att strula till ett liv. Om ungdomars irrvägar mellan skola och arbete*. Stockholm: Svenskt näringsliv.
- Heikkilä, Tuomas & Niiniluoto, Ilkka (2016). *Humanistisen tutkimuksen arvo. Kuusi murrettavaa myyttiä ja neljä uutta avainta*. Opuscula Instituti Romani Finlandiae V. Helsinki: Institutum Romanum Finlandiae. [Online.] Available at <www.irfrome.org/humanistisen-tutkimuksen-arvo>. [Accessed 20 March 2017.]
- Holm, Poul & Jarrick, Arne & Scott, Dominic (2015). *Humanities World Report 2015*. London and New York: Palgrave Macmillan.
- Norwegian government (2016). *Ved et vendepunkt: Fra ressursøkonomi till kunnskapsøkonomi. Produktivitetskommissjonens andre rapport*. Norges offentlige utredninger 2016:3. Oslo: Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon, Informasjonsforvaltning.
- Nuorteva, Jussi (2015). *Humanistisen alan koulutuksen ja tutkimuksen rakenteellinen kehittäminen ja profilointi (Strategia- ja vaikuttavuushanke 2014-2015)*. Helsinki: Unifi. http://www.unifi.fi/wp-content/uploads/2014/10/UNIFI_RAKE_Humanistit_2015_Nuorteva_final.pdf, 15 [Accessed 20 March 2017.]
- Nussbaum, Martha (2010). *Not for Profit: Why Democracy Needs the Humanities*. Princeton: Princeton University Press.
- QS University Ranking (2017). Rankings. [Online.] Available at <<http://www.topuniversities.com/>>. [Accessed 20 March 2017.]
- The World University Rankings (2017). University of Helsinki. [Online.] Available at <<https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/university-of-helsinki?ranking-dataset=589595#ranking-dataset/595528>>. [Accessed 20 March 2017.]
- University of Helsinki (2017). https://vipunen.fi/fi-fi/_layouts/15/xlviewer.aspx?id=fi-fi/Raportit/Haku-%20ja%20valintatiedot%20-%20korkeakoulu%20-%20yo%20-%20yliopisto.xlsb [Accessed 20 March 2017.]
- Östling Johan & Bernhardsson, Katarina & Björkman, Jenny & Olsson, Jesper (2016). *Kunskapens nya rörelser. Framtidens humanistiska och samhällsvetenskapliga samverkan*. Stockholm: Kungl. Vetenskapsakademien.

References

- Abohumanities.sagw.ch (2016). *It's the Humanities, Stupid!* Bern: Schweizerische Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften. [Online.] Available at <abohumanities.sagw.ch> [Accessed 20 March 2017.]
- Auranen, Otto & Nuutinen, Anu (2016). Bibliometriikka on hyvä renki mutta huono isäntä. *Tieteessä tapahtuu* 34:3 (2016), 49–53.
- ERC Funded Projects*. European Research Council 2017. [https://erc.europa.eu/projects-figures/erc-funded-projects/results?f\[0\]=sm_field_cordis_project_hi_count%3AFinland&f\[1\]=country%3AFinland](https://erc.europa.eu/projects-figures/erc-funded-projects/results?f[0]=sm_field_cordis_project_hi_count%3AFinland&f[1]=country%3AFinland) and [Accessed 20 March 2017.]

What is high-quality media and communication research?

Questions to the research councils in the Nordic countries

Every year, the national research councils, foundations and other instances allocate funding to researchers whose applications are regarded, often based on a peer review, to be the most promising. Every year, researchers are trying to present plans for ambitious, innovative and groundbreaking research. Nordicom Information asked the major funders for the media and communication research in Denmark, Finland, Norway and Sweden to find out what, according to them, counts as quality in today's media and communication research.

Questions:

1. What is, according to you, high-quality media and communication research and how do you promote it?
2. What kind of changes have recently occurred in the financing policy of media research in your country?
3. Should the national research councils encourage universities to engage beyond the academia?
4. How could the financing mechanisms be improved in the future?

Denmark

Det Frie Forskningsråd

Peter Munk Christiansen, professor, Institut for Statskundskab, Aarhus universitet; stydeformann for Det Frie Forskningsråd

Kirsten Frandsen, lektor, Institut for Kommunikation og Kultur – Medievidenskab; medlem av Det Frie Forskningsråd, Kultur og Kommunikation



1.

Kvalitet drejer sig typisk om flere forhold, men centralt står at forskningen adresserer problemstillinger, som har høj relevans enten ud fra en samfundsmæssig, kulturel betragtning eller ud fra en medievidenskabsintern betragtning. Det kan med andre ord dreje sig om forskning, hvor mediernes historiske og aktuelle samspil med det øvrige kulturliv og samfund er i fokus.

Det kan også dreje sig om forskning, hvor det er medier og kommunikation som sådan, der er i fokus, og hvor man ønsker at rykke etablerede forståelser af, hvad medier og kommunikation er eller har været.

Vi har brug for begge perspektiver i disse år, hvor medier og kommunikation i stigende grad gennemsyrrer alle dele af samfundslivet. Samtidig er vores forståelser af, hvad et medie er, og hvordan en ny mangfoldighed af medier fungerer, blevet udfordret med digitalisering. Netop

fordi medie- og kommunikationsforskningen knytter sig til et genstandsfelt, der er præget af en voldsom dynamik og diversitet, bliver det særligt vigtigt at have en stærk – men også gerne nytænkende – teoretisk rammesætning og forankring. Og fordi medier og kommunikation historisk og aktuelt er indlejret i stærke globale og transnationale dynamikker, er internationale perspektiver og samarbejder også en meget vigtig kvalitet i medie- og kommunikationsforskningen.

2.

Der er flere forhold at nævne i denne sammenhæng. Først og fremmest har langt de fleste universitetsansatte medieforskere i Danmark ret til betydelig forskningstid og er frit stillet mht. valg af emne og tilgangsvinkel.

I 2016 indførte man dog store besparelser på den statslige finansiering af den frie forskning, som støttes gennem Det Frie Forskningsråd. Så mulighederne her er blevet mere begrænsede. Samtidig har man i Danmark en række private fonde, der er begyndt at spille en større rolle for medie- og kommunikationsforskningen. Endelig betyder kommunikationsmediernes voksende tilstedeværelse alle vegne, at de dele af forskningsfeltet, som beskæftiger sig med bestemte former for kommunikationsindhold, f.eks. fødevarer og sundhed, så småt er begyndt at finde finansiering fra strategiske midler gennem deltagelse i større projekter defineret af andre fagområder.

3.

Forskningsråd er sat i verden for at støtte forskning af høj kvalitet. Det udelukker ikke, at de også tilskynder universiteter og forskere til at gå ud over den akademiske verden. Faktisk burde de gøre det. Den væsentligste årsag er, at offentligheden skal have en god forståelse af, hvorfor det er vigtigt, at samfundet investerer i forskning.

4.

Den vigtigste måde at fremme samfundets investering i medie- og kommunikationsforskning af høj kvalitet er at sørge for, at nye investeringer støtter den allerbedste forskning og de allerbedste forskere. Set fra et forskningsråds perspektiv sker dette primært gennem udbud.

Erik Albæk, professor, Center for Journalistik, Syddansk universitet; medlem af Statens Samfundsvidenskabelige Forskningsråd 2000-2006

1.

Det er forskning, der baserer sig på de fremmeste internationale teorier og metoder, som er i dialog med den internationale forskningsfront, bl.a. ved at publicere i feltets og tilgrænsende felters bedste tidsskrifter. Forskningen fremmes ved at der er tilstrækkelige forskningsmidler til rådighed, herunder midler til store, kollektive forskningsprojekter, gerne i samarbejde med internationale kolleger. Men det er samtidig vigtigt, at forskningsmidlerne uddeles i konkurrence og efter faste kvalitetskriterier.

2.

Dansk medieforskning har i vid udstrækning baseret sig på forskningsmidler, som er opnået uden for det konkurrencebaserede forskningsbevillingssystem, men i de sidste år er især journalistikforskere begyndt at orientere sig mod at opnå forskningsbevillinger i konkurrence med andre forskere – og har haft stor succes med dette. Desværre er de offentlige forskningsmidler i samme periode blevet beskåret.

3.

Forskning i høj international klasse bør så vidt muligt altid formidles til et bredt interesseret publikum (og også gerne et mere specifikt branchepublikum). Når det drejer sig om egentligt

samarbejde mellem fx. medievirksomheder eller mediebranchen og forskere, er det lidt mere tricky, da disse eksterne aktører ofte søger specifik konsulentstøtte snarere end egentlig forskning. Men for så vidt eksterne aktørers interesser kan forenes med en forskningsdagsorden af høj kvalitet, er der intet til hinder for et sådant samarbejde. Efter min mening er problemet imidlertid, at der er tendens til, at der lægges for stor vægt på et sådant samarbejde fra politisk hold uden blik for, at det kan gå ud over forskningskvaliteten.

4.

Når det drejer sig om offentlig forskningsstøtte, bør forskningsmidlerne fortsat tildeles efter strikte faglige kvalitetskriterier, herunder om forskningen er af en sådan kvalitet, at den kan publiceres i feltets fremmeste internationale tidsskrifter. Der bør være flere midler til rådighed, især til store, kollektive projekter, der kører over flere år. Endvidere ville det være ønskeligt, om der kunne bevilges midler til projektet med meget lang tidshorisont, så udviklinger kan måles over tid.

Finland

Academy of Finland

Professor Erkki Karvonen, University of Oulu; member of the Research Council for Culture and Society



1.

The values for the research in the Academy of Finland are the quality, innovativeness and impact of research, the impact understood as both scientific and societal impact. The quality is assessed in international peer reviewing, typically in international panels, and the panels also take stand to the innovativeness and impact of research. The societal impact is understood from the national perspective. The media and communication research is assessed on the basis of the same criteria as other research in the social sciences and the humanities. The international reviewers and panelists play a significant role in decision-making. This is why I, as a member of the research council that decides on research funding in the field of media and communication research, have asked media and communication researchers for suggestions for relevant experts to function as reviewers and passed them on to the Academy. Now there should be a large pool of potential reviewers at the disposal of the Academy.

2.

The impact, in particular the societal impact, has been emphasized in the funding of research. The same applies to innovativeness. Not even excellent research does get funding if it only repeats something old.

3.

At the Academy of Finland, there is the Strategic Research Council (SRC) which accepts applications with more practically oriented research designs. Yet, in all forms of funding the societal impact is one of the criteria.

The researchers are encouraged to write in their applications about the effects of their research in a lucid manner. What kind of problems is the study going to solve? How will it contribute to developing and improving the world? In many cases, the second reader of the application comes from a field of study that represents another than the applicant's. In the abstract or summary section of the application it would be recommended to elucidate the content of the research in more popular terms, which would help the second reader better understand why the research is worth funding.

4.

The universities located in the capital area in Finland get a lot of funding. To use the sociologist Robert K. Merton's vocabulary, this is the Matthew effect: the rich get richer and the poor get poorer. Now there is a plan for a new Academy programme for media research but it is not sure if it will end up in realization.

Last year the applications in the field of media and communication research very often received from the international panels the score 3 out of 5, which by no means makes it to the funded projects. The quality of the research applications should be raised so that they would more often reach the level of 5 where it is to a certain extent possible to get financing.

Norge

Norges forskningsråd

Christen Krogh, avdelingsdirektør, avdeling for institutt-politikk og avdeling for humaniora og samfunnsvitenskap



1.

Dette forutsetter for det første høy vitenskapelig kvalitet, dernest at forskningen er relevant for media- og kommunikasjonsområdet.

Forskningsrådet har ulike virkemidler som egner seg for forskere innen media- og kommunikasjonsområdet. Vi har blant annet en årlig utlysning av midler til fri prosjektstøtte (FRIPRO), som er en åpen konkurransearena for alle fag (også medieforskning) der vitenskapelig kvalitet blir tillagt størst vekt.

Programmet Samfunnsutviklingens kulturelle forutsetninger (SAMKUL) er et annet eksempel. Det er et grunnforskningsrettet program, særlig orientert mot humaniora, og fremmer forskning av høy vitenskapelig kvalitet som også skal bidra til en bredere forståelse av endringsprosesser i samfunnet. Her er relevanskravet sterkere vektlagt. I tillegg har vi for tiden et forskningsprogram for kultur- og mediesektoren (KULMEDIA), som fremmer forskning med både høy vitenskapelig kvalitet og relevans for sektoren. Forskningen skal bidra med kunnskap for politikktutvikling og for aktører/brukere i sektorene. Derfor legges det vekt på at prosjektene har kontakt med brukere og gjerne involverer aktører i sektoren.

2.

Kulturdepartementet har fra 2014 satt av midler til et eget forskningsprogram som dekker både kultur- og mediesektoren (KULMEDIA), se ovenfor. Programmet varer i fem år, og har en årlig finansiering fra departementet på NOK 15 mill. Forskningsprogrammet skal som nevnt bidra med kunnskap som er relevant for politikktutvikling og møte kunnskapsbehov i sektorene.

3.

Forskning bør også ses i sammenheng med samfunnet kunnskapen produseres i og for. Dette vil gjelde alle fag og forskningsområder, og alle typer forskning. Forskningsmiljøene har alltid hatt en bevissthet om forskningens samfunnsbidrag, både for grunnleggende forskning og forskning rettet mot spesifikke problemstillinger. Dette betyr selvfølgelig ikke at det kan eller bør foregå forskning som ikke adresserer brukere og relevans direkte. Forskningens samfunnsbidrag trenger ikke være planlagte for å være viktige.

Forskningsrådet finansierer både prosjekter som hovedsakelig er basert på vitenskapelige kriterier, og prosjekter hvor relevans er et viktig kriterium, og prosjekter som skal være relevante og involverer brukere. I blant stilles det dessuten krav om at prosjektene skal ha målrettede planer for kommunikasjon og formidling både underveis og etter ferdigstilling av prosjektet. Dette kan gjelde både grunnforskningsprosjekter og prosjekter som er mer anvendte eller handlingsrettede.

Det kan lyses ut egne midler til formidlingstiltak, noe vi har gode erfaringer med bl.a. i SAM-KUL-programmet der finansierte prosjekter kan søke støtte til formidling og kommunikasjon. Forskningsrådet arrangerer også møteplasser der interessenter utenfor academia inviteres inn.

Forskningsrådet gjennomfører for tiden evalueringer av både humaniora og samfunnsvitenskap som inkluderer samfunnsbidrag eller "impact" som del av analysen. Hensikten er å belyse og dokumentere eksempler på forskning som har hatt betydning utenfor forskningsinstitusjonene. Vår erfaring er at dette også bidrar til større bevissthet om temaet internt i forskningsmiljøene.

4.

Forskningsrådet jobber kontinuerlige med å utvikle våre virkemidler. De siste årene har vi vært opptatt av å utvikle våre virkemidler slik at de skal bli bredere og mer forutsigbare for forskningsmiljøene. Vi ønsker også at våre virkemidler skal fungere godt sammen med europeiske virkemidler (H2020).

Sverige

Vetenskapsrådet (Swedish Research Council)

Kerstin Sahlin, Professor of Public Management, Secretary General of Humanities and Social Sciences



Vetenskapsrådet

The task of the Swedish research council is to support research of highest quality in all areas of science. Mainly our funding supports researcher-initiated research. This means that we have yearly open calls that cover the entire field of humanities and social sciences. Applications are reviewed in panels. Media and communication research is mainly reviewed in a panel together with applications in political science and peace and conflict research.

The quality of the research is the main criterion for the assessments. You can have a look on our website www.vr.se what projects are presently being funded. In 2016, 127 individual researchers within the humanities and social sciences got funding. Projects that represent media and communications sciences included, for example, projects titled "Interactive racism in the Internet, the press and politics: Discourses about immigration and refugees in times of a crisis" (*Interaktiv rasism på internet, i pressen och politiken: Diskurser om invandring och flyktingar i tider av kris*), Right-wing populism in the news media: A comparative study on journalistic practices and news discourses" (*Högerpopulism i nyhetsmedierna: En jämförande studie av journalistiska praktiker och nyhetsdiskurser*), and "The long-term effects of selective media use: How the citizens' world views are formed in the new media landscape" (*De långsiktiga effekterna av selektiv medieanvändning: Hur medborgarnas världsbilder formas i det nya medielandskapet*).

We have not carried out any specific evaluations about media and communication research lately, but the council wrote an overview of the entire field of humanities and social sciences a few years ago. The report is published in English and, as all our publications, available at our website (*The future of Swedish research! Overview 2014: Humanities and social sciences*, 2016).

Other funders of media and communication research in the Nordic countries

Denmark: Carlsbergfondet, Novo Nordisk Fonden, Trygfonden, Velux Fonden

Finland: Helsingin Sanomat Foundation, Kone Foundation, Finnish Cultural Foundation, Eemil Aaltonen Foundation, Jenny and Antti Wihuri Foundation, Finnish Funding Agency for Innovation (Tekes) mm.

Norway: Rådet for anvendt medieforskning, Stiftelsen Fritt Ord

Sweden: Riksbankens Jubileumsfond, Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen), Östersjöstiftelsen, Wahlgrenska Stiftelsen, Letterstedtska föreningen, Svensk presshistorisk förening mm.

Henrik Schjerning

Forskningsformidling i bogform

Et forlagssyn på videnskabelig publicering

Hvordan oplever en forlagsredaktør på et dansk lærebogs- og akademisk forlag danske forskeres vilje til og muligheder for at formidle deres forskning i bøger, der i større eller mindre omfang kan bruges i undervisningen på universiteterne? Hvad er der af muligheder og begrænsninger i det danske forskningspointssystem og i publikationsformen open access, som dukker op igen og igen i debatten? Og hvad får det forlagsredaktøren til at tænke om forlagets muligheder for at udgive bøger til undervisningen? Og på et højere niveau, hvad med hele vidensspredningen – og kvaliteten af den – fra universiteterne?

Jeg har i snart 20 år været forlagsredaktør på Samfundslitteratur, og jeg har arbejdet en hel del med medie- og kommunikationsområdet. Når det for mig på et forlag som Samfundslitteratur er interessant at beskæftige mig med ovennævnte spørgsmål, skyldes det i hvert fald tre forhold.

For det første, at den lange tradition i Danmark og i Norden for, at videnskabelige monografier bruges i universitetsundervisningen står for fald.

Der er ikke samme skarpe skel mellem "textbooks" og "academic monographs" som i den angelsaksiske verden. De forlag, der udgiver bøger med kombinationen forskning og undervisning, bliver mere sårbare, efterhånden som de bibliometriske forskningsindikatorer fylder stadig mere og tolkes stadig mere rigtigt.

For det andet det grundlæggende forhold, at forskerne, der skal skrive både de videnskabelige monografier og lærebøgerne til brug i undervisningen i stigende grad bliver nødt til at fokusere på opnåelse af de point, der giver midler til deres institutter. Og det kan, som

det vil fremgå af artiklen, risikere at trække dem væk fra begge genrer.

For det tredje at manglende vilje til finansiering af forskningsformidling går ud over den kvalitet, som kun et sundt forlagssystem kan tilføre udgivelserne.

I Danmark er særligt medieområdet – og det vil jeg fokusere på – interessant i forhold til publicering, fordi danske forskere på trods af incitamentstrukturer stadig gerne vil formidle deres forskning og opdaterede viden i både videnskabelige monografier og i lærebøger; fordi der bruges mange danske udgivelser (bøger og kapitler) i undervisningen; og fordi udgivelserne med deres store indhold af ny forskningsfremkaldt empiri aktualiserer, hvor svært bestemt forholdet mellem ny forskning og formidling kan være i de enkelte udgivelser.

Medieområdet og forlaget

Samfundslitteratur har igennem de sidste 20 år udgivet meget inden for det medievidenskabelige område. Det har været centralt for forlagets udvikling og brand, og det er et til stadighed spændende område at arbejde med.

De bøger, vi har udgivet, rummer alt fra de helt snævre, støttede udgivelser i et lille oplag

Henrik Schjerning, forlagsredaktør på Samfundslitteratur i København.



til godt sælgende lærebøger. Det er leksika, små introduktioner, monografier i fagfællebedømte bogserier, forskningsafrapportering, doktorafhandlinger, lærebøger, historiske værker.

Titlerne omfatter, for eksempel, *Dansk tv's historie*, *Internettet i mediehistorisk perspektiv*, *Dansk mediehistorie 4 – 1995-2015*, *Dansk tv-drama*, *Medie- og kommunikationsleksikon*, *Mediehistorier*, *Tv-produktion*, *Computerspil og de nye mediefortællinger*, *Facebook*, *Det selskabelige samfund*, *Medier og samfund*, *Tv-serier*, *Realismen i dansk film*, *Analyse af billedmedier*, *Virkelighedsbilleder*, *Reality-tv*, *Filmoplevelse*, *Sociale netværksmedier*, *Troværdig journalistik*, *Det interaktive museum*, *Nye vidensmedier*, *Fiktionalitet*, *Medieanalyse*.

Ny forskning og/eller formidling?

For at kunne se på, hvordan vi skal arbejde med bibliometriens definitioner på ny forskning, lægger vi lige lærebogen og den korte introduktion til side. De resterende former ligger med deres forskellige grader af ny forskning i et kontinuum fra den rene forskningsafrapportering i den ene ende til udgivelser, der præsenterer teori, metoder, fænomener, perioder, aktuelle forhold og uddrager den nyeste viden i en ny sammenhæng i den anden. De sidste nærmer sig lærebogen, men er ikke den rene lærebog, som man kender fra andre fag. Mellem kontinuumets yderpunkter finder man fx udgivelser, der præsenterer ny empiri sat sammen med præsentation af kendte metoder og teorier, og

forskning, der præsenterer teori og (fx nye) metoder og knytter ny empiri på – to former ud af mange. Og former, der bruges i undervisning.

Sonderingerne kan lyde som en leg med ord, men det er det ikke. De tegner et reelt billede af den mangfoldighed, der udspiller sig i de bøger, som et forlag som Samfundslitteratur udgiver.

Rigtig mange af udgivelserne lever op til kravene om at være videnskabelige publikationer. De præsenterer ny viden, de er produkt af en forskningsindsats, der lever op til feltets krav om faglig kvalitet og bidrager til udviklingen af forskningsfeltet, og de er fagfællebedømt efter de gældende kriterier.

I forhold til ny viden lever udgivelserne nogle gange op til kravet om, at forskningsresultaterne præsenteres for første gang, og andre gange gør de ikke. Ofte vil det dog være svært at afgøre for både forlag og fagfællebedømmer, hvornår hvad er udgivet. Det kræver i hvert fald meget af fagfællebedømmeren. Derudover er det meget relevant at spørge om fx: Hvor stor en del må være udgivet et andet sted, hvis en artikel er antaget, men først udkommer om et år, og bogen udkommer først? Er det antagelsestidspunktet eller udgivelsestidspunktet, der er afgørende?

Det er ofte tilfældet, at ny forskning eller brug af ny empiri er mere omfattende i bogen end i forskningsartiklen, hvad gælder så? Og hvis forfatteren har delt sin forskning op i mange artikler og bogkapitler, kan det blive rigtig svært for en bedømmer at vide/vurdere,

hvad der er hvor og i hvilket omfang. Meget af dette tager retningslinjerne i et vist omfang højde for, men jeg vil hermed bare skitsere, at der stadig er mange gråzoner, og fred være med det, hvis informationspecialister og andre bibeholder en vis grad af pragmatisme i deres vurderinger.

Vidensformidling til studerende

Gennem de sidste 4-5 år har vi på forlaget oplevet, at vores forfattere er stadig mere fokuseret på forskningspoint. Det bliver de nødt til. Med det danske forskningsministeriums opdaterede regelsæt fra januar 2017 og med dets fortolkning af det, vil pointspørgsmålet ikke fylde mindre fremover. Vælger man at skrive en lærebog eller en publikation, der rummer så lidt ny forskning, at det med sikkerhed ikke kan registreres som sådan, sker det i stigende grad på trods af fornuft og og forskellige krav.

Det er blevet et meget bevidst valg at skrive det kapitel eller den bog, som ens egne eller andres studerende vil få glæde af som grundlag for deres videre færd ind i kilderne.

Og sagen er, at den slags bøger også skal skrives. Altså – i dennes artikels regi – der skal skrives bøger om aktuelle medieforhold og mediefænomener, der kan indgå i undervisningen på de længerevarende videregående uddannelser. De skal skrives, og de skal skrives af danske forskere, for det er de færreste af de udbredte amerikanske lærebøger, der kommer ind på det særligt danske, nordiske, europæiske.

Spørgsmålet er, om de danske forskningspolitiske magthavere egentlig forstår og er parat til at understøtte den fødekæde og de udgivelser, der udvikler fagområder, giver dem et (fælles) sprog, og som kan bruges i undervisningen på universiteterne. Vil vi groft sagt andet end at motivere til international publicering og opretholde et system, vi kan måle på og styre universiteterne efter? Hvorfor skal den samlede danske forskningspublicering og formidling egentlig hænge sammen i Danmark? Hvem skal understøtte, at forskerne har udgivelseskanaler på dansk til et stadig stigende publiceringskrav, og hvem skal betale for det? Det er andre relevante spørgsmål, som

man meget sjældent ser nogen forholde sig til.

Der kan være mange gode grunde til at styre forskere til at publicere internationalt, men systemet er ved at løbe helt af sporet i forhold til bl.a. andet prioriteringer og tidsforbrug. Heldigvis mener mange forskere, at det er vigtigt, at deres viden kommer ud på dansk; at den bør komme kollegaer og studerende til gode. Jeg har hørt forskere sige, at det må være en del af forskningsbaseret undervisning, at de studerende har mulighed for at blive introduceret til deres fag på dansk, med beskrivelser af danske, nordiske, europæiske kontekster og perspektiver. Det udelukker slet ikke udsyn, mener de, men det gør undervisningen relevant – og de studerende får i langt højere grad forberedt sig, når teksterne er på dansk. De mener også, at det ofte er meningsløst at skrive til perifere udenlandske tidsskrifter, som kun få læser, og at deres tid kunne være brugt langt mere konstruktivt.

Et lille opråb

Ministerium, politikere og de danske universiteter burde beslutte sig for, om man overhovedet vil have formidling af dansk forskning i genrer, som kan være med at skabe overblik for studerende – og for ens kollegaer. Er man interesseret i, at danske forskere skriver bøger og kapitler, der kan bruges i undervisningen?

I det større billede burde man i et avanceret samfund have større tillid til forskere og vurdere forskningen langt mere intelligent, og i forhold til den forskningsformidling der angår os på forlagene dermed og alle dem, der får glæde af forskeres skriftlige formidlingslyst, synes vi, at det ville give god mening med et system, der giver point for formidling i former som både tydeliggør udgivelser med forskellige grader af ny forskning og udgivelser med den rene formidling i lærebogsform. Og lad da forlagene være en del af det system. Investerer et forlag i en udgivelse (der hurtigt løber op i 60.-100.000 kr.), er et manuskript sluppet gennem et markant nåleøje – og endda et, der er nemt at administrere. Det vil være med til at sikre de studerende relevant undervisningsmateriale, give mening til ”forsk-

ningsbaseret undervisning”, sikre en dansk/nordisk/europæisk kontekst og empiri – og udvikle fagene, give dem fælles faglig fylde, udvikle forfatterskaber og ikke mindst sikre en fornuftig økonomi på de danske forlag. Det sidste er vigtigt af mange grunde – det tager jeg gerne op en anden gang.

Open access

Spørgsmålet om open access-publicering er blevet diskuteret i en årrække, som en vej til deling af den viden, forskningen producerer. Tesen er jo, at når samfundet én gang har betalt forskerens løn, hvorfor så også betale for at få forskerens produkter udgivet. Jeg konstaterer, at der i Skandinavien tales om to former for open access, nemlig ’grøn open access’, som de danske forskningsråd foretrækker, men som ikke indebærer finansiering af forskningspublikationer, og en ’golden open access’, der indebærer publikationsstøtte. Den sidste model er opstået i erkendelse af, at det koster at producere udgivelser, som indeholder forskellige grader af ny forskning, men som kun ville kunne sælge til relativt få biblioteker, forskere og studerende.

I forhold til formidling i bogform virker open access som en rigtig god idé, hvis man gerne ser forskningen formidlet i manusform. Ingen forlag kan jo udgive open access-publikationer uden massiv produktionsstøtte. Når der ikke er indtægter fra lidt produktionsstøtte, salg og kopieringsgodtgørelse (og det kan være gennem mange år), kan vi ikke se, hvordan det for forlag skal hænge sammen økonomisk at investere i redaktion, fagfællebedømmelse osv.; altså investere i at tilføje en lang tekst, et manuskript, al den kvalitet, det som regel er nødvendigt at tilføje.

Vi ved godt, at (udenlandske) forlag indgår i modeller, hvor de hælder det meste arbejde over på forfatteren og næsten ikke selv tilføjer manuskriptet noget, men har det nogen værdi? Bliver det så ikke til et show, hvor man måske nok har opfyldt nogle fine formål, men ender med at stå med masser af tekster, der mangler den skarphed, konsekvens, læsbarhed m.m. som de færreste uden en grundig re-

daktion/fagfællebedømmelse selv kan tilvejebringe? Og forresten, hvad med den menneskelige motivationsfaktor, der får travle forskere til at inddrage aften efter aften for at komme i mål med en forlagsudgivelse?

Open Acces-modeller i forhold til publikationer af en vis kvalitet kræver politisk vilje og finansiering. Og universiteter og politikere kommer nok ikke med nogen af delene.

Men når det er sagt, vil jeg også sige, at den hidtidige model med udgivelse af fagfællebedømt forskningslitteratur støttet med et mindre beløb til produktionsstøtte står for fald. I hvert fald, hvis der også skal komme en trykt bog ud af det. På Samfundslitteratur har vi indtil sidste år udgivet antologier på 2-300 sider med en produktionsstøtte på kr. 30-40.000. Det løber ikke rundt længere. For 8-10 år siden solgte sådanne udgivelser i snit 300 eks. de første par år og med småsalg og kopieringsgodtgørelse endte det med at løbe rundt. Men det har ændret sig. I dag er salget snarere det halve, hvad enten det skyldes bibliotekernes forringede indkøbsmuligheder, interesseorganisationers økonomi, studerendes adfærd eller forskeres muligheder for og vilje til at købe udgivelser med ny dansk/nordisk forskning. Og e-bøger er der i øvrigt stort set ingen, der køber.

Når salget er så lavt, bliver udbredelsen af samfundets forskningsinvestering for lille. Modellen skal erstattes af andre modeller, og det kunne give god mening at udgive de forskningstunge monografier og antologier til gratis afbenyttelse/med open access-licens.

Men det kræver en solid produktionsstøtte (som ikke altid kan skaffes fra de store fonde), hvis det altså er de danske forlag, der skal stå for kvalitetssikringen. Jeg tror hverken, at forskerkolleger eller embedsmænd kan løfte den opgave.

Leksikon pro bono

Lad mig relatere alt dette til *Medie- og kommunikationsleksikon*,¹ der i dag er en stærk ressource for studerende og undervisere. Og det er leksikonet, fordi i alt 25 skiftende redaktører og flere hundrede nordiske forskere

har arbejdet pro bono gennem mere end 10 år. Der er naturligvis ikke open access, for hvem skulle så betale for løbende vedligeholdelse, programmering, rejseudgifter, redaktion og korrektur?

Nej, leksikonet er afhængigt af især universitetsbibliotekers køb af en årlig licens – og de budgetter bliver stadig mere pressede, kan

vi godt mærke. Heldigvis siger mange stadig ja til at bidrage med opslag til leksikonet, selvom det altså hverken giver penge eller point – og selvom det kan være arbejdskrævende at skrive 2 siders overblik over en masse viden. Det kan hurtigt blive svært at skaffe bidragydere, og vi kan i hvert fald mærke, at det tager stadig længere tid at få de nye opslag i hus.

Not

1. Kolstrup et al. (2017).

Referens

Kolstrup, Søren & Agger, Gunhild & Jauert, Per & Schröder, Kim (reds.) (2017). *Medie- og kommunikationsleksikon*. København: Samfundslitteratur. [Online.] Available at <www.medieogkommunikationsleksikon.dk>. [Accessed 10 March 2017.]

Jessica Parland-von Essen

Från Open Access till Open Science

Framväxten av öppen forskning och vetenskap

Den nordiska traditionen påbjuder att kunskap och text ges stor vikt, liksom yttrandefrihet och transparens. Därför har den öppenhet det digitala möjliggör oftast fallit i god jord hos oss. Men när kommunikationen helt förändras i och med de nya medierna är förändringarna mycket mer djupgående och omvälvande än vad man först kan tro. För forskning och vetenskap handlar det om att forskare plötsligt måste börja dokumentera och öppna upp sitt arbete på sätt som inom många discipliner kan kännas radikala och till och med problematiska. De digitala verktygen öppnar inte bara för nya samarbeten, de skapar också möjligheter – och krav – på att forskning ska kunna upprepas.

De europeiska forskningsbibliotekens besvikelse över att vetenskapliga publikationer i och med digitaliseringen inte alls blev billigare och mer tillgängliga, utan istället blev allt dyrare, utmynnade som bekant i den så kallade Berlindeklarationen, *Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities*, 2003.¹

Både internet och webben är fenomen som från början har haft en stark anknytning till både det akademiska och till öppenhet. Trots att de sociala medierna bara var i sin linda vid denna tid, var den öppna källkoden redan ett begrepp och Wikipedia hade funnits redan i över två år.

Öppenheten och samarbetskulturen hade tidigare visat sin styrka genom projekt som Linux och MySQL, båda med stark nordisk anknytning. Samma år som Wikipedia grun-

dades körde Creative Commons-licenserna igång och konceptet spred sig således från IT-världen till en bredare allmänhet. Samtidigt såg biblioteken hur e-tidskifterna åt en allt större del av deras budget. Å ena sidan växte betalväggar upp, å andra sidan hade det öppna publikationsarkivet arXiv tickat på lika länge som Linux.

Något var fel, då alla forskningsområden inte delade sin kunskap på samma snabba och effektiva sätt som matematiker och fysiker kunde göra. Open Access-rörelsen föddes och har vuxit och utvecklats sedan dess.

Från öppen tillgång till öppen process

I början associerades den öppna tillgången med vetenskapliga artiklar, men med tiden har begreppet tydligare börjat täcka också forskningsdata och metoder och även själva processen. Medborgarvetenskapen har fötts. En öppen process ger möjlighet till delaktighet och utvärdering under arbetets gång, både för dem inom och utanför det akademiska. De största hindren för öppen forskning finns i dag i hur forskning evalueras och finansieras.

Jessica Parland-von Essen, docent i historia vid Helsingfors universitet och äldre koordinator vid CSC – IT-centret för vetenskap. Hon undervisar i digitala humaniora och arbetar för närvarande med att utveckla hanteringen av forskningsdata. Hon är också aktiv inom Open Knowledge Finland.

Forskare kan eller vågar inte alltid dela sitt arbete öppet på grund av karriärsskäl.²

Samtidigt är det viktigt att förstå att all forskning inte kan vara helt öppen. Många forskare arbetar till exempel med sensitiva material, uppgifter om människor, deras liv och hälsa. Också upphovsrätter eller andra juridiska frågor och oklarheter kan många gånger ställa till det för forskare, som vill vara öppna. Men öppenhet handlar också om att vara öppen mot sina kolleger och sitt framtida jag. Genom noggrant dokumenterade och arkiverade material och metoder kan man återkomma till sitt arbete, oberoende av om man till exempel bytt arbetsgivare.

Öppenhetstanken har vuxit sig stark inom den Europeiska unionen. Det märks både genom direktivet kring myndighetsdata³ och i strategin för en gemensam digital marknad.⁴ Också inom vetenskapen driver man på hög nivå öppenhet. Europeiska unionens strategiska arbetsgrupp Open Science Policy Platform argumenterar för öppenheten som ett medel för att göra forskningen mera trovärdig, pålitlig, effektiv och responsiv.⁵

Inom Horizon2020-programmet stöder man kraftigt öppen tillgång och har också satsat på bättre färdigheter och större medvetenhet på området.⁶ Från kommissionens sida främjar man en gemensam öppen infrastruktur för forskning.⁷ Man har också erkänt behovet att se över grunderna vetenskapsfinansiering och -utvärdering.⁸ Även forskningsuniversitet och -bibliotek arbetar fortfarande för

öppen tillgång, som man anser gynnar både vetenskapen och samhället på många sätt.⁹

Långa processer och långsiktigt arbete

I Finland har öppenheten inom förvaltningen realiserats rätt så väl, delvis tack vare statsrådets principbeslut från 2011.¹⁰ Detta beslut tillsammans med det fokus man redan tidigare lagt på forskningsdata inom undervisnings- och kulturministeriet¹¹ gav en god grund för Initiativet för öppen forskning och vetenskap,¹² ett paraplyprojekt vid samma ministerium under åren 2014-2017. Man har dessutom haft positiva erfarenheter av arbetet inom kulturarvssektorn, där det Nationella digitala biblioteket drivit fram samarbete och koordination, större tillgänglighet i form av utvecklade tjänster och långsiktigt digitalt bevarande.¹³

Det har varit långa processer, som krävt mycket koordination och långsiktigt arbete, något som också behövs inom den vetenskapliga sektorn, som delvis kan dra nytta av både kunskap och teknologier som utvecklats. Samtidigt har forskningssektorn mycket diversifierade behov och en mindre klar administrativ struktur. Den vetenskapliga forskningen är och bör få vara fri för att vara banbrytande, varför man måste vara mycket försiktig så att styrning inte blir att stjäla på i stället för att hjälpa.

Finland har även haft en fördel i och med hur en del forskningsinfrastrukturer är organiserade. CSC, IT-centret för vetenskap,

Framväxten av Open Science i Finland och världen

GNU General Public License publicerades, vilket var början till rörelsen för fria programvaror

Funet (Finnish University and Research Network) blev kopplat till internationellt Internet

Operativsystemet Linux 1.0, en fri programvara, släpptes av Linus Torvalds och Lars Wirzenius i Finland

Rörelsen för fria programvaror fick namnet Open Source

1989

1991

1994

1995

1998

Fysiker i Kalifornien började distribuera fria e-prints, det öppna publikationsarkivet LANL Preprint Archive startades

Databashanteraren MySQL, en fri programvara, utvecklades av Michael Widenius (Finland) och David Axmark (Sverige)

ägt av staten och högskolor och universitet och administrerat av kultur- och undervisningsministeriet, knyter samman bland annat superdatorer, Språkbank, internet (Funet), Eduroam, forskningsdatatjänster och levererar också tjänster till kulturarvssektorn, så som långsiktigt digitalt bevarande. Detta har erbjudit en bra grund för vidareutveckling av infrastrukturer för forskningsdata.

Från livscykelänk versionshantering

Modellen där det vetenskapliga samfundet utlokaliserat organiseringen av kollegial granskning och distribution av vetenskapliga publikationer till förläggare bygger på en ohållbar ekvation med ständigt stigande priser. De vetenskapliga biblioteken är en del av samma system. Biblioteken förutspås en kraftig växande roll i systemet i och med att den öppna parallellpubliceringen ökar.¹⁴ Det handlar inte heller om endast arkivering av vetenskapliga publikationer, utan också om nygamla affärsmodeller som bygger på förhandsbeställningar med förläggare som är mindre vinstdrivna och verkar utgående från allmännyttiga, traditionella akademiska värderingar.¹⁵

De stora kommersiella vetenskapliga tidskriftsförlagen lever emellertid inte bara på intäkter från prenumerationer, utan i växande grad också på att hantera forskningsdata, metadata och bibliometriska data. Förlagens

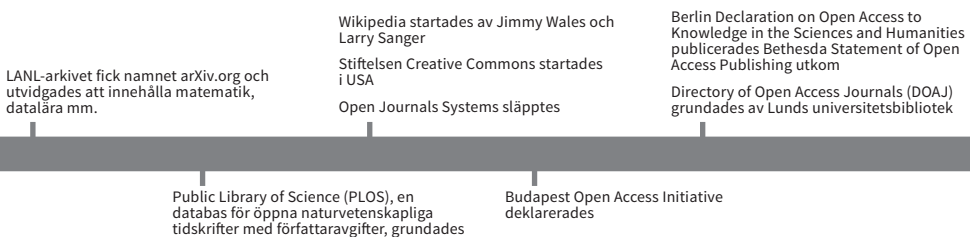
expansion till system som hanterar information om forskning, så kallade CRIS-system där forskarna rapporterar sina alster till sin institution, är tekniskt och juridiskt inte öppna.

De kan också därför i framtiden komma att bli en utmaning för både universiteten och deras finansierare om dessa vidhåller nuvarande kvantitativa resultatstyrningssystem och uppföljning. Metoden är ju tyvärr samtidigt mycket kortsiktig och bakåtsedd och erbjuder med stor sannolikhet därför svaga indicier på vilken forskning och vilka forskningsgrupper som i framtiden är av stor nytta för samhället och mänskligheten.

I Finland har man i samband med Initiativet för öppen forskning och vetenskap satsat på ett antal projekt och utredningar kring öppen publicering.¹⁶ I Finland ledde nedskärningarna inom forskningsfinansieringen i kombination med kraftigt stigande prenumerationer till både upprop och bojkotthot under hösten 2016.¹⁷ Open Knowledge Finland tvingade fram uppgifter om kostnaderna och dessa publicerades sedan av undervisnings- och kulturministeriet.¹⁸

Wikisajter som exempel på versionshantering

Medvetenheten om öppen forskning har med stor sannolikhet ökat bland forskarna. Det omfattande arbete som gjorts med utbildning av både biblioteks- och andra informa-



tionsexperter och även direkt till forskarna börjar bära frukt. Inom Initiativet för öppen forskning och vetenskap har man ordnat tiotals utbildningsdagar på olika håll av landet, därifrån innehållet spritts över webben, man har producerat artiklar och en omfattande handbok på webben¹⁹ och även en webbkurs²⁰.

Man har också tagit fram tjänster för hantering av forskningsdata och planering av denna och har marknadsfört dem i flera år.²¹ Samtidigt har ett målmedvetet stöd av flera stora forskningsfinansierare, framför allt Finlands Akademi, varit av stort värde.

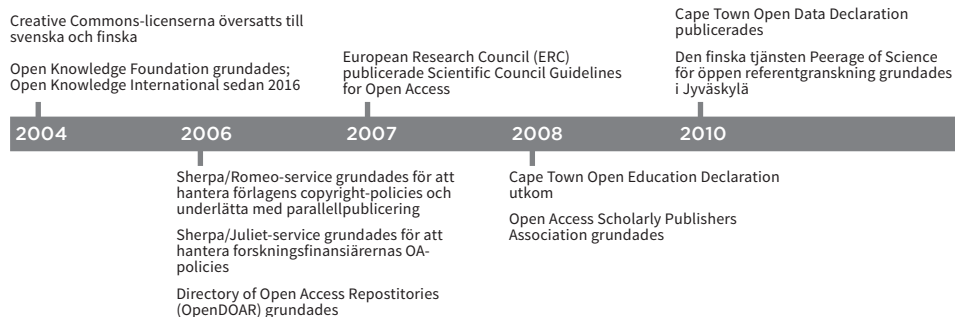
Även om krav på specifika åtgärder ofta kan kännas jobbiga för forskarna har det ändå haft den positiva effekten att medvetenheten om öppenhetsproblematiken blivit större, och kostnader och ineffektivitet i det nuvarande systemet har blivit mer synliga. Egentligen borde inte forskarna behöva tänka på finansiering av infrastruktur, men det handlar nu om en omvälvning som är på gång och som forskarna har en nyckelroll i. Om de kan göra medvetna val och väljer att stöda utvecklingen, kommer den sannolikt att ske både snabbare och mer smärtfritt. Dessutom vinner forskaren ofta själv på att välja öppenhet.²² Men förutom insikt behöver forskaren även tjänster, helst i form av användarvänlig infrastruktur som stöder uppkomsten av öppna och väldokumenterade material.

Men öppen forskning handlar ingalunda bara om vetenskapliga artiklar. I själva verket står det allt klarare att själva formatet är en

reminiscens från den gutenbergska parentesens. PDF-artiklar bakom betalväggar är ingalunda ett effektivt eller ur forskningens eller samhällets perspektiv sett ändamålsenligt sätt att sprida vetenskapligt underbyggd information eller ens att internt akademiskt kommunicera och generera ny kunskap. Det behövs andra lösningar som ibland är radikalt annorlunda.

I Finland har forskaren Jouni Tuomisto tagit fram konceptet kunskapskristaller, som bygger på en webbpublicering där man även kan inkludera metoder (kod) och data. Tanken är att i en och samma resurs presentera all relevant vetenskaplig information om en viss fråga. Målsättningen är inte att uppnå endräkt, utan att skapa en gemensam och möjligast heltäckande förståelse för forskningsläget. Publicerandet av olika tolkningar, argument och data och även nollresultat i samma kontext ska ge även en oinsatt möjlighet att göra en egen granskning. Strukturen på en kunskapskristall är alltid den samma: en fråga, ett svar och argument, helt innehållande både verktyg och data. Förhoppningen är att både medborgare och beslutsfattare ska kunna basera sitt omdöme på fakta och forskning.²³

I praktiken är kunskapskristallerna wiki-sajter. Även Vetenskapstermbanken²⁴ fungerar på en wiki och fyller en mycket viktig funktion som potentiell resurs för att semantiskt hantera forskningsdataresurser på internet. Mera dynamiska och flexibla sätt att publicera forskning kräver emellertid mycket eftersom man också måste sörja för beständighet och



möjligheter att granska och återupprepa undersökningar också senare. Detta kräver till exempel utnyttjande av versionshantering som inte är traditionellt utnyttjat inom arkivvärlden.

Att wiki-lösningar även erbjuder versionshantering och möjligheter till välstrukturerad data gör att de även i framtiden kan fylla en viktig funktion inom forskning. De är både dynamiska och transparenta. Tyvärr hör inte användning av wikier på många håll ens till den grundläggande forskarutbildningen, samtidigt som en del mer tekniskt orienterade forskare till och med använder github-plattformen²⁵ för stora delar av sitt arbete. Också den har en flexibilitet och versionshantering som kan användas vid vetenskapligt arbete. I kombination med Zenodo-tjänsten kan man till och med säkra beständiga identifierare för sitt innehåll, en sak som blir allt mer akut i och med webbens instabila karaktär.

Från initiativ till vardag

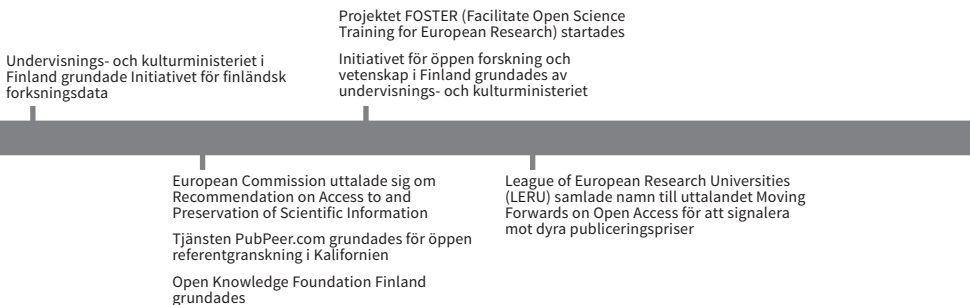
Jag har ovan tangerat flera av de metoder man i Finland målmedvetet använt sig av för att främja öppenheten som en väg till bättre kvalitet och effektivitet inom forskningen. I grunden handlar det om att stärka vetenskapens essens: det kumulativa, självkorrigerande kunskapsbygget. Förutom en klar strategisk vision har man valt flera parallella metoder: ett brett inkluderande samarbete med klara

målsättningar, en klar styrning från finansierare och ministeriet, satsningar på höjd kunskapsnivå över hela fältet och utvecklingen av tjänster och infrastruktur för i synnerhet forskningsdata med hänsyn till både interoperabilitet och bevarande.

Under hösten 2016 gjordes en utvärdering av arbetet, målsättningen var i synnerhet att hitta vilka saker man borde lägga vikt vid under 2017.²⁶ Dessutom genomfördes en uppföljning av hur öppenheten framskridit inom de finska forskningsorganisationerna.²⁷ Under 2016 gjordes ansenliga framsteg på det området. På drygt ett år har nästan samtliga organisationer tagit med öppen vetenskap i sitt strategiska arbete och även producerat någon form av policy för forskningsdata och börjat planera utbildning och andra åtgärder för att stöda forskarna i datahantering och öppet publicerande.

Då det gäller finansierare av akademisk forskning i allmänhet är öppenheten en no-brainer. Då man en gång satsar på forskning, bör man ju få ut så mycket som möjligt av varje slant; man bör se till att pengarna gör största möjliga nytta. Denna nytta handlar inte om hur många artiklar forskarna pressar ur sig, utan hur väl deras arbete bidrar till och integreras i en vetenskaplig diskurs: från forskningskällor och -metoder till de slutsatser forskaren drar. Man bör göra forskningen transparent så att den kan granskas, evalueras, korrigeras och dess produkter återanvändas.

Man bör undvika bortkastat arbete genom



att synliggöra misstag och nollresultat genast, men öppna upp för replikering, länkning och omarbetande. För att allt detta ska kunna ske, behöver vi nya sätt att publicera och evaluera forskning.

Trots att den digitala världen lockar till

kvantitativa indikatorer, borde finansärer och beslutsfattare hårt motstå deras destruktiva lockelser, liksom forskarna bör få arbetsro och tillgång till redskap och tjänster som stöder produktionen av forskningsmaterial av god, hållbar kvalitet.

Noter

1. Berlin (2003).
2. van den Eynden & Bishop (2014).
3. EU (2003).
4. EU-kommissionen (2017a).
5. Open Science Policy Platform (2017).
6. EU-kommissionen (2017d), Foster Open Science (2017).
7. EU-kommissionen (2017b, 2017c).
8. Amsterdam Call for Action (2016).
9. Lund Declaration (2015), LERU working group (2011), LIBER (2017).
10. Open Knowledge International (2017), statsrådet (2011).
11. Avoin tiede ja tutkimus (2017b).
12. Avoin tiede ja tutkimus (Open Science and Research Initiative), <http://openscience.fi/>. Se även projektplanen Undervisnings- och kulturministeriet (2014).
13. Det nationella digitala biblioteket (2017).
14. Ilva et al. (2016).
15. Naukkarinen (2016). Exempel från humaniora är SKS Open Access Publications (<http://oa.finlit.fi/>), Open Humanities Press (<http://www.openhumanitiespress.org/>) och Knowledge Unlatched (<http://www.knowledgeunlatched.org/>).
16. Avoin tiede ja tutkimus (2017a).
17. Laine et al. (2017).
18. Open Science and Research (2017a).
19. *Avoimen tieteen ja tutkimuksen käsikirja tutkijoille*: <http://avointiede.fi/www-kasikirja>. En förkortad

- version av handboken (*Forskarens handbok för öppen forskning*) finns på svenska på webbplatsen Historia i en digital värld: <https://digihist.se/handbok/>.
20. Avoimen tieteen verkkokurssi (en webbkurs om öppen forskning): <http://avointiede.fi/verkkokurssi>. Kursen finns bakom texten ”Siirry Avoin tiede ja tutkimus -verkkokurssiin”.
 21. Open Science and Research (2017b).
 22. SPARC Europe (2015).
 23. Institutet för hälsa och välfärd (2017).
 24. Vetenskapstermbanken i Finland (2017).
 25. Github är en plattform för utveckling och delning av öppen källkod. <https://github.com/>
 26. Tuomi (2016).
 27. Information om utredningarna om utvecklingen finns på webbsidan Open Culture, <http://openscience.fi/openculture>.

Referenser

- Amsterdam Call for Action on Open Science (2016). [Online.] Available at <<https://english.eu2016.nl/documents/reports/2016/04/04/amsterdam-call-for-action-on-open-science>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Avoin tiede ja tutkimus (2017a). ATT:n rahoittamia hankkeita. [Online.] Available at <<http://avointiede.fi/attn-hankkeita>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Avoin tiede ja tutkimus (2017b). Tutkimuksen tie-toaineistot -hanke (TTA) 2011-2013. [Online.]

Finländska forskare uttalade sig mot stigande databaspriser: tiedonhinta.fi/sv/deklaration/

2016

2017

Portalen Journals.fi för öppna finländska vetenskapliga e-journaler (OJS) grundades

- Available at <<http://avointiede.fi/tta-hanke>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Berlin (2003). *Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities*. [Online.] Available at <https://openaccess.mpg.de/67605/berlin_declaration_engl.pdf>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Det nationella digitala biblioteket (2017). Det nationella digitala biblioteket. [Online.] Available at <<http://www.kdk.fi/sv>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- EU (2003). Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/98/EG av den 17 november 2003 om vidareutnyttjande av information från den offentliga sektorn. [Online.] Available at <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/ALL/?uri=CELEX:32003L0098>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- EU-kommissionen (2017a). Digital Single Market. [Online.] Available at <https://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market_en>. [Accessed 10 February, 2017.]
- EU-kommissionen (2017b). European Research Area [Online.] <http://ec.europa.eu/research/era/index_en.htm>. [Accessed 10 February, 2017.]
- EU-kommissionen (2017c). European Science Cloud. [Online.] Available at <<http://ec.europa.eu/research/openscience/index.cfm?pg=open-science-cloud>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- EU-kommissionen (2017d). Horizon2020. [Online.] Available at <<https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Foster Open Science (2017). Foster – Facilitate Open Science Training for European Research. [Online.] Available at <<https://www.fosteropenscience.eu/>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Ilva, Jyrki; Laitinen, Markku Antero & Saarti, Jarmo (2016). The Costs of Open and Closed Access: Using the Finnish Research Output as an Example. *LIBER Quarterly*, 26(1): 13–27.
- Institutet för hälsa och välfärd (2017). Opasnet. [Online.] Available at <<http://opasnet.org/>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Laine, Heidi; Happonen, Konsta; Lahti, Leo; Lehtomäki, Joonas; Parland-von Essen, Jessica; Toivonen, Tuuli & Tolonen, Mikko (2017). Priserna för vetenskapliga publikationer får inte rymma utom räckhåll. [Online.] Available at <<http://tiedonhinta.fi/sv/deklaration/>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- LERU working group (2011). The LERU Roadmap towards Open Access. Advice paper no 8, June 2011. [Online.] Available at <http://www.leru.org/files/publications/LERU_AP8_Open_Access.pdf>. [Accessed 10 February, 2017.]
- LIBER (2017). Open Access. [Online.] Available at <<http://libereurope.eu/open-access/>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- The Lund Declaration (2015). [Online.] Available at <<http://www.eua.be/activities-services/news/newsitem/2015/12/18/2015-lund-declaration-tackles-societal-changes>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Naukkarinen, Pia (2016). *Avoimen julkaisemisen tuen malli*. [Online.] Available at <<http://www.doria.fi/handle/10024/121865>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Open Knowledge International (2017). Global Open Data Index. [Online.] Available at <<http://index.okfn.org/>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Open Science and Research (2017a). Academic Publisher Costs. [Online.] Available at <http://openscience.fi/publisher_costs>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Open Science and Research (2017b). Open Science and Research Initiative's Services for Researchers. [Online.] Available at <<http://openscience.fi/services>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Open Science Policy Platform (2017). What is Open Science? FAQ Open Science Policy Platform. [Online.] Available at <<http://ec.europa.eu/research/openscience/index.cfm?pg=open-science-policy-platform-faqs>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- SPARC Europe (2015). The Open Access Citation Advantage: List of studies until 2015. [Online.] Available at <http://sparceurope.org/oaca_table/>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Statsrådet (2011). Statsrådets principbeslut: Valtioneuvoston periaatepäätös julkisen sektorin digitaalisten tietoaisteistojen saatavuuden parantamisesta ja uudelleenkäytön edistämisestä 3.3.11. [Online.] Available at <<http://valtioneuvosto.fi/paatokset/periaatepaatokset>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Tuomi, Lauri (2016). Impact of the Finnish Open Science and Research Initiative. [Online.] Available at <<http://www.doria.fi/handle/10024/127285>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Undervisnings- och kulturministeriet (2014). Open science and research leads to surprising discoveries and creative insights. Open science and research roadmap 2014–2017. Reports of the Ministry of Education and Culture, Finland 2014:21. [Online.] Available at <http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/2014/Avoimen_tieteen_ja_tutkimuksen_tiekartta_2014_2017.html?lang=en>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Van den Eynden, Veerle & Bishop, Libby (2014). *Sowing the Seed: Incentives and motivations for sharing research data, a researcher's perspective*. Knowledge Exchange. [Online.] Available at <<http://www.knowledge-exchange.info/event/sowing-the-seed>>. [Accessed 10 February, 2017.]
- Vetenskapstermbanken i Finland (2017). [Online.] Available at <<http://tieteentermipankki.fi/>>. [Accessed 10 February, 2017.]

Utvalda forskningsprojekt

Selected research projects

I den här delen presenterar vi en lista av utvalda pågående eller nyss avslutade akademiska projekt inom medie- och kommunikationsområdet i de nordiska länderna som reflekterar olika former av samarbete och interaktion mellan akademien och mediebranschen. Listan omfattar projekt från och med 2014 fram till pågående projekt idag. Urvalet har gjorts av Nordicoms dokumentalister i deras respektive länder.¹ Syftet med denna lista är att visa mångfalden av relationen mellan universitet och yrkesliv, vad gäller ämne, samarbetsform och metod.

In this section we present a list of selected ongoing or recently completed academic projects within the field of media and communication in the Nordic countries that reflect different forms of co-operation and interaction between the Academy and the professional field of the media. The list includes projects from 2014 up to today's ongoing projects. The selection has been made by Nordicom's documentalists in their respective countries.² The objective of this list is to show the diversity of the relationships between the university and the worklife, related to subject, form of cooperation and method.

Danmark

Vores museum *Our museum*

- **Tidsperiode:** 2016-2020
- **Finansieret af:** Nordea-fonden og Velux Fonden
- **Projektstyring:** Kirsten Drotner, Professor, Institut for Kulturvidenskaber, Syddansk Universitet (drotner@sdu.dk)
- **Medvirkende forskere:** Projektet samler forskere fra fem universiteter: Aalborg Universitet, Aarhus Universitet, Syddansk Universitet, Roskilde Universitet og Københavns Universitet, samt otte museer: Danmarks Borgcenter, Limfjordsmuseet, Nordjyllands Historiske Museum, Ragnarock, Randers Kunstmuseum, Skovgaard Museet, Statens Naturhistoriske Museum og Tycho Brahe Planetarium.

Omfattende midler fra det offentlige og de store danske fonde har gennem de sidste femten år givet museerne mulighed for at udvikle nye formidlingsformer, så man kan berige museumsoplevelsen og involvere nye grupper. Men vi ved stadig meget lidt om, hvordan de nye apps,

1. Arbetsgrupp: Mogens Vestergaard Kjeldsen (Danmark), Eija Poteri (Finland), Friðrik Þór Guðmundsson (Island), Ragnhild Mølster (Norge), Karin Hellingwerf (Sverige). På Island fanns inga projekt igång som skulle vara relevanta i detta sammanhang.

2. Working group: Mogens Vestergaard Kjeldsen (Denmark), Eija Poteri (Finland), Friðrik Þór Guðmundsson (Iceland), Ragnhild Mølster (Norway), Karin Hellingwerf (Sweden). In Iceland, there were no such projects going on that could be relevant in this context.

spil og digitale opstillinger egentlig fungerer for brugerne. Det råder det store nye projekt bod på ved at svare på spørgsmål som: 1) Hvilke dilemmaer har danske museer stået i, historisk og aktuelt, i afvejning af viden og oplevelse i deres formidling? 2) Hvem bliver egentlig inddraget med museernes nye formidlingsformer? 3) Hvad betyder brugerinddragelse for de involverede i forhold til fx læring, fællesskab og livskvalitet? 4) Kan digitale historier få grupper, der ellers sjældent kommer på museer, til at engagere sig i ældre kunst som en vej til at forstå sig selv og nutiden på nye måder? 5) Hvordan kan man designe læring om videnskab for børn og unge ved at bruge tablets? Svar på sådanne spørgsmål vil gøre danske museer bedre til at involvere brugerne, så de styrker deres kulturelle udsyn, indsigt og deres sociale og demokratiske fællesskab og herigennem vores fælles livskvalitet.

Projektet online:

http://www.sdu.dk/Om_SDU/Institutter_centre/voresmuseum/

<https://twitter.com/VoresMuseum>

Meaningful personalization of hybrid virtual museum experiences through gifting and appropriation (GIFT)

- **Tidsperiode:** 2017-2019
- **Finansieret af:** Horizon 2020
- **Projektstyring:** Anders Sundnes Løvlie, Lektor, IT-Universitetet i København (asun@itu.dk)

GIFT is a project exploring hybrid forms of virtual museum experiences, which utilise digital formats to enable new ways to explore the museum both as a physical and a digital space. By bringing together artists, designers and computer scientists, the project will prioritize user experiences over technology, and aim to facilitate meaningful experiences that allow for personal, complex and nuanced encounters with art and cultural heritage.

The project aims to develop: 1) A “gifting” prototype, allowing visitors to create personalised guided tours for their friends and loved ones, 2) an “appropriation” prototype, allowing visitors to play games in both the physical and the virtual museum space, 3) framework with tools, theory and “best practice” guidelines for hybrid virtual museum experiences.

Projektet online:

<https://gift.itu.dk/>, https://twitter.com/GIFT_itu

Digital tools in collaborative creativity

- **Tidsperiode:** 2017-2021
- **Finansieret af:** VELUX Fonden
- **Projektstyring:** Peter Dalsgaard, Lektor, Institut for Kommunikation og Kultur, Aarhus Universitet (dalsgaard@cavi.au.dk)
- **Samarbejdspartnere:** Designit og andre kreative virksomheder og organisationer

Digitale værktøjer spiller i dag en central rolle i mange kreative aktiviteter. Imidlertid har vi begrænset viden om samspelet mellem kreativitet og digitale teknologier, især når det kommer til kreativt samarbejde.

Som en konsekvens heraf er mange digitale værktøjer dårligt egnede til at understøtte samarbejdsprocesserne i bl.a. de kreative erhverv. For eksempel er størsteparten af den software, der anvendes i de kreative erhverv, udviklet til at understøtte individuelt arbejde: Én person

bruger ét stykke software på ét device; når man skal samarbejde og dele sit arbejde med andre, indebærer det ofte en stribe besværlige opgaver, som bryder det kreative flow og hæmmer både produktivitet og kvalitet.

Projektet vil udvikle en sammenhængende forståelse af den rolle, som digitale værktøjer spiller i kreativt samarbejde. Det teoretiske sigte med projektet er at skabe et begrebsapparat, der samtænker kreativitet og it, og som både kan hjælpe os til at forstå potentialer og begrænsninger i brugen af it i kreative processer. Det praktiske sigte er at anvende denne viden som grund for at udvikle nye digitale værktøjer, der bedre understøtter kreativt samarbejde. I projektet vil der derfor udføres detaljerede studier af, hvordan digitale værktøjer i dag anvendes i førende kreative virksomheder og organisationer.

Projektet online:

<http://pure.au.dk/portal/da/projects/digital-tools-in-collaborative-creativity%280044da63-763c-4cbe-b166-0a96bfd32085%29.html>

Creativity in blended interaction spaces (CIBIS)

- **Tidsperiode:** 2014-2018
- **Finansieret af:** Det Strategiske Forskningsråd, Programkomiteen for Strategiske Vækstteknologier
- **Projektstyring:** Kim Halskov, Professor, Institut for Æstetik og Kommunikation, Aarhus Universitet (halskov@cavi.au.dk)
- **Samarbejdspartnere:** Designit og LEGO Education

Today, more and more forms of participatory activities involve a repertoire of digital devices, ranging from cell phones to tablets and desktop computers, to electronic whiteboards and wall-sized displays.

Whereas some integration across multiple devices is supported by access to shared data, for example, via cloud computing services, more sophisticated kinds of integration that connect devices and amplify their potential are limited. Interestingly, many creative practices, including design and architecture, still rely to a large extent on analog materials and tools, for instance, pen and paper, Post-it notes, and whiteboards, which are neither connected to, nor supported digitally. As the engine for advancing research into ICT-supported creative practice, the CIBIS project develops and explores blended interaction spaces for supporting and developing the creative potential of young people at the high school level.

The objectives are to 1) demonstrate the potential for integrating multiple digital devices and analog materials in a shared environment, to support individual and group creativity, and 2) develop the theoretical foundation for the study of constraints on creativity, design ideas, generative design materials, and creative methods in design processes. As a foundation for achieving these objectives, CIBIS has established an interdisciplinary collaboration among researchers from the computer sciences, interaction design, and creativity research.

Projektet online:

<http://cavi.au.dk/projects/creativity-in-blended-interaction-spaces/>

Lokale og regionale mediers indhold, rolle og betydning

The content, role and importance of the local and regional media

- **Tidsperiode:** 2015-2017
- **Finansieret af:** Kulturstyrelsen
- **Projektstyring:** Flemming Svith, Lektor, Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (fts@dmjx.dk)
- **Samarbejdspartnere:** Jysk Fynske Medier

Hvad kan borgerne bruge lokalmedierne til? Giver de nyheder, driver de det lokale arrangement eller giver de borgerne en fornemmelse af at høre til? Og ændrer disse forhold sig, når lokale og regionale medier fusionerer? Det skal forskere fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole finde ud af – med udgangspunkt i medierne og brugerne, som er omfattet af fusionen til Jysk Fynske Medier (inden fusionen med Midtjyske Medier).

Et af forskernes mål er at undersøge journalisternes relation til demokratiet, altså hvordan journalisterne orienterer sig mod forskellige aspekter af demokratiet, som berører brugernes hverdag. Er de sensationsprægede, oplysende, analytiske eller måske ligefrem borgerinddragende og igangsættende?

The past's future: Digital transformations and cultural heritage institutions

- **Tidsperiode:** 2015-2019
- **Finansieret af:** VELUX Fonden
- **Projektstyring:** Helle Porsdam, Professor, Saxo-Instituttet, Københavns Universitet (Helle.Porsdam@jur.ku.dk)
- **Samarbejdspartnere:** Statens Museum for Kunst, Nationalmuseet og Det Kongelige Bibliotek

Uddannelse er en grundlæggende menneskerettighed. Den er af afgørende betydning for udøvelsen af alle andre menneskerettigheder, idet den fremmer den individuelle frihed og menneskelig udvikling i det hele taget.

I dag produceres, distribueres og tilgås mere og mere af verdens kulturelle og uddannelsesmæssige ressourcer i digital form i stedet for på papir. Kulturarvsinstitutioner er væsentlige interessenter i de digitale transformationer, og de afsætter for øjeblikket rigtig mange ressourcer til scanning, metadata-redigering og præsentation af tekster og andre kulturelle artefakter. Digitalisering skaber nye muligheder for at gøre kulturen tilgængelig, for at skabe offentlig adgang til historisk viden og for at præsentere kulturen som samfundets kollektive hukommelse. Den rejser imidlertid også komplekse spørgsmål i relation til de metoder, der bruges til at fortolke og anvende viden.

I samarbejde med tre danske nationale kulturarvsinstitutioner og med professor Jeffrey Schnapp, direktør for Metalab på Harvard University, ønsker projektet at analysere, hvordan de digitale transformationer ændrer begrebet 'uddannelse' og dets rammebetingelser og dermed påvirker 'fortidens fremtid', sådan som den indsamles, bevares og formidles af kulturarvsinstitutioner.

Projektet online:

<http://pf.ku.dk/>

Mediating cultural encounters through European screens (MeCETES)

- **Tidsperiode:** 2013-2016
- **Finansieret af:** HERA
- **Projektstyring:** Ib Bondebjerg, Professor, Institut for Medier, Erkendelse og Fomidling, Københavns Universitet (bonde@hum.ku.dk)
- **Medvirkende forskere:** Andrew Higson, York University (andrew.higson@york.ac.uk), Caroline Pauwels, Vrije Universiteit Brussel (cpauwels@vub.ac.be)
- **Samarbejdspartnere:** Flanders Audio-Visual Fund, European Think Tank for Film and Film Policy, Danish Film Institute, Nordisk Film and TV Fond, DR, British Film Institute, Council of Europe EURIMAGES, Association of Commercial Television in Europe, Screen Yorkshire, VRT og TV2

In modern societies, cultural encounters are largely mediated encounters. The MeCETES project is founded on the premise that our experience of other Europeans is heavily mediated through cinema and television. As Europeans from particular nations, our understanding of Europe and our sense of Europeanness is achieved partly through encountering representations of Europeans from other nations on screen.

Since 1992, the role of culture and the creative industries within Europe has gained in importance, and the EU has developed increasingly comprehensive cultural and media policies as part of the European project. Yet knowledge is limited about which European films and television drama series travel well within Europe, how Europeans engage with screen fictions from or about other European nations, and the role those fictions play in constructing a sense of Europeanness.

The MeCETES project will fill this gap by ascertaining how films and television drama enable audiences to encounter other European cultures, the conditions under which those fictions are produced and circulate within Europe, and their consequences for the project of cultural integration, identity building and diversity. The project will identify and analyse screen fictions that provide representations of other European, the policy framework and the industrial context of production, distribution and dissemination within which they circulate, and their reception by audiences.

Projektet online:

<http://mecetes.co.uk/>

Kognitive systemer til interaktiv berigelse af lyd (CoSound) *A cognitive systems approach to enriched and actionable information from audio streams (CoSound)*

- **Tidsperiode:** 2012-2016
- **Finansieret af:** Det Strategiske Forskningsråd, Programkomiteen for Strategiske Vækstteknologier
- **Projektstyring:** Jan Larsen, Projektleder og Professor, Institut for Matematik og Computer Science, Danmarks Tekniske Universitet (janla@dtu.dk)
- **Samarbejdspartnere:** Bang & Olufsen, DR Archive, Københavns Universitet, CHAOS INSIGHT ApS, Hindenburg Systems ApS, Musikzonen, Queen Mary University of London, Royal School of Library and Information Science, State and University Library, Syntonetic, University College London, University of Glasgow, og Aalborg Universitet

Vores produktivitet og velfærd afhænger af levering af medieinformation gennem forskellige platforme, såsom TV, sociale og mobile medier. Forretningsmodeller inden for musik- og lyd-sektorerne er udfordret, men online tilgængelighed af medier og social adfærdsdata skaber et stort potentiale for strategisk forskning, som kan lede til nye produkter og services. I forhold til billeder og tekst udgør audiodata en særlig udfordring, da de sanses og opfattes som en abstrakt, følelsesmæssig strøm. På trods af, at kognitive repræsentationer af lyd er veludviklede, er de vanskelige at italesætte, beskrive og dele blandt ikke-eksperter. Det fulde potentiale inden for audio er således endnu ikke fuldt realiseret m.h.t. at berige menneskelig kommunikation, underholdning og vores kulturarv. Det er målet med dette projekt at frigøre potentialet.

CoSounds vision er at udvikle en fleksibel platform, der kombinerer brugergenereret indhold og automatiseret analyse af audiodata og skaber beriget information, hvilket giver brugere mulighed for at fortolke, organisere, dele og skabe. Vi vil demonstrere mulighed for nye lydteknologiske produkter og tjenesteydelser til den kommercielle sektor, public-service og formidlingssektoren samt i uddannelse og kulturel forskning.

Projektet online:

<http://www.cosound.dk>

Finland

Avoimen datan kustannustehokas hyödyntäminen

Cost-effective utilization of open data and basic registers

- **Period of time:** 2016-2017
- **Financed by:** the Prime Minister's Office
- **Principal investigators:** Mika Honkanen (mika.honkanen@okf.fi), Open Knowledge Finland ry, with Teemu Ropponen, and Heli Koski (heli.koski@etla.fi) from ETLA, Research Institute of the Finnish Economy, with Mika Pajarinen

The research project's goal is to better understand and measure the impacts of open data and the use of the basic public registers. As outcome, it is expected policy recommendations and suggestions for new methods, processes or technical changes, to help improve cost-efficient publishing of open data and increase the impact of the basic registers.

Project online:

<https://fi.okfn.org/posts/avoimen-datan-vaikuttavuus/>

Racisms and public communications in the hybrid media environment (HYBRA)

- **Period of time:** 2016-2019
- **Financed by:** the Academy of Finland
- **Project leaders:** Mervi Pantti (mervi.pantti@helsinki.fi), University of Helsinki, Department of Social Research, Kaarina Nikunen (kaarina.nikunen@uta.fi), University of Tampere, Faculty of Communication Sciences, and Marko Turpeinen (marko.turpeinen@aalto.fi), Aalto University, School of Science and Technology

The project explores how racism is constituted, defined, circulated and challenged in today's transnational media circuits and practices. The goal of the project is to understand the new forms of public engagements and affective experiences concerning racism in the hybrid media environment shaped by cooperation and conflict between older and newer media logics.

Thus HYBRA is unique in its scope both nationally and internationally. The results will have a high academic impact on social cohesion and policy making, providing new knowledge and concrete steps to tackle problems of racism – with particular attention to addressing the new, more implicit and mediated forms of racism.

Project online:

<http://www.uta.fi/cmt/en/research/comet/projects/racisms.html>

The origins of popular views about violence in a changing landscape of media and society

- **Period of time:** 2017-2018
- **Financed by:** Helsingin Sanomat Foundation
- **Principal investigator:** Janne Kivivuori (janne.kivivuori@helsinki.fi), University of Helsinki, Institute of Criminology and Legal Policy with Matti Näsi
- **Principal investigator:** Esa Reunanen (esa.reunanen@uta.fi), University of Tampere, Faculty of Communication Sciences with Paula Haara

During the recent years, the sources of crime information have multiplied due to the rise of social media. The project explores from what sources people derive their notions about the quantity, trend and patterns of violence, and how the reception of mediated information is transformed into the contemporary experience of violence and risk, in interaction with the social position of the citizens.

Project online:

<http://www.uta.fi/cmt/en/research/comet/projects/violence.html>

Diginuoruus mediakaupungissa: urbaanietnografinen tutkimus – kuuluminen, kamppailu ja kontrolli Helsingin ja Pietarin kaduilla ja asemilla (DiMe)

Digital youth in the media city: Helsinki and St. Petersburg (DiMe)

- **Period of time:** 2016-2017
- **Financed by:** Kone Foundation
- **Principal investigator:** Johanna Sumiala (johanna.sumiala@helsinki.fi), University of Helsinki, Department of Social Research, Heta Mulari and Leena Suurpää from the Finnish Youth Research Society, Päivi Honkatukia and Arseniy Svytnarenko from the University of Tampere, Faculty of Social Sciences
- **Partners:** Elena L. Omelchenko and Yana Krupets, National Research University, High School of Economics, the Centre for Youth Studies in St.Petersburg, Russia

This is multi-scientific project: media studies, sociology, youth studies and urban studies. In addition to Finnish research partners, partners from Russia participate.

The project produces new knowledge on how digital technologies are present in urban lives of young generations. What opportunities and restrictions do digital technologies bring to the lives of young people in a media city? How should we understand participation and belonging of young people in the media city? How surveillance and control are present in the metro?

Three main themes guide the project's practical research work: 1) Everyday metro experiences, metro life and metro sociability, 2) Metro and metro stations as arenas for youth culture phenomena, 3) Institutional changes of urban spaces, participation of youth and social control.

Case studies include the following: Metro as a media space (2016- 2018), Brand New Helsinki (2016), Metro life of youth in St. Petersburg (2017), Digital technologies (AR) in the media city (2017-2018), Sticker artists in St. Petersburg (2016-2017), Graffiti painters in the Helsinki metro (2016-2018), Rollers and the material metro space in Helsinki (2017-2018), Change of urban space and participation (2017), and Locality, mobility, control and Western Metro in Helsinki (2017-2018).

Project online:

Homepage: http://www.metroproject.net/about_en/

Twitter: @DigitalYouthHelsinki

Facebook: <https://www.facebook.com/digitalyouthHelsinki/>

Nuoret estradille: toimijaksi monilukutaidolla

Young people in the limelight: Towards agency through multiliteracy

- **Period of time:** 2015-2017
- **Financed by:** Kone Foundation
- **Principal investigator:** Sirkku Kotilainen, Professor in Media Education (sirkku.kotilainen@uta.fi)
- **Researcher:** coordinator Mari Pienimäki, PhD, Faculty of Communication Sciences, University of Tampere, Finland
- **Partners:** the Finnish Periodical Publishers' Association (Maija Puska, Outi Sunila) and the Finnish Newspapers Association (Hanna Romppainen)

The research project investigates the challenges young people have in multiliteracies and participation at the transition phase between comprehensive school and upper secondary education. The goal is to discover ways to support young people on literacies and participation, especially public agency. The study is conducted by a group of about 10 researchers at different phases of their careers.

The project presents action research, which is carried out in several locations around Finland and includes seven self-expression based media workshops. The researchers together with young people, pedagogues, and journalists will organize workshops wherein the youth will create art and media works based on their interests, such as photographs, media texts, videos, and a drama. The youth is encouraged to publish their art and media works in social and mainstream media, for example in Instagram and local newspapers. The overall goal is to design media pedagogical models supporting multiliteracy and to develop media education which gives young people a voice. In addition, the aim is to develop participatory research and thus invite the young people as co-researchers.

Project online:

Blog: <http://blogs.uta.fi/mediakasvatus/>

Hybrid social play: Solutions for future social games and media (HYBRIDPLAY)

- **Period of time:** 2016-2017
- **Financed by:** the Finnish Funding Agency for Innovation Tekes
- **Principal investigator:** Frans Mäyrä (frans.mayra@uta.fi), University of Tampere, Faculty of Communication Sciences with Jaakko Suominen, University of Turku, Digital Culture and Raine Koskimaa, University of Jyväskylä, Contemporary Culture

The project aims to identify best practices and principles for hybrid social playability and develop tools and concepts for future, social physical-digital products and services.

The key research questions that will be examined in this two-year-long project are the following: 1) What are the key digital and physical aspects that define successful social playability in physical, digital, and in hybrid use contexts? 2) What are the principles and best practices for the design and evaluation of hybrid entertainment products? 3) How successful hybrid social playability can be implemented within emerging, near future forms of game and media?

Project online:

<http://gameresearchlab.uta.fi/2015/12/17/hybrid-social-play-solutions-for-future-social-games-and-media/>

Peleihin perustuva taloudellisen tiedon opetus kouluissa *Game-based financial education in schools*

- **Period of time:** 2016-2018
- **Financed by:** the Academy of Finland
- **Project leaders:** Tanja Sihvonen (tanja.sihvonen@uvasa.fi) and Panu Kalmi, the University of Vaasa

The aim of this research project is to develop game-based financial education interventions in schools and evaluate their effectiveness. The research project builds on an existing collaborative network that shares long-standing experience in developing game-based interventions for educational settings, and expands this network in significant ways getting end-users more involved in the project. Together the research team with partners will build tools to evaluate the impact of such interventions on students' financial knowledge and behavior. The study also includes comparisons between different game-based approaches and their combinations. Further, the group will develop innovative ways to measure the behavioral outcomes of students by utilizing games, game platforms, and gameplay analytics.

The central partners in the project are the Me and My City – project managed by the Economic Information Office, Oma Onni Developed by Vocational Education Center Sedu, Design Center Muova and Planago Company, which has developed a game called Money Flow Challenge for learning to manage personal finances. Also the University of Birmingham and ISM University from Lithuania will participate in the research project.

Project online:

<http://www.uva.fi/en/news/akatemiapelitutkimus/>

Journalism Research News

- **Period of time:** 2015-2016
- **Financed by:** Helsingin Sanomat Foundation
- **Project leader:** Turo Uskali (turo.uskali@jyu.fi), the University of Jyväskylä, Department of Language and Communication Studies
- **Staff:** reporters Pasi Ikonen and Ville Manninen, research assistant Helena Hirvinen, researchers Marja Kokko, Nina Ylinen, Epp Lauk and Maria Lassila-Merisalo

The project has built up a news site that distribute the latest academic knowledge in journalism. It aims to improve the quality of scholarly communication about ongoing research. The website was started in 2015 with an European scope. In 2016 the scope was expanded. Now the aim is to create a real-time news stream of journalism research, calls for papers and events around the world.

The project cooperates with European Journalism Observatory (EJO) and European Communication Research and Education Association (ECREA).

Project online:

Home page: <http://journalismresearchnews.org/>

Facebook: <https://www.facebook.com/groups/Jresearchnews/>

Twitter: @JResearchNews

Flipboard: <https://flipboard.com/@turouskali/journalism-research-news-906gh4s5y>

Norge

Visuelle teknologier, etikk og journalistikk (VisMedia)

Visual technologies, ethics and journalism (VisMedia)

- **Tidsperiode:** 2015-2019
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd, SAMANSVAR
- **Prosjektledelse:** Astrid Gynnild, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (astrid.gynnild@uib.no)
- **Medvirkende forskere:** Lars Nyre, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (lars.nyre@uib.no), Frode Guribye, førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (frode.guribye@uib.no), Bjørnar Tessem, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (bjornar.tessem@uib.no), Martin Eide, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (martin.eide@uib.no), Øyvind Vågnes, førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, Turo Uskali, PhD, Head of Journalism, the Department of Communication, University of Jyväskylä, Finland, Paul Adams, professor of geography, University of Texas, Austin, Deborah Johnson, professor, University of Virginia, Anja Salzmann, stipendiat, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, Sigrid Haaland, vitenskapelige assistenter Joar Midtun og Simen Karlsen, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen
- **Samarbeidspartnere:** prosjektet er knyttet opp mot NCE Media og den nye medieklyngen Media City Bergen

Den raske, globale spredningen av bilder og videoer fra overvåkningsteknologier setter journalistikken på nye prøver. På den ene siden gir den økende tilbudsflommen av visuelt materiale

fra kameradroner, wearables og andre mobile teknologier nye muligheter for transparent og troverdig journalistikk. På den andre siden utfordres nyhetsmedienes etablerte etiske grenser og prinsipper for personvern. Prosjektet ViSmedia tar utgangspunkt i et EU-utviklet rammeverk for ansvarlig forskning og innovasjon (RRI), og undersøker muligheter og dilemmaer ved innovasjon og bruk av nye visuelle overvåkingsteknologier i nyhetsmediene.

På global basis er både etterspørselen etter, og produksjonen av, visuelt materiale produsert av overvåkningskameraer, droner og andre mobile teknologier raskt voksende. Medieindustrien profitterer på den økende tilgangen spesielt på brukergenererte bilder og videoer. Men de nye visuelle teknologiene utfordrer samtidig grunnleggende aspekter ved samfunnsikkerheten og bidrar til å eliminere grensene mellom det private og det offentlige. ViSmedia-prosjektet undersøker empirisk, eksperimentelt og konseptuelt hvordan adopsjon og innovasjon av visuelle overvåkingsteknologier i nyhetsmediene kan optimaliseres, og hvordan dette kan skje på måter som ivaretar problemstillinger knyttet til teknologisk og journalistisk samfunnsansvar.

Prosjektet er tverrfaglig og internasjonalt, og inkluderer medievitere, infovitere, samfunnsvitere og etikkforskere fra blant annet Norge, Finland og USA. Et sentralt mål for prosjektet er en allmennrettet forskningskommunikasjon, og det organiseres flere åpne seminarer og workshops der mediebransjen og publikum inviteres til å delta aktivt.

Prosjektets hjemmeside:

<http://vismedia.org/>

Situerte simuleringer (SitsimLab)

Situated simulations (SitsimLab)

- **Tidsperiode:** 2013-2015
- **Finansiert av:** Forskningsrådet, Universitetet i Oslo, Norgesuniversitetet og Kulturrådet.
- **Prosjektledelse:** Gunnar Liestøl, professor, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo (gunnar.liestol@media.uio.no)
- **Medvirkende forskere:** Terje Rasmussen, professor, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo (terje.rasmussen@media.uio.no), Ole Smørðal, førsteamanuensis, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo (ole.smordal@uv.uio.no), Ola Erstad, Instituttleder, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo
- **Samarbeidspartnere:** Tomas Stenarson ved CodeGrind AB og Šarūnas Ledas ved Tag of Joy, Elpida Hadjidaki (Phalasarna Association), Larry Friedlander (Stanford University) og Andrew Morrison (AHO).

”Situerte simuleringer” er en samlebetegnelse for forskningsaktivitet innenfor lokasjonsbaserte medier og eksperimentering med nye uttrykksformer.

Denne type teknologi benytter sammensmeltningen av GPS, aksellerometer og elektronisk kompass til å bruke telefonen som et vindu inn mot andre versjoner av virkeligheten, for eksempel arkeologiske funnsteder, klimaendringer og byplanlegging. Hensikten med prosjektet er å utvikle en metode for innovasjon i digitale medier.

EU-prosjektet Cross Motion er knyttet til denne forskningen.

Innovation journalism: Enhanced creativity tools (INJECT)

- **Tidsperiode:** 2017-2018
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd
- **Prosjektledelse:** Neil Maiden, City University of London og Lars Nyre, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (lars.nyre@uib.no)
- **Medvirkende forskere:** Astrid Gynnild, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (astrid.gynnild@uib.no), Ole Johan Mjøs, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen (ole.mjøs@uib.no), Joao Ribeiro, M'Labs og Christian Erichse, M'Labs.
- **Samarbeidspartnere:** M'Labs Bergen og avisene Hordaland (Voss), Sunnhordland (Leirvik) og Hallingdølen (Ål), Verspers (Nederland)

INJECT er ikkje fyrst og fremst eit forskingsprosjekt. Det ligg under kategorien «Innovation Action» i H2020, og målsetjinga for slike prosjekt er å utvikle realistiske forretningsmodellar for prototyper som opprinneleg vart laga i academia. Teknologiane skal flyttast ut i ein relevant marknad, og det er ynskjeleg at prosjektet tener pengar ved utløpet av prosjektperioden. Prosjektperioden er maksimalt 1,5 år. Verktøy for redaksjonelt arbeid INJECT baserer seg på eit "toolkit" av ulike dataverktøy som skal hjelpa journalistar til å bli meir kreative og effektive i det daglege nyheitsarbeidet. Dei er meint som forsterkning ("enhancement"), men verktøya korkje kan eller bør erstatta det journalistiske arbeidet.

Meininga er at når ei sak er skriven med INJECT-toolkit så har nyheitene fleire relevante kjelder, treffande lenker til relevante saker, og betre grafisk-visuelt uttrykk enn før, men arbeidsinnsatsen til journalisten er framleis det sentrale. Fokus på lokalaviser Prototypene skal prøvast ut i tre lokalaviser i Norge, nemleg Hordaland (Voss), Sunnhordland (Leirvik) og Hallingdølen (Ål). Prosjektet har også mediepartnerar frå andre europeiske land. Alle partnerane er små og mellomstore bedrifter, såkalla "SMEs", og det er verdt å merka at dei tre lokalavisene er familieeigde verksemder som er uavhengige av dei store konserna som A-media, Schibsted og Polaris.

Prosjektet beskrevet i Forskningsrådet: <https://www.forskningsradet.no/prosjektbanken/#!/project/260082/no>

Digitization and diversity – potentials and challenges for diversity in the culture and media sector

- **Tidsperiode:** 2015-2019
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd, KULMEDIA
- **Prosjektledelse:** Anne-Britt Gran, Institutt for Institutt for kommunikasjon og Kultur, Handelshøyskolen BI
- **Medvirkende forskere:** Taina Bucher, lektor, Institutt for Medier, Erkendelse og Formidling, Danmark, Eivind Røssaak, førsteamanuensis, Nasjonalbiblioteket (NB), Aud Sissel Hoel, professor, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU) Nina Lager Vestberg, professor, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU) Terje Gaustad, førstelektor, Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Monica Viken, førsteamanuensis Institutt for rettsvitenskap (BI) Fieseler, Christian Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Furseth, Peder Inge Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Hjeltnes, Guri Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Alm, Kristian Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Tøien, Irina Eidsvold Institutt for rettsvitenskap (BI) Bang, Tor Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Solvoll, Mona K Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Røyseng, Sigrid Institutt for kommunikasjon og kultur (BI) Rundsum, Ogundipe Norges teknisk-naturvitenskapelige uni-

versitet (NTNU) Sverdljuk, Jana Bentze Nasjonalbiblioteket (NB) Olsen, Ragnhild Kristine Handelshøyskolen BI (BI)

- **Samarbeidspartnere:** NTNU, Nasjonalbiblioteket, Universitetet i København, samt bransjeorganisasjonene Norges museumsforbund, Mediebedriftenes Landsforening og Film & Kino

Prosjektet skal utforske forholdet mellom digitalisering og en rekke mangfoldsdimensjoner i kultur- og mediesektoren, som forbruksmønstre, innhold, distribusjon og teknologi.

Cultural heritage mediascapes: Innovation in knowledge and mediation practices

- **Tidsperiode:** 2015-2019
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd, KULMEDIA
- **Prosjektledelse:** Palmyre Pierroux, professor, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo (palmyre.pierroux@iped.uio.no)
- **Medvirkende forskere:** Line Esborg, førsteamanuensis, Institutt for kulturstudier og orientalske språk, Universitetet i Oslo, Per Hetland, førsteamanuensis, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo, Rolf Steier, postdoktor, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo, Emily C. Oswald, PhD-stipendiat, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo, Dimitra Christidou, postdoktor, Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo, Birgitte Sauge, seniorkurator, Nasjonalmuseet, Anne Qvale, spesialrådgiver, Nasjonalmuseet
- **Samarbeidspartnere:** Atelier Oslo Arkitekter, div.A arkitekter, EngageLab, UiO, National Museum of Art, Oslo, Architecture and Design, Natural History Museum, UiO, Norwegian Folklore Archives, UiO, SABIMA (Samarbeidsrådet for biologisk mangfold)

A project investigating digital mediation, youth participation and knowledge practices in museums and archives. The aim of the Cultural Heritage Mediascapes project is to deepen our understanding of how digitization and participatory models are transforming knowledge practices in museums and archives. A shared focus in the project is on young people's contributions to digital cultural heritage, and on the implications of interest-driven learning environments for policy and research in the cultural sector.

The interdisciplinary team is organized in research-practice partnerships, and includes learning scientists, historians, museum curators, architects, and specialists in biodiversity informatics, memory archives, and science and technology policy evaluation. Innovative methodological tools and approaches are developed to advance the field of audience research and visitor studies.

Researching social media and collaborative software use in emergency situations (RESCUE)

- **Tidsperiode:** 2014-2017
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd, SAMRISK
- **Prosjektledelse:** Harald Hornmoen, professor, Institutt for journalistikk og mediefag, Høgskolen i Oslo og Akershus (herald.hornmoen@hioa.no)
- **Medvirkende forskere:** Elsebeth Frey, førsteamanuensis, Institutt for journalistikk og mediefag, Høgskolen i Oslo og Akershus, Rune Ottosen, professor, Institutt for journalistikk og mediefag, Høgskolen i Oslo og Akershus, Steen Steensen, professor, Institutt for journalistikk og mediefag, Høgskolen i Oslo og Akershus
- **Samarbeidspartnere:** Bengler, Aberystwyth University, FH JOANNEUM University of Applied Sciences

Apart from improving our understanding how social media has been used by key crisis/risk communicators (crisis/risk information authorities, rescue organizations and journalists) and what impact it has had in these emergencies, The RESCUE project will identify strengths and weaknesses in usage patterns and the assessment methods that have been applied.

The second overarching objective of the project is more normative and practical: To enable improved social media interaction in emergencies and use of social media tools in emergency communication.

Arrangements for such improved usage will be established through 1) Close dialogues with end users and 2) On the basis of knowledge of social media use in emergencies generated through the empirical research in the case studies. 3) By including an SME partner with special qualifications and an outstanding record of software development and of building social websites and services. In the process of developing social media tools for actors communicating and evaluating information in emergencies the usage and the usability of the tools will be studied both in real-life situations and tested in a laboratory setting.

Networks of texts and people: Accessing and analysing the blogosphere (NTAP)

- **Tidsperiode:** 2012-2017
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd, VERDIKT
- **Prosjektledelse:** Dag Elgesem, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, Nick Diakopoulos, førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen
- **Medvirkende forskere:** Andrew Salway, Uni Computing, Uni Research, Bergen, Lubos Steskal, postdoktor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen
- **Tilknyttede forskere:** Richard Moe, førsteamanuensis, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, Hallvard Moe, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, Viktor Kaptelinin, professor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen
- **Samarbeidspartnere:** Retriever Norge AS

As the volume of electronically available information continues to grow rapidly, blogs are increasingly being used in the public sphere as sources of information. Thus the blogosphere is becoming an archetypal example of how social networks play a crucial role in mediating the flow of information between individuals and organizations. Interestingly, the blogosphere is both a social network and a network of texts. It is an important research challenge to understand the relationship between the two types of network, and the interplay between the social processes realised in blogs, the flow of information and opinion formation.

Furthermore, when someone is searching for information from social media, it is not sufficient for their search tools to provide relevant information: it is also important for tools to provide a balanced view on a topic and to help users understand more about the source of statements, so they can evaluate them properly. This project will develop methods and tools to detect, analyse and visualize the distribution, flow and development of knowledge and opinions across online social networks.

In broad terms, our approach synthesizes techniques from computational linguistics, network analysis and information visualization, which will enjoy a synergistic relationship with social science theories and models of information diffusion and uptake. The primary objective of this project is to develop methods to automatically generate visualizations that show the social and epistemological contexts of information disseminated in online social networks, specifically blogs. Our approach includes two principal innovations. Firstly, information is to

be characterised by 'key statements', rather than keywords, in order to better capture the content of discussions and different opinions.

Secondly, the techniques to analyse and visualize online discussions will synthesize data about the network of texts and data about social networks. Tools will be developed with regards to two sets of users: 1) general users who want to access information from the blogosphere and engage in discussions; 2) media monitors and social scientists who want to analyse information flow and related social processes.

The project will concentrate on the Norwegian and English-language blogospheres, specifically around the topics of climate change and tablet technology.

Innovative data visualization and visual-numeric literacy (INDVIL)

- **Tidsperiode:** 2016-2019
- **Finansiert av:** Norges forskningsråd, KULMEDIA
- **Prosjektledelse:** Marin Engebretsen, professor, Institutt for nordisk og medie-fag, Universitetet i Agder
- **Medvirkende forskere:** Sara Brinch, førsteamanuensis, Institutt for kunst- og medievitenskap, NTNU, Helen Kennedy, professor, Dept. of Sociological Studies at The University of Sheffield, Torgeir Uberg Nærland, postdoktor, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen, Jill Walker Rettberg, professor, Institutt for lingvistiske, litterære og estetiske studier, Universitetet i Bergen, Mikael Snaprud, førsteamanuensis, Universitetet i Agder, Elise Seip Tønnessen, professor, Institutt for nordisk og medie-fag, Universitetet i Agder, Wibke Weber, professor, Institute of Applied Media Studies IAM at ZHAW School of Applied Linguistics, Zürrich
- **Samarbeidspartnere:** NRK, SSB

Today we witness an increased use of *data visualization* in a variety of genres and areas of society. In journalism, education and public information as well as in workplaces and industry, various forms of graphs and charts are used to explain, convince and tell stories through the visual representation of statistics or other quantitative data.

These kinds of representations can at best convey complex facts and patterns in a fast and effective way. At worst, they can appear both confusing and manipulative. In an era when data are becoming increasingly accessible through digital networks, and when digital tools make the visualization process increasingly easy, it is important to study the conditions under which these kinds of visual texts may benefit processes of learning, development and participation.

This multidisciplinary project examines the phenomenon of data visualization with a focus on learning, democracy and processes of digitization. Through both theoretical and empirical studies, the project will respond to questions related to how data visualizations can be described as a distinct text and media type, to their roles in the genres and social practices in which they are involved, and to their potentials concerning current challenges facing our society.

Sverige

Följeforskning på Lilla Slottet

Follow-up research at the children's library Lilla Slottet

- **Tidsperiod:** 2014-2016
- **Finansieras av:** Region Skåne samt Malmö Stadsbibliotek
- **Projektledning:** Karin Johansson (karin.c.johansson@malmö.se)
- **Medverkande forskare:** Barbro Johansson, docent i etnologi och forskare vid Centrum för konsumtionsvetenskap, Göteborgs universitet (barbro.johansson@cfk.gu.se), Frances Hultgren, universitetslektor Akademin för bibliotek, information, pedagogik och IT, Högskolan i Borås (frances.hultgren@hb.se)
- **Samarbetspartner:** i samarbete med Malmö Stadsbibliotek

Forskningsprojektet följer inrättandet av barnbiblioteket Lilla Slottet på Malmö Stadsbibliotek och pågår från hösten 2014 till sommaren 2016. Syftet med barnbiblioteket är att i samverkan med målgruppen skapa ett kvalitativt, varierat och innovativt kultur- och medieutbud för alla Malmös 0-8 -åringar samt etablera Stadsbiblioteket som en attraktiv mötesplats för åldersgruppen och deras vuxna.

Under läsåret 2014-2015 kommer konceptet att utvecklas i samarbete mellan barn, bibliotek och lokalsamhälle. Brukarinvolvering och delaktighet är en viktig del av projektet och är det som följeforskningen framför allt kommer att fokusera på. Följeforskningsprojektet är ett samarbete mellan forskare och bibliotekets projektgrupp samt barnavdelningens personal med syfte att både nå fördjupad kunskap och utvärdera delaktighetsarbetet.

Genom att följa, utvärdera och beforska inrättandet av det nya barnbiblioteket på Malmö stadsbibliotek är syftet att förankra verksamheten i aktuell forskning om barndom och delaktighet samt skapa en grund för en kontinuerlig utveckling av arbetet med brukarinvolvering på Malmö Stadsbibliotek och för biblioteks- och kultursverige i stort. Följeforskningens vidare syfte är att stärka forskningsanknytningen i bibliotekets verksamhet samt skapa en växelverkan mellan teori och praktik.

Projekt på webben:

<https://projektlillaslottet.wordpress.com/author/bubblan2015/>

Digital participation for the next generation

- **Tidsperiod:** 2010-2017
- **Finansierad av:** RISE Research Institutes of Sweden AB
- **Projektledning:** Sara Reinholtz (sara.reinholtz@tii.se) och Magnus Eriksson (magnus.eriksson@tii.se)
- **Medverkande forskare:** Research Group RISE Interactive Piteå. Senior Researcher, Sofia Larsson, PhD Candidate in media and communication studies

An overarching question of this project is how to create new arenas for public discussion online which also foster more civil and polite discussions about news and current debates. The project will involve youth in focus group discussion and workshops (participatory design) on future solutions for next generation of online discussions and engagement, a result which will become input for media industry and society in general.

The project will contribute with input to those interested in developing interaction design and participatory news media for the online public sphere.

The focus groups discussions and design workshops are valuable methods both for learning more about everyday media use and for participatory design. Thus the project will generate knowledge about media use as well as design ideas.

Projekt på webben:

<https://www.tii.se/projects/digital-participation-for-the-next-generation>

Den kommunikativa organisationen *The communicative organisation*

- **Tidsperiod:** 2014-2017
- **Projektledning:** Mats Heide, Professor, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet (mats.heide@isk.lu.se)
- **Medverkande forskare:** Jesper Falkheimer, professor, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet (jesper.falkheimer@isk.lu.se), Charlotte Simonsson, prefekt, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet (charlotte.simonsson@isk.lu.se), Sara von Platen, Lärare, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet (sara.von_platen@isk.lu.se), Howard Nothhaft, lärare, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet (howard.nothhaft@isk.lu.se), Rickard Andersson, doktorand, Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet (rickard.andersson@isk.lu.se)
- **Samarbetspartner:** i samarbete med Helsingborgs stad och Sveriges Kommunikatörer

Organisationer lägger allt mer pengar på kommunikation. Enligt branschföreningarna PRECIS och Sveriges Kommunikatörer var den totala kommunikationsinvesteringen i Sverige 2011 38 miljarder kronor. Det satsas alltså stora resurser på intern och extern kommunikation, t.ex. genom corporate branding, kriskommunikation, förändringskommunikation, opinionsbildning och CSR. Målet med detta forskningsprojekt är att råda bot på denna brist på kunskap och bidra med nya kunskaper om kommunikationens betydelse för organisationer.

Våren 2014 inleds det största forskningsprojektet någonsin med fokus på Kommunikativa organisationer: Kommunikationens betydelse för framgångsrika organisationer. Syftet med forskningsprojektet är att fastställa kommunikationens betydelse för verksamheters framgång och hur väl de når sina mål.

Studien fokuserar på två huvudteman: Förtroende och ambassadörskap och ledning, ledarskap och medarbetarskap. Bland elva företag och organisationer som medverkar i projektet syns etablerade varumärken som IKEA och Eon, men också offentliga verksamheter som Polismyndigheten och Malmö stad.

Projekt på webben:

<http://portal.research.lu.se/portal/sv/projects/kommunikativa-organisationer-kommunikationens-betydelse-foer-framgaangsrika-organisationer%2897160344-7c61-47c9-a6d1-c75967310e6e%29.html>

Medier & demokrati *Media & democracy*

- **Tidsperiod:** 2014-
- **Projektledning:** Martin Holmberg, Lindholmen Science Park, Gothenburg (martin.holmberg@lindholmen.se).

Tillsammans med medieaktörer, akademi och offentlighet arbetar Lindholmen Science Park för att etablera ett nationellt innovations- och utvecklingsprogram inom gränssnittet medier och demokrati. Utgångspunkten är hur det förändrande medielandskapet påverkar medierna, medborgarna och till syvende og sist demokratin.

De allra första initiativen togs 2014 och 2016 genomfördes en genomgripande förstudie där alla grenar för samverkan involverades.

Förstudien har tagits emot väl och projektet fortskrider med målet om långsiktig etablering under andra halvåret 2017.

Programmets uppdrag är att i öppen samverkan generera nya och värdefulla kunskaper om dagens och framtidens mediebetenden och journalistik, och om medborgarnas intresse och möjlighet att delta i den viktiga demokratiska dialogen.

Projekt på webben:

<http://mediaarena.lindholmen.se/>

Framtidens nyhetsjournalistik i den digitala eran *The future of news journalism in the digitalized world*

- **Tidsperiod:** 2016-
- **Projektledning:** Rickard Wahlund, professor, Marknadsföring och strategi, Handelshögskolan i Stockholm
- **Medverkande forskare:** Emelie Fröberg, Jonas Colliander, Karina T. Liljedal, Mattias Svahn och PhD student Adam Åbonde

Projektets mål är att 1) förse medieföretagen med nya kunskaper för utvecklandet av nya affärsmodeller för nyhetsjournalistik samt 2) lägga grunden för fortsatt forskning. Projektet avser att följa upp det tidigare Vinnova-projektet 2014-06125 med fokus på utforskning av 'big data', konsumentundersökningar avseende konsumtion av nyhetsjournalistik samt analyser av SOM-institutet.

Förväntade effekter och resultat: Att utifrån nya forskningsresultat bidra till medieföretagens utveckling av nya affärsmodeller för framtidens nyhetsjournalistik. Resultaten kommer att förmedlas genom rapporter av olika slag samt på workshops med företrädare för medieföretagen.

Planerat upplägg och genomförande: Tre personer kommer under 1,5 månader att jobba med analyser av 'big media' från medieföretag och relatera resultaten till utvecklingen av nya affärsmodeller. Andra medverkande från Handelshögskolan och Stockholm School of Economics Institute for Research kommer att jobba med konsumentundersökningar, där en större sådan kommer att genomföras av Nepa. Analyser kommer också att göras av SOM-institutet utifrån de data de redan samlat in. Projektet kommer att genomföras under perioden maj – oktober 2016, inklusive spridning av resultat via rapporter och workshops.

Projekt på webben:

<http://www.vinnova.se/sv/Resultat/Projekt/Effekta/2013-01117/Framtidens-nyhetsjournalistik-i-den-digitala-eran/>

Teknik, tjänster och berättande för framtidens mediekonsumtion

Technology, services and storytelling in the future media consumption

- **Tidsperiod:** 2015-2017
- **Finansieras av:** Sveriges innovationsmyndighet Vinnova
- **Projektledning:** Malin Picha Edwardsson, fil. Dr i Medieteknik och interaktionsdesign, Kungliga Tekniska Högskolan (picha@kth.se), Haibo Li, Professor Medieteknik, Kungliga Tekniska Högskolan (haiboli@kth.se)
- **Samarbetspartner:** Bonnier News, Schibsted, Sveriges Radio, KTH Innovation

I det här projektet är syftet att utforska vilka tjänster och användningsområden inom den nya tekniken som har störst förändringspotential i ett större perspektiv. Hur kan till exempel virtual reality användas i framtiden för att föra ut mediebudskap? Att titta närmare på skärningspunkten mellan teknik, tjänster och innehåll blir ett forsknings- och samarbetsinitiativ mellan akademi, industri och beslutsfattare.

Att genomföra en forskningsstudie med fokus på skärningspunkten mellan teknik, tjänster och berättande i framtidens mediekonsumtion. Att skapa ett 'Discovery center' där olika typer av events kan genomföras, till exempel industrileda föredrag riktade till studenter, tävlingar i medier och innovation, eller utställningar kring berättande med hjälp av ny teknik, där virtual reality bara är ett exempel. Att kraftsamla arbetet med innovationsstöd i samarbete med innovationskontor, inkubatorer/acceleratorer och andra industriparter.

Forskning i form av insamling och sammanställning av kunskap med hjälp av workshops och intervjuer kring teknik, tjänster och berättande i framtidens medielandskap. Intervjuer med medieföretag och andra medieaktörer. Diskussioner med medieföretag/partners om möjliga innovativa lösningar. Vad kan utvecklas tekniskt för att förnya berättandet inom journalistiken? Konkret innovationsarbete på medieföretagen i samarbete med KTH. Industrileda föredrag riktade till studenter, samt med tävlingar i medieteknik/innovation.

Projekt på webben:

<https://www.kth.se/en/csc/forskning/mid/research/medialab>

Dper News – A studio approach to news personalization³

- **Tidsram:** 2017-
- **Finansieras av:** KK-stiftelsen
- **Projektledning:** Daved Barry, Visiting Professor, Business Administration, MMTC – Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School (daved.barry@ju.se), Mart Ots, Assistant Professor, Business Administration, and Director, MMTC – Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School (mart.ots@ju.se), Anette Johansson, Senior Lecturer, School of Engineering, Jönköping University (anette.johansson@ju.se), Ulf Johansson, Professor, Computer Science and Informatics, School of Engineering, Jönköping University (ulf.johansson@ju.se)

3. The three projects above – Dper News, DBIS and DATAMINE – are designed to complement one another. Both DBIS and Dper News advance the concept of studio-led innovation that is digitally focused and enhanced, and both use news media as a testing ground. DATAMINE focuses on new approaches to mining big data, again within the test site of news media. The hope is to use the discoveries from all three to create digital innovation methods that can be applied to other industries and domains, and with this advance the “T” (transformation) side of MMTC.

The project involves the media company Hallpressen and the IT company Infomaker, and concentrates on the digital personalization of news. Within the focus area “digital business innovation.

Projekt på webben:

<https://center.hj.se/mmtc/news/news/2016-12-19-mmtc-was-awarded-a-new-grant-by-kk-for-the-project-dper-news---a-studio-approach-to-news-personalization.html>

Digital Business Innovation Studio (DBIS)

- **Tidsperiod:** 2017-
- **Finansierad av:** Sveriges innovationsmyndighet Vinnova
- **Medverkande forskare:** Henry-Lopez Vega, Project Director and Assistant Professor MMTC – Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School (henry.lopez@ju.se), Daved Barry, Visiting Professor, Business Administration, MMTC – Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School (daved.barry@ju.se), Mart Ots, Assistant Professor, Business Administration, and Director, MMTC – Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School (mart.ots@ju.se)

DBIS focuses on creating new digital business solutions, and on using digital tools to interconnect stakeholders across distances and knowledge domains. One of the project goals is to find ways to join “in-the-room” innovation methods (e.g., corporate innovation centers) and “out-of-the-room” methods (e.g., open innovation) and still keep the advantages of both.

Project online:

<https://center.hj.se/mmtc/news/news/2016-12-21-vinnova-grant-for-digital-business-innovation-studio-project.html>

DATAMINE

- **Tidsperiod:** 2017-2019
- **Projektledning:** Ulf Johansson, Project Leader, Professor, School of Engineering, Jönköping University (ulf.johansson@ju.se)
- **Samarbetspartner:** The project is a collaboration between Region Jönköping County, Jönköping University and the industry sector

The project will develop improved methods of data mining and analysis for companies to better their personalization for their offerings, and will develop new algorithms for robot journalism as part of the transformation of the media industry.

Project online:

<http://edit.center.hj.se/mmtc/news/news/2016-12-12-mmtc-receives-funding-for-project-datamine-as-part-of-jonkoping-regional-research-programme.html>

Recensjoner

Mark Blach-Ørsten & Ida Willig (red.):

Den fælles dagsorden og alle de andre: en nyhedsuge-analyse af medieindhold, mediebrug og forventninger

København: Samfundslitteratur, 2016, 339 s.



Boka *Den fælles dagsorden og alle de andre* står i en tradisjon. Den første danske nyhetsuke-undersøkelsen fant sted i 1999 under ledelse av Anker Brink Lund. En stort anlagt innholdsanalyse av danske medier resulterte den gang i boka *Først med det sidste – en nyhedsuge i Danmark*. En oppfølgende datainnsamling skjedde i 2008, og funn og resultater herfra ble publisert i rapporten *Hvor kommer nyhederne fra? Den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu*. Og i 2012 ble ”prosjekt nyhetsuke” gjennomført for tredje gang – også denne gang med materiale innsamlet i løpet av årets uke 46.

Mengden av materiale er nå enda større enn tidligere: 50.000 artikkelenheter fra trykte medier, et lignende antall fra nettaviser, 5.000 innslag fra radio og tv, samt nyheter fra sosiale medier og fra nyhetsbyråer.

Boka *Den fælles dagorden og alle de andre* bygger på datamaterialet fra 2012. Det er blitt en innholdsrik og mangfoldig bok. De 15 artiklene i boka går i dybden i ulike deler av nyhetsmaterialet, og gir ved hjelp av både kvantitative og kvalitative metoder innsikt i deler av det store materialet.

I tidligere rapporter fra det danske nyhetsuke-prosjektet har nyhetenes ”fødekæde” vært et hovedfokus, altså hvordan nyheter oppstår og hvor de kommer fra. Jeg har inntrykk av at dette perspektivet er noe nedtonet i denne siste boka. Riktignok kan vi i innledningen lese en kort omtale av de ulike grader av redaksjonell bearbeiding – eller mangel på sådan – som er registrert i materialet. Forfat-

terne holder seg til tredelingen mellom *servicejournalistikk* som i det vesentlige er basert på pressemeddelelser; *rutinejournalistikk* der journalisten tilføyer noe for egen hånd, og *fokusjournalistikk* som er laget på journalistens egne premisser. I tillegg kommer byråstoff og versjonering. Fokusjournalistikken utgjør som forventet den klart minste andel av journalistikken som produseres.

Men dette ”fødekæde”-perspektivet vises lite igjen i artiklene i boka. I stedet rettes søkelyset i større grad mot brukeren; mot publikums mediebruk, deltakelse og innflytelse. Her er også casestudier av journalistiske saksområder som har fått relativt liten oppmerksomhet fra forskere tidligere.

De fem første artiklene er samlet under fellestemaet ”Kampen om dagsordenen”. Bokas to redaktører innleder med å presentere resultater fra en spørreskjema-undersøkelse som viser at både politikere, journalister og den alminnelige borger er enige om at det er de to førstnevnte gruppene som setter samfunnets dagsorden, i samspill med hverandre. Borgerne spiller mindre rolle her, det er alle tre gruppene enige om. I en påfølgende artikkel problematiserer Bente Halkier publikums forhold til den politiske og nyhetsmessige dagsorden. Kanskje har dagsordenforskningen hatt en for snever og fastlåst oppfatning av både hva som er ”nyheter” og hva som er ”politikk”? Dessuten kan publikum være ambivalent mellom normative forestillinger og sosiale muligheter: Riktignok mener de at de har for liten innflytelse på samfunnets dagsorden, men de gjør da heller ikke mye for å delta aktivt i dagsordensettingen.

Boganmelder: **Svein Brurås**, professor, Høgskulen i Volda.

I en artikkel om ”brukere i bevegelse” gjøres det opp status for danskenes valg av nyhetskilder, basert på en spørreundersøkelse. TV-nyhetene var i 2012 fortsatt den mest sentrale nyhetskilden for folk flest. Artikkelen peker også på bevegelse i nyhetsforbruket fra 2008 til 2012.

Har sosiale medier ført til at brukerne i større grad er med på å sette dagsorden? Spørsmålet blir drøftet i en artikkel der data-materialet består av sju ledende nyhetsavisers publiseringer på Facebook og kommentar-trådene knyttet til disse sakene. Her handler det altså om brukergenerert innhold. Påvirker disse leserkommentarene på noen måte dagsorden og mediens gatekeeping-funksjon? Vel, ifølge forskerne finnes det i disse kommentartrådene få eksempler på nye og originale synspunkter, nye idéer og ny informasjon. Artikkelen inneholder for øvrig interessante observasjoner om nyhetsmediens strategier for å engasjere publikum i Facebook-debatten.

Det femte og siste bidraget i denne delen av boka er en studie av hvordan den visuelle kommunikasjonen og presentasjonsformen i danske nettaviser har utviklet seg.

I bokas andre del er fire casestudier samlet under overskriften *Dem og oss*. Alle de fire casene var store nyhetssaker i Danmark i den aktuelle uken i 2012. Framing er et felles teoretisk perspektiv for de fire studiene. Det mest interessante bidraget i mine øyne er en studie som Tobias Raun har gjort om hvordan saken om en ung transseksuell person som ønsket hormonbehandling og operasjon ble omtalt i nyhetsmediene og samtidig debattert på en åpen Facebook-gruppe for transseksuelle. Representasjonen på de to plattformer var svært forskjellig. Nyhetsmediens dekning var personfokusert, lite prinsipiell og vinklet mot at leserne skal ta stilling til spørsmålet om 15-åringen skal få ”skifte kjønn” - som i dette tilfellet er en upresis og forenklet problemstilling. På Facebook-siden for transkjønnede i Danmark er diskusjon langt bredere. Facebook blir ikke bare en alternativ nyhetskilde, men den blir for mange den *primære* kilden til kunnskap om saken. Facebook-gruppen får flere parallelle funksjoner: den blir en kanal for

nyheter; den blir et rom for deling av personlige erfaringer og formidling av støtte, og den blir et forum for politisk mobilisering. Studien viser hvordan sosiale medier i visse tilfeller spiller en vesentlig rolle som nyhetsformidler, ikke minst for minoritetsgrupper som ikke får dekket sitt nyhetsbehov i tradisjonelle medier.

De øvrige artiklene i denne delen av boka tar for seg henholdsvis den såkalte ”juletsaken” der et borettslag ikke lenger ville ha juletre på gårdsplassen; dekning av sorg i mediene med utgangspunkt i et drap i København og brutale dødsfall i Gaza, samt dekningen av finanskrisen. Sistnevnte studie påviser ved hjelp av framinganalyse at danske mainstream medier i 2012 var forbausende enige om at finanskrisen rammet Danmark på grunn av negative forhold i andre land, nærmere bestemt svak økonomistyring i Sør-Europa, mens danske næringslivledere og politikere heldigvis opptrådte ansvarlig og rasjonelt slik at skadene ble begrenset. Denne artikkelen er velskrevet, lesverdig og utfordrende.

I bokas tredje og siste del beveger vi oss inn i ulike stoffområder i journalistikken. De seks artiklene favner bredt, fra sportsjournalistikk til vitenskapsjournalistikk. Noen av bidragene er casestudier av konkrete saker fra nyhetsuiken, andre er i hovedsak kvantitative studier av hvordan et saksfelt dekkes. Et underliggende spørsmål i flere av bidragene er hvordan journalistikken på de respektive felt – sport, kultur, kjendis, klima – skiller seg fra alminnelig nyhetsjournalistikk.

Visste den tidligere syklisten og nåværende sykkeldirektøren Bjarne Riis om doping som foregikk i internasjonal sykkel sport? Dette var et stort spørsmål i mediene i nyhetsuiken i 2012, og Bjarne Riis unnlot å svare. Studien av denne saken viser ikke bare hvordan avisen BT framer Bjarne Riis-saken, men den viser også hvordan avisen iscenesetter seg selv som en undersøkende og sannhetssøkende avis og demonstrerer sin rolle som aktør.

Artikkelen om *kulturjournalistikken* er et av få steder i boka der redaktørens innledende bemerkninger om grader av journalistisk bearbeiding blir anvendt. Den kvantitative analysen viser at en overveiende del av kultur-

stoffet er enten servicejournalistikk eller rutinejournalistikk, og dermed i stor grad basert på informasjonssubsidier og eksterne initiativ. Kun mellom 10 og 15 prosent av sakene er såkalt fokusjournalistikk, som altså innebærer en selvstendig dagsordensetting, oppsøkende arbeid og en original historie.

Studien av nyhetsukens *kjendisjournalistikk* konkluderer med at dette er en journalistikk som produseres med et minimum av arbeidsinnsats. Nær halvparten av sakene har faktisk *null* kilder, noe som forklares med at historiene stammer fra kjendisenes PR-maskineri. I nyhetsuken var det et tilfang av i alt 834 kjendissaker i de utvalgte mediene. Forskerne som studerte *klimajournalistikk* fant på sin side totalt 48 saker i løpet av den samme uken. De peker på at ennå er ikke klima et selvstendig saksfelt i de journalistiske mediene, men det håndteres og innrammes dels som politisk journalistikk, dels som økonomisk journalistikk og dels som forbrukerjournalistikk.

Mens artikkelen om den danske museumsdebatten i 2012 blir i overkant detaljert og beskrivende for andre enn de spesielt interesserte, er den aller siste artikkelen i boka et høydepunkt. Her diskuteres en spektakulær nyhet i danske medier i 2012, nemlig åpningen av vitenskapsmannen Tycho Brahes 400 år gamle grav. Mens arkeologene hadde store forventninger til hva denne hendelsen kan lære oss om livet på 1600-tallet, var det et annet spørsmål som opptok mediene: Ble Tycho

Brahe drept av sin assistent ved hjelp av kvikksølv? Mediene er opptatt av *mordgåten* – og dermed ender også forskerne opp med å prioritere dette spørsmålet i sin formidling. Andre forskningsspørsmål forsvinner. Dette leder Sanne Knudsen til å stille en rekke spennende spørsmål om medialisering av vitenskap; om den romantiske fremstillingen av arkeologi som en evig skattejakt, og om mediens stereotype bilder av arkeologene – med «skæg, sandaler og håndstrikkede sweatre», mens de i realiteten stort sett arbeider bak et skrivebord. Artikkelforfatteren skriver poengtert og samtidig nyansert og innsiktsfullt.

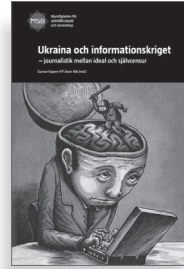
De 80 avisartiklene om denne saken ender for øvrig opp i en ikke-nyhet: Tycho Brahe ble *ikke* utsatt for et giftmord – noe forskerne for øvrig har ment hele tiden.

Den fælles dagsorden og *alle de andre* er et viktig bidrag til nordisk nyhetsforskning, og en bok det er vanskelig å komme utenom for alle som underviser om eller forsker på nyheter. Den inneholder en lang rekke innsikter og refleksjoner om dagens nyhetsformidling – eller rettere sagt: nyhetsformidlingen i 2012. For det er litt synd at det tok fire år fra datainnsamlingen til boka var klar. Nyhetsproduksjon og -forbruk endrer seg mye på fire år. Ikke minst er bruken av sosiale medier som nyhetskilde, som er tema flere steder i boka, under rask utvikling.

Til slutt: Jeg savner en aldri så liten presentasjon av bokas artikkelforfattere.

Gunnar Nygren & Jöran Hök (red.):
Ukraina och informationskriget: Journalistik mellan ideal och självcensur

Karlstad: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), 2016. 284 s. (rapport).



Efter Donald Trumps seger i det amerikanska presidentvalet hamnade ämnen som desinformation, fabricerade nyheter, åsiktsbubblor och ett påstått "post-truth"-tillstånd där sanningen reducerats till olika perspektiv, i centrum för både allmänpolitisk och vetenskaplig diskussion. För de som följt ryskt samhällsliv under senare decennier är dessa frågor välbekanta. Fejkade nyhetshändelser och smutskastningskampanjer, mediaspektakel och chimär politisk debatt, samt försök att sprida misstro och tvivel mot all form av kritik (inifrån eller utifrån) enligt logiken att alla utsagor bara reflekterar olika politiska perspektiv, är alla beståndsdelar av Putinregimens mediestrategi.

Flera av dessa teman återkommer i rapporten *Ukraina och informationskriget: journalistik mellan ideal och självcensur* (2016) som redigerats av Gunnar Nygren och Jöran Hök och är resultatet av ett samarbete mellan forskare från Sverige, Ryssland, Ukraina och Polen. Boken är publicerad av Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Ämnet är inte bara politiskt brännande, det aktualiserar flera viktiga frågeställningar som är av intresse också bortom det specifika fallet. Även om propaganda och politisk kontroll av information varit en integrerad del av krigföring i alla tider, innebar Ukrainakonflikten som utbröt 2014 inte bara en påminnelse om mediernas centrala roll i krig, utan också en indikation på hur radikalt denna roll förändrats. Beskrivningar som "informationskrig", "propagandakrig", "digital krigföring"

Bokrecensent: **Emil Edenberg**, postdoktor, Centre for Baltic and East European Studies, Södertörns högskola.

och "hybridkrig" försöker på olika sätt fånga mediernas mångfacetterade funktion i denna konflikt, en funktion som inbegriper alltifrån traditionell nyhetsförmedling genom krigskorrespondenter, nya former av rapportering (såsom ögonvittnesskildringar i sociala medier), till hackerattacker, internettroll och renodlade desinformationskampanjer.

Boken studerar och jämför rysk, ukrainsk, svensk och polsk medierapportering av Ukrainakonflikten under sommaren 2014. I fokus för analysen står tre frågor: 1) hur medierna beskriver och gestaltar konflikten; 2) vilken typ av källor de använder och hur de förhåller sig till källkritik och desinformation; samt 3) hur journalisterna ser på sin egen roll i konflikten, om de tar ställning eller eftersträvar opartiskhet.

Huvuddelen av studien utgörs av en innehållsanalys av rapporteringen i tre stora nyhetsmedier i varje land, med hjälp av ett gemensamt kodschema. Materialet är TV-nyheter och nyhetspress; digitala medier har (med några undantag, som jag återkommer till) inte inkluderats i urvalet. Utöver undersökningen av medieinnehåll har journalister i respektive land intervjuats om bland annat journalistiska dilemman de upplevt samt huruvida de upplevt sig utsatta för påtryckningar. Det komparativa angreppssättet, liksom kombinationen av textanalys och intervjuer, fungerar både fördjupande och kompletterande och bidrar enligt min mening till att skapa ett unikt forskningsbidrag inom ett ämne som för närvarande är fokus för många studier.

Undersökningen tar avstamp i en historisk översikt av mediers roll i krigföring i de-

mokratiska respektive auktoritära stater, som diskuterar bland annat Vietnamkriget som en vattendelare vad gäller kritisk krigsrapportering, inbäddade journalister under Falklands- och Gulfkriget samt mediernas misslyckande med att granska USA:s motiv för att anfälla Irak 2003. Kanske mindre bekant för många läsare är den intressanta diskussionen som förs om relationen mellan medier och krig i Ryssland, från den hårda mediekritiken som bidrog till att Ryssland drog sig ur det impopulära första Tjetjenienkriget, till det mer välsmorda PR-maskineriet under andra Tjetjenienkriget och det avancerade informationskriget under Georgienkonflikten 2008 vilket inkluderade såväl lojala massmedier som cyberattacker.

Fyra kapitel undersöker mediebevakningen i respektive land, samt de journalistiska dilemman som framkommit i intervjuerna. Särskilt fokus ligger på bevakningen av det nedskjutna malaysiska planet MH17 samt rapporteringen om ryska soldater i Ukraina (den officiella ryska hållningen var, och är fortfarande, att Ryssland inte deltar i kriget och att de ryska soldater som finns där åkt dit på privat initiativ). Även om det finns skillnader mellan de olika medierna inom varje land återfinns (kanske inte så förvånande) de största skillnaderna mellan de olika länderna. Skillnaderna framträdde i perspektiv, fokus, ordval och källanvändning. Den ukrainska krigsbevakningen präglades övervägande av ett patriotiskt, proukrainskt perspektiv och beskrev kriget som en mellanstatlig konflikt mellan Ukraina och Ryssland, medan den ryska bevakningen oftast tog tydlig ställning för de proryska separatisterna, delegitimerade den ukrainska sidan och framställde kriget som ett inbördeskrig, dock med tydlig inblandning av "anti-ryska" västmakter. De bilder som gavs både i den polska och den svenska bevakningen låg närmare den ukrainska; i Polen var tonvikten på rysk aggression och Polens säkerhet, medan svenska medier fokuserade dels på europeisk säkerhetspolitik, dels på vanliga människor i krigsområdet. Dessa bokkapitel följer en enhetlig struktur, där resultaten av den kvantitativa innehålls-

analysen varvas med djupare nedslag i form av illustrerande exempel.

Att samma kodschema och presentationsstruktur används i alla bokens delstudier ger överskådlighet och jämförbarhet, och gör resultaten lättillgängliga även för den som inte är så väl bekant med respektive kontext. Baksidan med detta angreppsätt är att vissa delar ger intrycket av en något uppradande redovisning utan tillräcklig fördjupning eller problematisering. I mitt tycke är de kvalitativa nedslagen oftast de mest intressanta delarna i dessa kapitel, och det finns aspekter som kunde belysas mer ingående om formatet vore mindre strikt. Som ett exempel: i kapitlet om den ryska mediebevakningen nämns till exempel att ukrainska aktörer ofta benämndes som "fascister", men detta begripliggörs inte genom en diskussion om andra världskrigets centrala roll i rysk nationell mytologi och politiskt legitimitetsskapande. En sådan bakgrundsdiskussion kunde belysa hur narrativet om ett fascistiskt maktövertagande i Ukraina tillskrev kriget en närmast episk och existentiell mening, som en symbolladdad återupprepning av Rysslands historiska kamp mot fascismen. Kapitlet beskriver medieförhållandena i respektive land, men en ytterligare kontextualisering av till exempel historiska nationella själv- och fiendebilder kunde gett ytterligare dimensioner till analysen.

Därutöver innehåller boken en studie av den ryska engelskspråkiga TV-kanalen RT:s (tidigare Russia Today) Ukrainabevakning samt ett kapitel om desinformation och försök att bemöta denna. Även om de fyra delstudierna utgör stommen i analysen vill jag ändå framhålla dessa två kapitel som bokens kanske allra mest intressanta. Andreas Widholm visar i kapitlet om RT hur kanalen, med motot "Question more", positionerar sig som en underdog och sanningssägar på den internationella arenan genom att ifrågasätta och misskreditera västerländska medier, dock utan att anta motsvarande kritiska hållning till den ryska statens påståenden. I kapitlet om desinformation för Gunnar Nygren en spännande diskussion om hur framförallt den ryska staten använder sig av förfalskade nyheter, ofta

illustrerade med bildmaterial från helt andra sammanhang för att stödja sin verklighetsbeskrivning, och ger halsbrytande exempel som hur rysk TV rapporterade falska uppgifter om att ukrainska trupper korsfäste levande barn i Slovjansk.

Nygren diskuterar också webbsidan Stopfake, ett projekt startat av ukrainska mediestudenter med syftet att avslöja desinformation, och ger flera intressanta exempel på fejknyheter som avslöjats. Bägge dessa kapitel diskuterar de svårigheter det innebär både för allmänheten, journalister och för forskare att begripliggöra ett medielandskap där sanningen i allt högre grad reduceras till olika perspektiv. Om vi medger att nyhetsförmedling i någon mån alltid utgår från en särskild vinkel, betonar vissa saker och utelämnar andra, på vilka sätt skiljer sig desinformation och propaganda från ”normal” vinkling, och hur känner vi igen dem? För oss som forskar om nyhetsförmedling, hur väl fungerar traditionella teorier och distinktioner (såsom mellan ”nyheter” och ”propaganda”, eller ”fria” och ”censurerade” medier)? Detta berör naturligtvis större epistemologiska frågeställningar om på vilka grunder sanningsanspråk kan göras i nyhetsförmedling, och även om bokens författare inte avhandlar dessa teoretiska frågor i djupare bemärkelse ger boken gott om underlag för att fortsätta denna diskussion.

Bokens slutsatser ligger, påpekar författarna, till stor del i linje med tidigare forskning om mediers roll i krig. De radikalt olika mediebilder som ges av Ukrainakriget (framförallt i Ryssland och Ukraina) visar att trots att globalisering av medielandskapet har

inneburit tillgång till en mängd olika informationskällor, är medierna till stor del lojala med den egna staten och militären. Dessa resultat är naturligtvis delvis styrda av materialurvalet som ju nästan uteslutande utgörs av traditionell TV och nyhetspress. Hade studien inkluderat sociala medier eller alternativa digitala nyhetskällor är det möjligt att andra mönster skulle upptäckts, om än inte nödvändigtvis; Adi Kuntsman menar i sin bok *Figurations of Violence and Belonging* (2009) att även i deterritorialiserade onlinemedier tenderar nationella gränsdragningar snarare förstärkas än försvinna. Intervjuerna i boken ger en intressant inblick i journalisters egna erfarenheter av svårigheterna med att förena ideal om opartiskhet med samhällliga krav på patriotism. Hur journalisterna agerade påverkades, menar författarna, av närheten till konflikten men också av vilka journalistiska normer som dominerar i landet och graden av politisk kontroll av medierna.

Ukraina och informationskriget utgör sammanfattningsvis ett välkommet bidrag till ett snabbt växande forskningsfält, framförallt genom sin komparativa multi country-ansats, blandningen av metoder samt diskussionerna om desinformation och journalistiska ideal. Även om det på några ställen kunde behövts mer kontextualisering och problematisering för att göra full rättvisa åt materialet, är bokens resultat värdefulla både i sig som en kartläggning av mediebevakningen och mediernas roll under ett pågående krig i Sveriges närområde, och som utgångspunkt för vidare empirisk och teoretisk forskning.

Birgit Røe Mathisen & Lisbeth Morlandstø (red.):

Kommentaren – en sjanger i endring

Oslo: Cappelen Damm Akademiska, 2016, 208 s.



Birgit Røe Mathisen och Lisbeth Morlandstø bok *Kommentaren – en sjanger i endring* fokuserar på en av de journalistiska genrer som har stått för den kanske största tillväxten i nyhetsmedia under de senaste årtiondena: åsiktsjournalistiken, och då i synnerhet den kommenterande journalistiken. Genren är på intet sätt ny. Författarna nämner att dess tidiga föregångare kan hittas i 1600-talets brittiska tidningar. Sett till en norsk kontext växte de första mer renodlade kommentarsspalterna fram under 1800-talets senare del. Som övergripande genre inbegriper åsiktsjournalistiken en rad olika undergrupper, däribland ledarartiklar, krönikor, recensioner samt analys och kommentarer. Och det är alltså den sista av dessa – den kommenterande journalistiken som genre – som de båda författarna granskar närmare i sin bok.

Bokens upplägg bygger på en vetenskapligt präglad del (kapitel 1–7) som de båda forskarna Røe Mathisen och Morlandstø står bakom och en mer praktiskt inriktad del (kapitel 8–9) som Stein Sneve, kommentator i norska *Avisa Nordland*, har författat. Upplägg och det direkta tilltalet i texten gör boken lättillgänglig både för den som är intresserad av att förkovra sig i en bit av det journalistiska forskningsfältet och för den som strävar mot att utveckla sina praktiska kompetenser i genren kommenterande journalistik. Boken bör med fördel kunna användas som läromedel i journalistutbildningen men också inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga

ämnesområdet.

I bokens inledande kapitel beskriver författarna kortfattat den kommenterande journalistikens framväxt ur ett historiskt perspektiv, varpå de knyter an till de spörsmål och förändringar som präglar samtiden. Studier har visat att åsiktsjournalistikens ökade omfattning inte enbart är ett nordiskt fenomen, utan en förändring som karakteriserar västerländsk nyhetsmedia i stort. Sociologen Brian McNair (2008) har till exempel beskrivit genrens tillväxt som explosionsartad och han menar också att det håller på att ske ett skifte i journalistiken från renodlad nyhetsrapportering till en större betoning på den tolkande och kommenterande journalistiken.

Några av de bakomliggande faktorer som i boken lyfts fram som tänkbara förklaringar till genrens starka expansion, är förändrad marknadsdynamik med ökad konkurrens om publikens uppmärksamhet, högre utbildningsnivå hos befolkningen samt ökad status för den journalistiska yrkesgruppen som sådan. Därtill kommer ekonomiska faktorer som att kommenterande journalistik är mindre kostsam jämfört med grävande journalistik. Vidare har digitaliseringen bidragit till en uppsjö av nya arenor för åsiktsyttrande, vilket inte minst har påverkat ungas mediepreferenser. Digitaliseringen har också inneburit förändrade förutsättningar för nyhetsmedierna då möjligheterna såväl som kraven har ökat.

Røe Mathisen och Morlandstø berör även framväxten av så kallade stjärnkommentatorer, en grupp av journalister som alltmer har kommit att bli en del av tidningarnas varumärken och som stundtals också innehar ett slags kändisstatus. I en hårt pressad konkur-

Bokrecensent: **Ulrika Andersson**, fil.dr., docent, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.

renssituation anses åsiktsjournalistiken kunna bidra till att fler läsare, tittare eller lyssnare riktar sin uppmärksamhet mot de medier vars åsiktsjournalistik utmärker sig. I ett sådant sammanhang tenderar också kommentatorernas profilering att bli en allt viktigare kugge i nyhetsmedias maskineri.

Alla ställer sig dock inte odelat positiva till den kommenterande journalistikens ökade betydelse. Røe Mathisen och Morlandstø nämner som exempel att norska politiker har beskrivit det rådande tillståndet som ett ”kommentariatets diktatur”, med innebörden att kommentatoriet har valt att lägga allt mindre fokus på politiska sakfrågor till förmån för personfokus, expertpaneler och fokus på politiken som spel. Kritiska röster har också höjts inom forskningen. Den kritik som framförts har bland annat handlat om att den kommenterande journalistiken ges företräde framför faktabaserad och undersökande journalistik samt att skillnaden mellan fakta och åsikter alltmer suddas ut.

Bokens empiriska grund baseras på studier av sex regionala mediehus i Norge, samtliga dagstidningar: *Adresseavisen*, *Avisa Nordland*, *Bergens Tidene*, *Fædrelandsvennen*, *Nordlys*, och *Stavanger Aftenblad*. Tidningarnas kommenterande journalistik har granskats genom kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys, därtill har redaktörer som arbetar med kommentarer intervjuats om sina erfarenheter av och syn på åsiktsjournalistiken som professionell praxis. Det empiriska materialet som helhet har samlats in under 2013–2015. Innehållsanalysen av åsiktsmaterialet har dock avgränsats till en tremånaders period under hösten 2013. Valet av regionala tidningar framför nationella motiverar Røe Mathisen och Morlandstø med att de vill lyfta fram de regionala mediernas plats i den nationella offentligheten och deras förmåga att påverka den nationella debatten.

Med utgångspunkt i åsiktsjournalistikens samhällsfunktion knyter författarna samman centrala teoretiska begrepp som makt, offentlighet, journalistiken som samhällsinstitution och dess makt att bestämma dagordningen, med den professionella praktik som de in-

tervjuade redaktörerna befinner sig i. Även journalistikens roll som åsiktbärare, folkbildare, kritisk granskare och regionalt språkrör diskuteras.

Det råder samstämmighet bland de intervjuade redaktörerna om att den kommenterande journalistiken har makt att sätta dagordningen, men hur stor denna makt är – det vill säga i vilken utsträckning kommentatoriet har makt att förändra människors åsikter eller de politiska besluten – råder det däremot delade meningar om. Ett av kommentariatets främsta privilegier handlar dock enligt redaktörerna om möjligheten att nå ut till ett stort antal människor. Eller som en av dem beskriver det: kommentatoriet har tillgång Norges viktigaste talarstol. I rollen som regionalt språkrör fungerar den regionala åsiktsjournalistiken i många fall som en motröst till den huvudstadscentrerade debatten. Men samtidigt upplever redaktörerna att det är svårt att nå ut på den nationella arenan, åtminstone via den tryckta tidningen. Internet och sociala medier kan ibland dock bidra till att regionala perspektiv får stor genomslagskraft på den nationella debattscenen genom att en specifik kommentar eller analys ”gillas” och sprids på till exempel Facebook och Twitter.

Studiens kvantitativa innehållsanalys visar att åsiktsjournalistiken i de regionala medierna i stor utsträckning utgår från ett nationellt perspektiv medan de lokala och regionala perspektiven hamnar i något mer skymundan. Trots att redaktörerna framhåller vikten av lokal och regional förankring i kommentarerna, finns en uppenbar diskrepans mellan ideal och praktik. Tematiskt siktar den kommenterande journalistiken till övervägande del in sig på den politiska arenan. Politik som tema har en kraftig övervikt i antalet kommentarer och steget ner till det näst vanligaste temat, sport, är stort. Sett till enskilda sakområden dominerar kommentarer om valet till Stortinget 2013, därefter följer områden som ekonomi och politiska partier. Men även de senare är i stor utsträckning kopplade till stortingsvalet: ekonomitemat berör som regel statsfinanserna alternativt kommunernas ekonomi, och temat politiska partier har som oftast sin

utgångspunkt i det pågående valet. En konklusion som Røe Mathisen och Morlandstø drar utifrån det studerade materialet, är att det framför allt är nyhetsjournalistikens dagordning som är styrande för de spörsmål och teman som tas upp i kommentarerna.

Författarna belyser även de utmaningar som det lokala och regionala kommentatoriet står inför när det gäller rekrytering till yrket, möjligheten att nå ut på den nationella arenan via sociala medier och, inte minst, utsikterna för att nå den unga publiken. Det står klart att den digitala arenan med sociala medier i spetsen erbjuder såväl möjligheter som prövningar för redaktionerna. Åsikterna om huruvida sociala medier har potential att bidra positivt till den kommenterande journalistiken som genre skiljer sig dock något mellan enskilda redaktörer. Centrala faktorer som ökad kvalitet, omedelbarhet och möjlighet till direkt respons, lyfts fram av flera redaktörer. Andra menar att sociala medier inte har så mycket att tillföra den kommenterande journalistiken, utan snarare riskerar att bidra till en kvalitets-sänkning när debatten – vilket stundom varit fallet – urartar. En gemensam ståndpunkt är dock att kommentatoriet i regional dagspress är i behov av en förnyring för att kunna nå ut till den unga publiken. Det handlar både om att rekrytera yngre förmågor till redaktionen som att lyfta frågor som är relevanta för de yngre generationerna. På så sätt är det möjligt att säkra den regionala åsiktsjournalistikens kvalitet och dess plats i samhället.

I den avslutande delen av boken tar så kommentator Stein Sneve över pennen och lotsar läsaren genom retorikens historia, med start i den grekiske filosofen Aristoteles bok *Retoriken*, och förklarar centrala begrepp som logos, etos och patos. Sneve lyfter även fram den argumenterande textens grundstenar både när det gäller dess form, innehåll och funktion. Han poängterar att han inte har för avsikt att försöka jämföra skillnader mellan effektiv och ineffektiv argumentation, utan att syftet med bidraget är att reda ut skillnaderna mellan god och dålig argumentation. Bokens läsare bjuds på handfasta råd när det gäller att bestämma tema för kommentaren och hur

arbetet med källor bör se ut. Sneve går även igenom grunderna för hur argumentationen byggs upp och ger förslag på hur språket kan finputsas för att ytterligare lyfta kommentaren. Även om bokens sista del i huvudsak är praktiskt inriktad, hindrar inte det författaren från att väva in kortare teoretiska perspektiv på åsiktsjournalistiken som genre.

Efter att ha läst boken är det framför allt två kritiska punkter som jag finner viktigt att lyfta fram. Båda rör de avgränsningar som har gjorts inom ramen för studiens innehållsanalys och dess påverkan på studiens generaliserbarhet.

För det första: trots att de båda författarna Røe Mathisen och Morlandstø lyfter fram digitaliseringens betydelse för åsiktsjournalistiken, är det den *tryckta* tidningens innehåll som ligger i fokus för själva innehållsanalysen. Förvisso berörs frågan i de intervjuer som har gjorts med redaktörerna och det nämns också att några av mediehusen publicerar alla kommentarer på både papper och webb. Men det framgår inte helt tydligt hur stor andel av papperstidningarnas kommenterande journalistik som även går att ta del av på webben eller i vilken utsträckning kommentarerna skiljer sig beroende på vilken plattform de publicerats på. Författarna nudar ämnet vid några tillfällen men gör ingen analys av det digitala materialet. Givet det utrymme som frågan om åsiktsjournalistikens plats i den digitala världen får i boken som helhet, vore det rimligt att också studera det åsiktsmaterial som publiceras på tidningarnas nyhetssajter.

Den andra kritiska punkten rör avsaknaden av en problematisering av den tidsmässiga avgränsningen i den kvantitativa analysen av tidningarnas kommentarer och ledartiklar. I en fotnot går att utläsa att innehållsanalysen bygger på det åsiktsmaterial som publicerades under perioden 1 september till 30 november 2013. Avgränsningens omfång är i sig inget problem. Problematiken ligger istället i att den valda analysperioden sammanfaller med tidpunkten för valet till Stortinget hösten 2013.

Forskning har visat på förekomsten av så kallade valårseffekter när det gäller mediernas

dagordning, journalisters syn på sin yrkesroll och människors förtroende för samhällsinstitutioner. I samband med valår ökar, av förklarliga skäl, den politiska rapporteringen i nyhetsmedia. Likaså tenderar det journalistiska språkrörsidealet att stärkas hos journalister och människors intresse för politik och förtroende för politiska institutioner ökar. Det innebär rimligen att också den tolkande och kommenterande journalistiken torde skilja sig något mellan valår respektive mellanvalsår.

Med utgångspunkt i resultaten av den kvantitativa innehållsanalysen ställer författarna sig frågan hurvida den regionala offentligheten förlorar på att de regionala nyhetsmedierna i så stor utsträckning väljer att fokusera på nationella sakfrågor och också drivs av en strävan mot ta plats på den nationella debattscenen. De undrar också vad det egentligen innebär för den lokala och regionala identiteten att regionmedierna är mer intresserade av nationella frågor än lokala i sin kommenterande journalistik.

Lin Prøitz: Selvbilde – fra selvportret til #selfie

Oslo: Universitetsforlaget, 2016. E-bok.

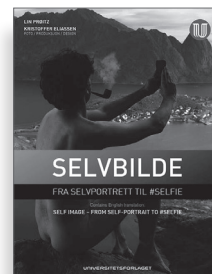
I december 2013 offentliggör beskytternen af det engelske sprog om nogen, *Oxford Dictionary*, en definition på en selfie. Brugen af ordet var i årets løb steget med 17.000%. Procenttallet siger noget om udbredelsen af selfies, og det siger noget om, at selv the etablissement måtte nu definere sig.

Med Oxford Dictionary's definition og holdning til selfien sker der også noget generelt med holdningen til selfies. Det bliver noget alle taler om, og det bliver almindeligt for alle at tage selfies. Der kom også en anden holdning til det at forske i selfies. Hvor man

Boganmelder: **Bent Fausing**, lektor, Institut for Nordiske Studier og Sprogvidenskab, Københavns universitet.

Min fråga är dock hur stor del av tidningarnas nationella fokusering som egentligen är ett resultat av det pågående valet. Är det ens rimligt att dra några generella slutsatser om den regionala åsiktsjournalistikens innehåll och utveckling baserat på det underlag som studien bygger på? Det jag saknar är alltså ett kritiskt förhållningssätt från författarnas sida till vad den valda tidpunkten – det vill säga ett valår – kan tänkas ha för betydelse för åsiktsjournalistiken i allmänhet och den kommenterande journalistiken i synnerhet.

Bortsett från den nyss nämnda kritiken, råder det ingen tvekan om att boken *Kommentaren – en sjanger i endring* ger ett viktigt bidrag till forskningen om mediernas betydelse för demokratin och dess roll i det digitala samhället samt om hur villkoren för kommentariatet ser ut och vilka större utmaningarna, men också möjligheterna, framtiden kan tänkas bjuda på.



tidligere mærkede en meget tydelig afstandtagen og mere eller mindre latent aggression, blev man mere interesseret og åben over i al fald forklaringer på fænomenet. Der kunne stadig være afstandtagen og stigmatisering som så blev forklædt som patologisering (narcissisme), der dog havde været en del af argumentationen imod selfies fra starten af, men nu blev intensiveret.

Samtidig begynder de etablerede museer at lave udstillinger om selfies, hvor man benytter lejligheden til at hente gamle selvportrætmalerier og -fotografier frem for at vise at det nye også var gammelt. Og omvendt, det gamle var også nyt. Ofte glemte man, at det nye var, at man kunne dele de nye digi-

tale billeder på sociale medier. Men der blev lavet mange udstillinger på de gamle museer om det nye mediefænomen, selfien, i løbet af 2014-2016 i Stockholm, København, Berlin, Karlsruhe, Lyon og Edinburgh¹. Saatchi Gallery i London vil i løbet af 2017 lave endnu en udstilling.² Hvor velmente disse udstillinger er, så er de ofte også meget distancerende i deres moraliseren og i deres forsøg på at være 'ung'. Patalogiseringen stod højt på listen frem for en analytisk, stilistisk og ikke mindst oplevelsesmæssig forståelse – både på udstillinger og i katalogerne, der fulgte med udstillingerne. De var dybe i deres moraliseren og oftest overfladiske i deres formidling.

På mange måder minder Lin Proitz katalog, *Selvbilde. Fra selvportet til #selfie* om denne tendens – og adskiller sig også fra den i visse henseender. Teksten er skrevet til en udstilling med Kristoffer Eliassens fotografier på Preus Museum, denne udstilling hed *#Jeg* og blev vist mellem 2.9.16 og 19.3.17. Desuden var der et seminar med titlen *Self/Image/Public* 1.-2.10.16 knyttet til kataloget. Jeg vil i det følgende kun forholde mig til selve katalogteksten.

Fremstillingen er historiserende fra den første ytring af selfie i Australien i 2002 til de allernyeste tal for uploads af selfies og hashtags med selfie på Instagram. De historiske afsnit inddrager eksempler på og overvejelser over malerier og de tidlige fotografiers portrætter og selvportrætter samlet omkring visitkortfotoet og familieportrætter. Teksten fremstiller 2015, altså cirka året efter Oxford Dictionary definition kom frem, som skelsættende. To nye tendenser kom til betoner forfatteren. For det første, at den dominerende bedømmelse også i forskningsudgivelser er at betragte selfien som udtryk for narcissisme. For det andet begynder man at se selfier som en mulighed for kvinder til at afprøve poseringer, affekter og grænser og derigennem få 'empowerment' og blive et selvstændigt og myndigt menneske.

Jeg skal vende tilbage til det problematiske ved at sætte grænsen så markant omkring 2015. Det teoretiske grundlag bliver lagt af en række udgivelser om selfier fra omkring 2015 og desuden med en fundering i Michel Foucaults og især hans begreber om selvsty-

ring og selvstyringsteknologier samt hans forestilling om de heterotopiske rum, dvs. rum hvor moral og social orden forstyrres. De konventionelle værdier og praksisser, som omgiver rummene bliver udfordrede. Også af selfierne.

Det kulturhistoriske forløb er korte og gode. Derimod virker bestemmelserne omkring narcissisme meget forhastede. Allerede i 2012 og 2013 er der kritik fremme imod at se selfierne som patologi og narcissisme,³ og denne tidlige kritik er slet ikke omtalt. Den havde ellers stemt godt overens med at betragte og analysere selfien som 'empowerment' og alternative fortolkninger (heterotopiske rum). En af fejlene til dette kan være, at litteratursøgningen synes at begynde ved 2015. Før var den meget negative holdning til at undersøge selfier som kulturelt og æstetisk fænomen særdeles mærkbar, det var lavkultur, det var ikke kun en middelmådig kunst med Bourdieus formulering, det var slet ikke noget at beskæftige sig med. Efter blåstemplingen fra Oxford Dictionary blev det mere mainstream, og det blev legalt at tale om, tage og forske i dem.

Trods alt dette står selfien stærkt, end ikke den etablerede kunst har været i stand til at lave modstandsdygtige eksempler. Placeringen i mainstream og i alternative rum har tilsyneladende virket farlig og fortsætter med at virke voldsom. Også Kristoffer Eliassen sikkert stiliserede og silhuetagtige fotografier af selfiesituationer til udgivelsen og udstillingen virker tamme og konstruerede.

Her nærmere vi os noget central, som hverken billeder eller tekst rigtig har fat i, nemlig selfien egenart. Selfien er ukonventionel, uhøjtideligt og spontan. Det er dens heterotopi. Det er det, der fanger, og det er det, der får en særlig stemning frem. Samtidig er motivet spejlvendt, som i et spejl. Hvorfor, fordi vi skal se os selv, som når vi skaber os foran et spejl. Alle smartphones har spejl og ikke konventionel gengivelse. Dette er vigtigt, når vi taler om teknologien, og vi bruger teknologien, der er knyttet til selfier, fordi den indskrives sig i et kulturelt forløb fra renæssancen, hvor spejlet kommer til, og individet bliver et subjekt. Ikke en masse, men et individ for sig selv, det bliver unikt. Det er også vigtigt, at den teknologi,

man benytter ikke kommer længere væk end i arms længde (evt. med en selfiestick). Det giver sammen med den vidvinkel, der er på alle smartphone er særlig close-up æstetik, man må rykke tæt sammen, hvis man vil lave en selfie med flere personer, en usie, og en stærk intimitet kan komme ind i billedet, ikke kun som meget tæt nærvær til hinanden, men også som en meget stærk intimitet i åbning af ansigter med smil og store grin i billedet og ud af billedet.

Selfien hører til et tidsrum, hvor vi navigerer uden klare grænser for individ og samfund. Det kræver et stærkt jeg at være et flydende subjekt. Set i den sammenhæng hører selfien med til at finde og eksperimentere med subjektet og ikke mindst subjektets grænser. Man skal kunne rumme sig selv, for at kunne rumme andre.

I afsnittet om Mobilgenerationen (s. 36) er der nogle glimrende citater, der belyser denne komplekse formulering omkring og krav til

subjektet godt. Men de er uden præcise henvisninger. Desuden mangler omtale af den betydningsfulde feedback på de sociale medier for at bestemme den ontologiske sikkerhed (Anthony Giddens), som selfierne blive en del af. I det hele taget virker henvisninger og forklaringer ofte mangelfulde, især når man tænker på forlaget (Universitetsforlaget), hvor bogen er udgivet. Med hensyn til mangel på henvisninger virker den til tider som bevidst fortrængning.⁴

Ligesom selfiens projekt er at lade subjektet rumme sig selv for at kunne rumme andre, kunne man sige, at bogen i sig selv mangler denne rummelighed af andre eller skærer for hurtigt bort f.eks. fra Judith Butler, der forbliver omtalt ved for korte honnørord. Teknologien konstrueres via hvordan vi taler om, bruger og får den forklaret. Det kunne man også sige om selfien, men selfien bliver desværre ikke rigtig konstrueret eller forklaret tilstrækkeligt eller rummeligt i bogen.

Noter

1. De tre sidste steder, drejede det om same udstilling, der blev indarbejdet i de forskellige samlinger de tre steder. Udstillingen hed på de respektive sprog 'Jeg er her': <http://www.i-am-here.eu/en/the-project.html>.
2. "Saatchi Gallery to explore selfie as an art form" *The Guardian* 23.1.17.
3. Bent Fausing "Se selfie. Selfies og kampen om anerkendelse" in: *Kommunikationsforum*, København juni 2013 (en længere engelsk udgave august 2013: "Selfies and the Search for Recognition. See for your Selfie").
4. Der er ingen henvisninger til Crystal Abidin, Luna Dolezal, Bent Fausing, André Gunthert, Katrin Tildenberg og end ikke til Theresa Senft's banebrydende initiativ Selfie Research Network, Facebook.

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet
Box 713, SE 405 30 Göteborg
Telefon +46 31 786 00 00 • Fax + 46 31 786 46 55
e-post info@nordicom.gu.se
www.nordicom.gu.se

ISBN 978-91-87957-59-8



9 789187 957598



GÖTEBORGS UNIVERSITET